ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»
(БГУ)
Институт экономики, истории и права
Финансово-экономический факультет

Кафедра экономика и управления

Всероссийская
научно-практическая
конференция
преподавателей и сотрудников

«Экономика и управление народным хозяйством»

21 мая 2019 г.

Брянск

ББК 581 65
УДК 338

Экономика и управление народным хозяйством: сборник статей всероссийской научно-практической конференции / сост. И.Г. Чернышова - Брянск: БГУ, 2019г., - 209 с. – режим доступа: https://brgu.ru/science/publikatsii/sborniki-trudov/.

В настоящее время мировая экономика переживает сложный процесс – глобализацию. Ее результатом уже стали огромные преобразования. Они затронули практически все отрасли национальных экономик большинства стран. При этом проходящие изменения носят во многих случаях спонтанный, трудно прогнозируемый заранее характер. Это иногда оказывает отрицательное влияние на целые секторы экономики отдельной страны, в конечном итоге принося невосполнимые потери. В связи с этим перед учеными многих государств была поставлена задача изучения внутренних процессов всеобщей глобализации, которые напрямую зависят от развития каждого субъекта мирового рынка.

Сборник предназначен для обучающихся экономических направлений подготовки.

В сборнике опубликованы материалы всероссийской научно-практической конференции в авторской редакции.

© Брянский государственный
университет имени академика
И.Г. Петровского, 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ 6

Борисова О.В. **ДЕМОГРАФИЧЕСКОЕ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ В ГОРОДЕ МОГИЛЕВ И МОГИЛЕВСКОЙ ОБЛАСТИ (РЕСПУБЛИКА БЕЛАРУСЬ)** 7

Будько О.Н. **ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ ЖИВОТНОВОДСТВА В РЕГИОНЕ МЕТОДАМИ ПРИКЛАДНОЙ СТАТИСТИКИ** 9

Жилина М.В., Самкова Э.Р. **ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТЕРМИНА «РЫНОК ТРУДА»** 14

Игольникова И.В. **ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РФ** 17

Калинкович В.А. **КОНЦЕПЦИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СОЛЬВАТАЦИИ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ И ЕЁ ТЕМПОРАЛЬНОСТЬ** 21

Кузавко А.С. **СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДИКИ АНАЛИЗА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА РЕГИОНА** 27

Лагодич Л.В. **СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА МЯСА И МЯСОПРОДУКТОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ** 30

Ланговой В.А. **ПУТИ ПОДДЕРЖКИ ГОСУДАРСТВОМ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА** 33

Лысенкова М.В. **ПОДХОДЫ К ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ** 35

Матвеева Е.Е. **ОЦЕНКА КОНТРОЛЬНОЙ ФУНКЦИИ ЗА ИСПОЛНЕНИЕМ БЮДЖЕТА МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ** 40

Матюшкина И.А. **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ АПК** 45

Мельникова И.Н., Мельников Н.К. **ВЗАИМОСВЯЗЬ НОВОЙ ИНДУСТРИАЛИЗАЦИИ И СТРАТЕГИИ «УМНОЙ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ»** 48

Миркина О.Н. **ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ РАСТЕНИЕВОДСТВА В СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ** 53

Митюченко Л.С. **УПРАВЛЕНИЕ МУНИЦИПАЛЬНЫМИ ФИНАНСАМИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ** 56

Михалева О.М. **РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА ТЕРРИТОРИЙ** 62

Мыльникова Л.А. **УРОВЕНЬ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ** 64

Мыльникова Л.А. **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ** 66

Платоненко Е.И. **ХАРАКТЕРИСТИКА СОСТОЯНИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ И РАСЧЕТОВ ПОСРЕДСТВОМ ПЛАТЕЖНЫХ КАРТОЧЕК В ОАО «БЕЛИНВЕСТБАНК»** 68

Русак И.Н. **ПРОБЛЕМА РЕГИОНАЛЬНОГО НЕРАВЕНСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ** 71

Сапожникова С.М. **РАЗВИТИЕ ТОРГОВЛИ И ОБЩЕПИТА СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ В ПОСЛЕВОЕННЫЙ ПЕРИОД** 75

Сапожникова С.М. **СОСТОЯНИЕ ТОРГОВЛИ И ОБЩЕПИТА СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ В ДОВОЕННЫЙ ПЕРИОД** 78

Селюжицкая Т.В. **ОЦЕНКИ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА НА ОСНОВЕ ИНТЕГРАЛЬНЫХ ИНДИКАТОРОВ** 82

Сидунова Г.В. Рощенко А.В. **ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА ОТРАСЛИ ЖИВОТНОВОДСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ** 85

Сулейманова Т.А. **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕГИОНЕ С ОСОБЫМ СТАТУСОМ** 90

Тачкова И.А., Фещенко В.В. **ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНОМ** 93

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ СФЕРЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ: ЭКОНОМИКА, УПРАВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ 99

Гнездова Ю.В. **ОСОБЕННОСТИ ЦИФРОВИЗАЦИИ АВТОТРАНСПОРТНОЙ ОТРАСЛИ** 104

Дьяченко О.Н. **КОМПЕТЕНЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ СПЕЦИАЛИСТА СФЕРЫ ТУРИЗМА** 108

Казаченко Н.В. **ПРОДВИЖЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ НА РЫНКЕ B2B С ПОМОЩЬЮ ПОИСКОВОЙ РЕКЛАМЫ** 110

Кармызов А.В. **АЛЬТЕРНАТИВЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ СТАБИЛИЗАЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА В КОНТЕКСТЕ ПРОВЕДЕНИЯ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ** 115

Полесская О.П. **НАПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ВОВЛЕЧЕННОСТИ ПЕРСОНАЛА В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ ГОСТЕПРИИМСТВА** 119

Ходенков А.Л., Урсан Р.Ю. **СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМ РЫНКОМ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ** 124

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЕЙ 131

Акулич Ю.И., Акулич В.В. **РАСЧЕТЫ АККРЕДИТИВАМИ КАК МЕТОД УПРАВЛЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ** 132

Александрова Е.А. **ПРОБЛЕМЫ КОНВЕРГЕНЦИИ**

БУХГАЛТЕРСКОГО И НАЛОГОВОГО УЧЕТА АМОРТИЗАЦИИ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ ПРИ ПЕРЕХОДЕ НА НОВЫЕ БУХГАЛТЕРСКИЕ СТАНДАРТЫ 136

Анохина Н.Н. **ФОРМИРОВАНИЕ БАНКОВСКИХ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ И ОЦЕНКА ИХ ЭФФЕКТИВНОСТИ** 141

Антипенко Н.А., Бусыгин Д.Ю. **НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ АУДИТА ХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОПЕРАЦИЙ, СОВЕРШАЕМЫХ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЦИФРОВЫХ ЗНАКОВ (ТОКЕНОВ)**.....145

Бабич О.В. **АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ПОДХОДОВ К РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**.....150

Бусыгин Ю.Н., Урсан Р.Ю. **ПРИВЛЕЧЕНИЕ ЗАЕМНОГО КАПИТАЛА ДЛЯ ТЕХНИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ И ЕГО МАКСИМАЛЬНОЕ ЗНАЧЕНИЕ**.....155

Веренич В.А., Веренич С.И. **ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННЫХ ИНТЕГРИРОВАННЫХ СТРУКТУР**.....159

Владыко А.В., Валевич Р.П. **СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ НА ОСНОВЕ ГИБКИХ ЦЕЛЕЙ: ВОЗМОЖНОСТИ И ПРЕИМУЩЕСТВА** 161

Жудро И.В. **МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ СТАТИСТИКИ КОМПАУНДИРОВАНИЯ РЫНОЧНОЙ ЦЕННОСТИ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА**.....166

Жудро М. М**. ДИЗАЙН ДИАГНОСТИКИ ВЫСОКОМОТИВИРОВАННОЙ ГОТОВНОСТИ РЕСПОНДЕНТОВ ПРИОБРЕТАТЬ ТОВАРЫ КОМПАНИИ** 171

Жудро В. М**.,** Кочергин И.Б., Рощупкина Т.В. **ИМПЛЕМЕНТАЦИЯ ПАРАДИГМЫ «МЕНЕДЖМЕНТ – 5К ZHYDROV» В ЭКОТРОНИКУ** 176

Карпеко О.И., Трушкевич Н.Л. **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ЛИЧНЫХ ПРОДАЖ** 180

Князькова В.С. **ПРИМЕНЕНИЕ ИНДЕКСА ДЖИНИ ДЛЯ ОЦЕНКИ ВЕЛИЧИНЫ ЦИФРОВОГО РАЗРЫВА**.....184

Кузнецова Т.В. **СТРАТЕГИИ ИНТЕГРИРОВАННОГО УПРАВЛЕНИЯ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК** 187

Романова Е.С. **ЛИЗИНГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ОПЫТ И БАРЬЕРЫ РАЗВИТИЯ**.....191

Ходенков А. Л. **ОБ ОЦЕНКЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ АПК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**.....196

Чернышова И.Г. **СТРАТЕГИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ В ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКЕ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**.....201

Чернышова И.Г. **СУЩНОСТЬ И ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**.....205

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

УДК 314 (476)

Борисова О.В.

ДЕМОГРАФИЧЕСКОЕ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ В ГОРОДЕ МОГИЛЕВ И МОГИЛЕВСКОЙ ОБЛАСТИ (РЕСПУБЛИКА БЕЛАРУСЬ)

ст. преп. кафедры политологии и социологии
МГУ имени А.А. Кулешова
Беларусь, г. Могилев
olya-bor2009@yandex.ru

В тезисах описаны основные показатели, характеризующие демографические и экономические процессы, происходящие на территории Могилевской области в 2017 – 2018 годах.

Ключевые слова: численность населения, рождаемость, смертность, миграция, брачность, разводимость, экономическая деятельность, доходы.

На начало 2019 года общая численность населения в Республике Беларусь составила 9 475,2 тысяч человек, практически вернув нас к данным 2015 года. С 2013 по 2018 год в стране наблюдался постепенный прирост населения, однако последние цифры говорят о том, что не все так благополучно в этом вопросе. Из шести областей и города Минска Могилевская область находится на предпоследнем (шестом) месте.

Могилевская область была образована в 1938 году. Численность населения Могилевской области на 1 января 2019 года составила 1 052,9 тысяч человек, что приблизительно на шесть тысяч больше, чем было в начале 2018 года (1 058 746). Население города Могилева на начало 2018 года составляло 381 353 человек. Из двадцати одного района Могилевской области самыми густонаселенными в этот же период являлись: Осиповичский (47 347), Горецкий (45 887) и Могилевский (40 230 человек). Наименее заселенные - Краснопольский (9 363), Дрибинский (9 661) и Хотимский (10 389 человек) районы, чье население неуклонно убывало, по крайней мере с 1996 года, когда население названных районов составляло 14 500, 16 800 и 17 800 человек соответственно.

Также по данным на начало 2018 года в Могилевской области 691 населенный пункт расположен в зонах радиоактивного загрязнения (в 1996 году - 887), а численность населения в них составляла 102 985 человек.

В целом в Республике Беларусь городского населения в 3,6 раз больше, чем сельского (городское – 7429,2 тыс. человек, сельское – 2016,0 тыс. человек). Из всех областей в Могилевской области наибольшее соотношение городского и сельского населения, т.е. городского в 4,2 раза больше. Меньше всего данный показатель составляет в Минской области, где на одного сельского жителя приходится только 1,3 горожан.

В 2018 году в Могилевской области вступили в брак 7 503 мужчин и столько же женщин из разных возрастных групп. Из них 6453 мужчин и столько же женщин из городов и 1050 из сельской местности.

В 2017 году средний возраст вступления в брак по стране составил:

первый брак – мужчины 27,9, женщины 25,8 лет; повторный брак – мужчины 41,2, женщины 38 лет.

В том же году в Могилевской области развелось 3813 мужчин и столько же женщин. Основная часть разводов (852) пришлась на возраст 30-34 года и 25-29 лет (749), 139 разводов произошло в старшей возрастной группе от 60 и более лет. Модальная продолжительность брака составила от 5 до 9 лет. У разведенных супругов чаще или не было детей, или был один ребенок (1625 и 1653 человек соответственно).

Коэффициент рождаемости по стране в 2018 году составил 9,9 на 1000 человек. В Могилевской области его значение близко к общереспубликанскому – 9,8. Такой же показатель был в Могилевской области в 2006 году, после чего он несколько увеличивался. Еще меньшее значение этого коэффициента в городе Минске (8,9), где он стремительно падает в последние три года, и в Витебской области (8,7).

Коэффициент же смертности по республике на начало 2018 года составлял 12,7 на 1000 человек, в Могилевской области – 13,9. Выше этот коэффициент в Минской, Гродненской и Витебской областях (14,0; 14,0 и 14,6 соответственно). Надо сказать, что с 1995 по 2011 год данный коэффициент в Могилевской области был значительно выше.

В анализируемом периоде произошли некоторые изменения в структуре трудовых ресурсов (см. таблицу 1).

Таблица 1 - Трудовые ресурсы (тыс. чел)

Категории	2016	2017	2018
- трудоспособное население трудоспособного возраста	581,9	580,3	577,9
- занятое население	461,6	451,6	447,1
- младше и старше трудоспособного возраста, занятые в экономике	39,8	39,8	31,1
- численность безработных (по методологии МОТ)	37,1	45,7	39,7

По видам экономической деятельности населения Могилевской области в 2018 году было занято: 28,4% - в промышленности; 12,4% - в оптовой и розничной торговле, ремонт автомобилей, мотоциклов; 11,5% - в образовании; 10% - в сельском, лесном и рыбном хозяйстве и т.д.

Реальные располагаемые денежные доходы населения Могилевской области в 2018 году составили 106,1% к соответствующему периоду предыдущего года. И хотя с 2014 года этот показатель имеет тенденцию роста, Могилевская область находится на последнем месте из всех областей страны. Денежные доходы в расчете на душу населения в Могилевской области составили: в 2017 году - 470,2, в 2018 году - 528,1 рублей в месяц.

Таким образом, Могилевская область находится на предпоследнем месте по численности населения, хотя за 2018 год произошло увеличение почти на шесть тысяч. Десятая часть населения проживает в зонах радиоактивного загрязнения. В Могилевской области самое большое соотношение между городским и сельским населением (4,2 : 1). В 2018 году было создано 7 503 брачные пары, а распалось 3 813. Коэффициент рождаемости составлял 9,8, а

коэффициент смертности – 13,9, т.е. имеющегося уровня рождаемости недостаточно для воспроизводства населения в регионе. Большая часть работников занята в промышленности. По реальным располагаемым денежным доходам населения Могилевская область находится на последнем месте по республике.

Список использованных источников:

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/

УДК 338.43: 519.237

Будько О.Н.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ ЖИВОТНОВОДСТВА В РЕГИОНЕ МЕТОДАМИ ПРИКЛАДНОЙ СТАТИСТИКИ

к. физ.-мат. наук, доц.
Гродненский государственный университет имени Янки Купалы
Беларусь, г. Гродно
budko_on@mail.ru

Предложена система показателей для оценки эффективности производства продукции животноводства в регионе. Методом главных компонент факторного анализа построен интегральный показатель эффективности, сформированы однородные группы районов (кластеры) методом k-средних кластерного анализа. Полученные результаты проанализированы.

Ключевые слова: животноводство, эффективность, система показателей, факторный анализ, кластерный анализ.

Введение. Животноводство является одной из ведущих подотраслей сельскохозяйственного производства Беларуси и с 2012 г. его доля в продукции сельского хозяйства превосходит долю растениеводства (53,1% против 46,9% в 2017 г.). Основной продукцией животноводства является мясо скота и птицы, молоко. Значительная часть этой продукции после переработки экспортируется во многие страны мира, в том числе и в Россию.

Цель работы – оценить и проанализировать эффективность производства продукции животноводства районами Гродненской области за 2017 год.

Система показателей и предварительный анализ. На основе статистических данных по Гродненской области была сформирована система показателей для оценки эффективности производства продукции животноводства:

X1 – реализация скота и птицы на убой, т;
X2 – себестоимость 1 т продукции (скота и птицы), тыс. руб.;
X3 – выручено, всего (скот и птица), тыс. руб.;
X4 – прибыль/убыток от реализации 1 т продукции (скот и птица), руб.;
X5 – производство молока, т;
X6 – средний удой молока от коровы, кг;
X7 – себестоимость 1 т молока, тыс. руб.;

X8 – выручено, всего (молоко), тыс. руб.;

X9 – прибыль/убыток от реализации 1 т молока, руб.

При формировании системы показателей использовались официальные статистические данные [1] (показатели X1, X5, X6), чего явно недостаточно, остальные показатели были выбраны и/или рассчитаны по данным из отчетов сельскохозяйственных организаций Гродненской области за 2017 г. Показатели X1-X4 характеризуют производство мяса скота и птицы, X5-X9 – производство молока. Часть показателей используется в абсолютном выражении (объем реализации продукции, выручено всего), другая часть – это относительные показатели, непосредственно характеризующие эффективность производства. Заметим, что показатели являются разнонаправленными. Так, чем меньше себестоимость единицы продукции (X2, X7), тем выше эффективность. Для остальных показателей – чем больше, тем лучше.

Отметим, что производство скота и птицы на убой, в отличие от молока, для всех районов области не является рентабельным (себестоимость реализованной продукции превышает выручку от реализации).

Предварительное изучение исходных данных показало, что лидером по всем показателям, кроме себестоимости 1 т молока (X7), является Гродненский район. Относительно остальных 16 районов области нельзя сделать однозначного вывода. Так, например, Вороновский район занимает 2-3 место по выручке от реализации продукции и по производству молока, но имеет очень высокие показатели себестоимости единицы продукции (14 и 16 место). Таким образом, оценить эффективность в целом по совокупности показателей не представляется возможным.

Используемые методы и методика исследования. Существуют различные способы свертки ряда показателей в один интегральный показатель. Большинство из них в качестве коэффициентов аддитивной свертки использует экспертные оценки специалистов, что вносит элементы субъективизма и неточности. В данном случае будем использовать методы многомерного статистического анализа, реализованные в пакете Statistica. Метод главных компонент факторного анализа позволяет свернуть исходное множество показателей в несколько главных факторов, а затем на их основе, используя, например, процент сохраняемой главными факторами дисперсии показателей, вычислить интегральные показатели эффективности для каждого объекта (района). Аналогичный подход использовался для оценки эффективности производства различных видов сельскохозяйственной продукции, как в разрезе районов, так и хозяйств. Используемые системы показателей учитывали специфику производства конкретного вида продукции [2].

Методика исследования включает следующие этапы:

– Формирование системы показателей и предварительный анализ.

– Построение интегрального показателя эффективности.

– Построение рейтинга районов и его сравнительный анализ.

– Дифференциация районов по интегральному показателю эффективности. Анализ результатов.

Основные результаты. Так как используемые показатели являются

разнонаправленными, предварительно их нужно привести к одному направлению, например, чем больше значение показателя, тем лучше. Одновременно исходные данные были нормированы и приняли значения от 0 до 1, став безразмерными величинами [2].

Методом главных компонент факторного анализа исходные показатели были преобразованы в 2 главных фактора, использовалось вращение факторов варимакс (*Varimax raw*). В таблице 1 представлены факторные нагрузки и процент сохраняемой и накопленной дисперсии показателей.

Второй главный фактор образовали показатели себестоимости единицы продукции X2 и X7, их факторные нагрузки больше 0,7. Показатель X4 условно также можно отнести к этому фактору. Остальные показатели вошли в первых главный фактор, который объясняет почти 60% дисперсии всех показателей. Оба главных фактора объясняют 83,51% дисперсии показателей, что говорит о достаточно точной аппроксимации исходных показателей двумя главными факторами.

Таблица 1 – Факторные нагрузки и дисперсии

Показатели	Фактор 1	Фактор 2
X1	**0,893**	0,278
X2	0,427	**0,771**
X3	**0,957**	0,036
X4	0,528	0,669
X5	**0,911**	0,308
X6	**0,806**	0,282
X7	-0,127	**0,870**
X8	**0,982**	-0,092
X9	**0,713**	-0,559
Сохраняемая дисперсия, %	59,95	23,56
Накопленная дисперсия, %	59,95	83,51

Используя в качестве коэффициентов процент сохраняемой дисперсии каждым главным фактором, вычислим интегральный показатель эффективности для каждого *i*-го объекта (района) по формуле:

$$R_i = 59,95 \cdot F_{1,i} + 23,56 \cdot F_{2,i}, \quad i = \overline{1,17},$$

где $F_{1,i}$, $F_{2,i}$ – значения главных факторов (таблица 2).

Результаты расчетов в таблице 2 отсортированы в порядке убывания интегрального показателя R, то есть построен рейтинг районов.

Таким образом, первое место по эффективности производства продукции животноводства предсказуемо занимает Гродненский район, имеющий максимальное значение интегрального показателя, которое более чем в 2 раза превосходит аналогичный показатель Щучинского района. Эти два район лидируют с большим отрывом от остальной группы. Такие высокие позиции районам обеспечили максимальное значение главного фактора 1 для Гродненского района (высокие значения показателей главного фактора 1) и главного фактора 2 для Щучинского района (показатели себестоимости X2 и X7). Последние позиции в рейтинге занимают Ошмянский, Слонимский и Дятловский районы.

Девять районов из 17 имеют отрицательные значения интегрального показателя. Значит, для этих районов значения R ниже среднего уровня, для 8 районов – выше среднего уровня. Значения главных факторов, а значит и значения R, центрированы относительно нуля.

Используя значения интегрального показателя, районы были разбиты на однородные группы (кластеры) со схожими значениями R. Дифференциация районов проводилась методом k-средних кластерного анализа. Достоверность различия средних значений R в кластерах установлена с помощью критерия Шеффе ($p<0,05$). Результаты представлены в последнем столбце таблицы 2.

Таблица 2 – Значения главных факторов, рейтинг районов, средние значения в кластерах

Район	Фактор 1	Фактор 2	R	Место в рейтинге	Средние значения R в кластерах
Гродненский	3,252	0,009	195,16	1	Кластер 1 195,16
Щучинский	0,528	2,345	86,92	2	Кластер 2 86,92
Берестовицкий	0,381	-0,094	20,61	3	Кластер 3 0,90
Волковысский	0,458	-0,621	12,80	4	
Сморгонский	0,045	0,364	11,31	5	
Мостовский	0,121	0,117	10,02	6	
Кореличский	0,390	-0,724	6,31	7	
Вороновский	0,340	-0,752	2,68	8	
Зельвенский	-0,263	0,615	-1,27	9	
Новогрудский	-0,320	0,444	-8,69	10	
Ивьевский	-1,089	1,882	-20,91	11	
Островецкий	-0,194	-0,520	-23,90	12	
Лидский	-0,190	-1,030	-35,67	13	Кластер 4 -58,21
Свислочский	-0,962	0,748	-40,03	14	
Ошмянский	-0,631	-0,723	-54,87	15	
Слонимский	-1,002	-0,699	-76,52	16	
Дятловский	-0,865	-1,362	-83,95	17	

Всего было выделено 4 кластера. Кластер 1 образовал один Гродненский район, кластер 2 – Щучинский район. В кластер 3 вошли 10 районов, среднее значение интегрального показателя здесь не велико и равно 0,90. Кластер 4 образовало 5 последних районов, он характеризуется низким значением интегрального показателя (-58,21).

В таблице 3 содержатся вычисленные средние значения показателей в кластерах (на один район). Представитель кластера 1 (Гродненский район) является лучшим по всем показателям, за исключением себестоимости 1 т молока (X7). Щучинский район – представитель кластера 2 – также имеет высокие показатели, однако значительно уступает Гродненскому району. Кроме того, он имеет самую низкую среднюю прибыль от реализации 1 т молока (X9). Районы кластера 3 имеют неплохие результаты по ряду показателей, однако уступают районам лучших кластеров. Положительным

моментом является то, что они имеют достаточно большую выручку от реализации молока, выше, чем в кластере 2. Районы кластера 4 имеют самые низкие показатели. Здесь небольшой объем реализации скота и птицы на убой (X1), удой от одной коровы (X6), но высокая прибыль от реализации 1 т молока.

Таблица 3 – Средние значения исходных показателей в кластерах

Кластеры	Реализация скота и птицы на убой, т	Себестоимость 1 т продук-ции, тыс. руб.	Выручено, всего, тыс. руб.	Прибыль/убыток от реализации 1т продукции, руб.	Производство молока, т
	X1	X2	X3	X4	X5
Кластер 1	95195	0,412	32814,0	-67,78	166235,0
Кластер 2	33383	0,504	13190,0	-109,25	114439,0
Кластер 3	11523,9	1,311	11492,6	-323,70	65492,1
Кластер 4	7065,6	1,656	6470,6	-680,64	46616,0

Продолжение таблицы 3

Кластеры	Средний удой молока от коровы, кг	Себестоимость 1 т молока, руб.	Выручено, всего (молоко), тыс. руб.	Прибыль/убыток от реализации 1т молока, руб.
	X6	X7	X8	X9
Кластер 1	7533	326,35	87871,0	202,24
Кластер 2	6142	197,96	28568,0	51,68
Кластер 3	5358,1	360,62	31505,0	108,37
Кластер 4	4189,6	373,42	22967,4	115,50

Чтобы улучшить эффективность производства продукции животноводства, нужно улучшать показатели, которые недостаточно высоки в кластерах. Это позволит району перейти в более высокий кластер.

Выводы. Таким образом, применение методов прикладной статистики позволило вычислить интегральный показатель эффективности производства животноводческой продукции, на его основе: построить рейтинг районов и провести сравнительный анализ; дифференцировать районы на однородные группы со схожими значениями показателей.

Проведенные вычисления показали, что лидером является Гродненский район. Ему нет равных в Гродненской области по ряду показателей, в том числе по объему реализации скота и птицы на убой, среднему удою молока от одной коровы (7533 кг).

Список использованных источников:

1. Сельское хозяйство Республики Беларусь: стат. сб. / Нац. стат. Комитет Республики Беларусь. – Минск, 2018. – 235 с.

2. Будько, О.Н. Оценка эффективности производства зерновых по интегральному показателю / О.Н. Будько, В.С. Захарова // Веснік ГрДУ імя Янкі Купалы. Сер. 5. Эканоміка. Сацыялогія. Біялогія. – 2019 . – Т.9. – № 1. – С. 35-42.

УДК: 331.108.2

Жилина М.В.,
Самкова Э.Р.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТЕРМИНА «РЫНОК ТРУДА»

к.э.н., доц.
Донбасский государственный технический университет
доцент кафедры экономики и управления
e-mail: marina.zhilina.73@mail.ru
к.т.н., доц.
Донбасский государственный технический университет
доцент кафедры экономики и управления
e-mail: ellanos@rambler.ru

Рассматриваются термины «рынок», «труд». На основании результатов теоретического анализа терминов «рынка труда» и «рынка рабочей силы» можно сделать вывод, что каждое из приведенных его разновидностей акцентирует внимание на каком-то одном, весьма важном, акценте социально-трудовых отношений, без которого невозможно представить рынок труда как экономическое явление.

Ключевые слова: рынок труда, рабочая сила, труд, рынок.

Поскольку рынок труда как явление на постсоветском пространстве существует относительно непродолжительное время, то, естественно, актуализируется проблема его научного познания. На сегодняшний день наиболее приемлемым способом научного познания (научного исследования) любого экономического явления или процесса является системный подход.

Суть системного подхода в исследовании экономических явлений или процессов состоит в описании их с помощью логических конструкций. В теоретических исследованиях достигается это посредством выяснения формы, содержания и сущности наблюдаемого экономического явления или процесса. Форма соответствующего явления или процесса проявляется в термине, когда с семантической точки зрения определяется его смысловое наполнение. Содержание экономического явления или процесса проявляется в понятии, которое характеризует разные его стороны, взаимосвязанные между собой. Сущность соответствующего явления или процесса проявляется в категории, выражающей собой общественные отношения, складывающиеся в результате возникновения, наличия, развития и прекращения связей между людьми по поводу производства, обмена, распределения и потребления производимых товаров и услуг.

Сам термин «рынок» появился достаточно давно и ассоциировался, как правило, с местом, где происходил акт обмена результатов труда на другие товары, необходимые собственнику результатов труда для дальнейшего существования как его самого, так и членов его семьи. Своим происхождением научный термин «рынок» обязан великому ученому-экономисту Адаму Смиту, который полагал, что рынок в узком понимании – это отношения между продавцами и покупателями в сфере обмена по присущим ему законам и формам организации, а в широком – это форма связей между производителями

и потребителями товаров [1].

Применительно к социально-трудовым отношениям в настоящее время используются два термина «рынок труда» и «рынок рабочей силы». В первом случае, объектом купли продажи на рынке выступает труд как сознательная, целенаправленная деятельность [2, с.64], во втором, рабочая сила как способности человека к труду, его трудовые возможности [3, с.312]. Но, кроме того, существует точка зрения, что объектом купли продажи на рынке труда выступают трудовые услуги [4, с.22]. Первые два объекта рынка труда по своей экономической сути не одно и то же, даже не синонимичны. Что же касается трудовых услуг, то совершенно не понятно, как объектом купли продажи может выступать то, чего еще не существует. В данном случае имеет место некоторая методологическая некорректность, вызванная, скорее всего, желанием внести свой посильный вклад в сокровищницу современной науки, а не попыткой установления истины.

Если под «трудом» понимается «вклад в процесс производства, сделанный людьми в форме непосредственного расходования умственных и физических усилий» [5, с.16], то под «рабочей силой» - совокупность качественных (физических и умственных способностей человека, необходимых для выполнения определенной производственной деятельности) и количественных (количество работающих или занятых активным поиском работы) характеристик экономически активного населения [6, с.245]. При этом основным объектом рынка труда, по мнению многих современников, выступает труд, а именно то, что «является уникальным товаром и имеет много таких характеристик, за счет которых его отличают в мире обычных товаров и услуг» [7, с.51]. Но в то же время принято считать, что «труд – осознанная, энергозатратная, общепризнанная целесообразной деятельность человека, людей, требующая приложения усилий, осуществления работы» [3, с.404]. В этой связи закономерным представляется вопрос: может ли являться товаром или услугой то, чего еще не существует по определению? Ведь «целесообразная деятельность» это еще не «уникальный товар», а лишь, скорее всего, способность создавать такие товары.

А сама способность создавать товары заложена в рабочей силе. Но, если сторонники теории трудовой стоимости небезосновательно считали, что рабочая сила означает «способность человека к труду, совокупность потребностей, физических, интеллектуальных и организаторских способностей, приобретенных знаний и опыта, используемых в процессе производства материальных благ и оказании услуг» [8, с.278], или «рабочая сила – составляющая человеческой личности с присущими ей сознанием, целью, волей, культурными навыками, национальным самосознанием, духовными ценностями» [там же]. То современная экономическая теория отвергает этот марксистский постулат и настаивает на том, что именно труд является объектом купли-продажи на рынке труда. Насколько правомерным является данное утверждение и можно ли с ним соглашаться – здесь существуют определенные сомнения.

Как видим, с семантической точки зрения оба эти термина, хотя и

применяются для обозначения одного и того же явления, но отражают разные аспекты трудовых отношений. На самом деле произошла подмена понятий «труд» и «рабочая сила», которые по своей сути этимологически различны, что не способствует однозначности в толковании «рынок труда» и «рынок рабочей силы». Дело в том, что многие устоявшиеся в недалеком прошлом научные термины претерпевают изменения (от одних отказываются, другие интерпретируются по-другому), что на фоне всеобщего засилья нового терминологического аппарата (особенно с заимствованием англо-американских слов) не то, что бы выглядит не в полной мере обоснованным или оправданным, но скорее как дань некой модной тенденции, привнесенной извне. Хотя по своей семантике термин «рабочая сила» значительно ближе к смыслу товара на рынке труда, нежели сам труд вообще. Вот в этом «всеобщем процессе переосмысления» прошлого пытаются найти свое место и экономисты-трудовики, внося и свою посильную лепту в модернизацию терминов и понятий такой науки, как экономика труда. Насколько это является оправданным – покажет время. А пока идет процесс.

Таким образом, изложенные результаты теоретического анализа терминов «рынка труда» и «рынка рабочей силы» позволяют обратить внимание на то обстоятельство, что каждое из приведенных его разновидностей акцентирует внимание на каком-то одном, весьма важном, акценте социально-трудовых отношений, без которого невозможно представить рынок труда как экономическое явление. Однако в целом рынок труда можно представить как некоторую абстракцию, позволяющую упорядочивать существующие представления об отношениях, возникающих в связи с вовлечением рабочей силы в процессы общественного воспроизводства.

Следовательно, в семантической форме рынка труда, равно как и рынка рабочей силы содержатся характеристики отношений, связанные с продвижением собственно рабочей силы по ее купле продаже (между продавцом - собственником рабочей силы и покупателем - работодателем), что порождает определенную неопределенность между этими терминами. Для преодоления такой неопределенности существует возможность установления экономического содержания явления или процесса, достигаемая посредством его описания. Для этого используется соответствующий понятийный аппарат, при помощи которого описываются внешние черты исследуемого экономического явления или процесса.

Список использованных источников:

1. Смит, А. Исследования о природе и причинах богатства народов. / А.Смит. – М.: Изд-во Соцэкгиз, 1962. – 684 с.

2. Грішнова, О.А. Економіка праці та соціально-трудові відносини: підручник. / О.А. Грішнова – К.: Знання, 2004. – 535 с.

3. Райзберг, Б.А. Современный экономический словарь. – 3-е изд., перераб. и доп. / Б.А Райзберг, Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. – М.: ИНФРА–М, 2001. – 480 с.

4. Просуленко, А.А. Особенности украинского рынка труда в условиях трансформации экономики / А.А. Просуленко // Социально-экономические

аспекты промышленной политики: теоретические аспекты регионального развития и модели инновационного развития территорий // Современные проблемы социально-экономического развития регионов Украины: материалы докл. Всеукр. науч.-практ. конф. (Донецк – Мелекино, 9-10 сентября 2002 г.) – Т.1: Сб. науч. тр. / НАН Украины. Ин-т экономики пром-сти; Редкол.: Амоша А.И. (отв. ред.) и др. – Донецк, 2002. – С. 21-25.

5. Экономикс: Англо-русский словарь-справочник / Э.Дж.Долан, Б.И.Домненко. – М.: Лазурь, 1994. – 544 с.

6. Паниотова, С.С. Повышение качества и конкурентоспособности рабочей силы на рынке труда – залог роста продуктивной занятости населения / С.С. Паниотова // Социально-экономические аспекты промышленной политики. Управление человеческими ресурсами: государство, регион, предприятие: Сб. науч. тр. В 2 т. – Т.1 / НАН Украины. Ин-т экономики пром-сти; Редкол.: Амоша А.И. (отв. ред.) и др. – Донецк, 2004. – С. 245-251.

7. Богиня, Д.П. Основи економіки праці: Навч. посібник. / Д.П Богиня., Грішнова О.А. – К.: Знання Прес, 2002. – 313 с.

8. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т.3 / Редкол.: ...С.В.Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. – 952 с.

УДК 338.43

Игольникова И.В.

ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РФ

к.э.н, доц.,
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск

В статье изложена экономическая проблема негативных демографических тенденций на сельских территориях РФ. Представлены данные, позволяющие делать выводы о существующих демографических проблемах. Сделаны предположения о направлениях изменения ситуации и пересмотре государственной политики в отношении сельских территорий.

Ключевые слова: сельские территории, тенденции развития, сельское хозяйство, демографические изменения.

Сельское общество с одной стороны необходимо рассматривать как условие обеспечения хозяйственного оборота в сельской местности для населения всей страны продовольствием, с другой стороны это особый уклад и образ жизни. При расширении социального воспроизводства в первую очередь целью ставится не только рост сельского населения (процессы урбанизации очень интенсивны), а качественные изменения крестьянской общины. Длительное время негативные тенденции в развитии сельского хозяйства привели как к оттоку населения из сельских территорий, так и к ухудшения качественных характеристик тех, кто остался там проживать.

Стратегически приоритетом демографической политики РФ должно стать

увеличение численности сельского населения трудоспособного возраста, сокращение уровня смертности и повышение продолжительности жизни сельчан, улучшение условий их жизнедеятельности и качества жизни в сельской местности. При решении проблемы устойчивого развития сельских территорий следует ориентироваться на возрождение культуры населения, приток молодежи, комфортность и безопасность проживания. При этом очень важно, чтобы интересы сельских и городских жителей были сбалансированы.

Для АПК России в настоящее время наступает многолетний период неблагоприятных демографических изменений, который, по прогнозным оценкам экспертов, продлится до 2027–2030 гг. Демографическое развитие российского села в ближайшей перспективе будет характеризоваться спадом рождаемости, сокращением числа лиц трудоспособного и моложе трудоспособного возраста, старением возрастной структуры, уменьшением численности и понижением плотности населения [1].

Общая численность населения России на 1 января 2019 года составляет 146781095 человек, городское население Российской Федерации - 109 454 168 человека, сельское - 37 326 927 человек. В настоящее время уровень и качество жизни сельских жителей продолжают оставаться низкими.

С учетом стремительного роста продовольственной инфляции, вступившего в активную стадию, можно предположить дальнейшее погружение российского крестьянства в состояние, близкое к экстремальной бедности, что, безусловно, заметно снизит способность сельских тружеников к высокопроизводительному труду и, как результат, крайне негативно скажется на конечных показателях экономической эффективности сельскохозяйственного производства.

Сравнительный анализ среднедушевого потребления основных продуктов питания показал, что селяне в среднем на 30 % больше, чем жители города потребляют хлеб и хлебные продукты и картофель. При этом по потреблению рыбы и рыбопродуктов, а также фруктов и овощей сельские жители «отстают» от горожан на 20–25 %. Подобная структура питания еще раз доказывает, что уровень жизни сельского населения не сравним с уровнем жизни городского населения России, поскольку преобладание в рационе продуктов, богатых углеводами, а значит, имеющими высокую степень насыщаемости, но при этом явная несбалансированность питания из-за нехватки жиров и белков – типична для бедного населения.

Согласно таблицы 1, в РФ растет ожидаемая продолжительность жизни при рождении, однако разница почти в 1,5-2 года между продолжительностью жизни городского и сельского населения остается последние 10 лет. Численность населения моложе трудоспособного возраста сократилась с 10,3 млн человек (1989 г.) до 7,6 млн человек (2017 г.), т.е. более чем на четверть (26,7%). Население трудоспособного возраста в 1989–2010 гг. выросло с 20,1 млн человек до 22,2 млн человек, а затем сократилось до 20,5 млн. чел. (2017 г.). По прогнозным оценкам, к 2025 г. численность населения трудоспособного возраста составит 18,7–18,9 млн. человек, к 2045 г. сократится до 15,8–17,5 млн человек, поскольку трудоспособного возраста достигают малочисленные

когорты молодежи, в то время как переходят в пенсионный возраст многочисленной категории трудоспособных.

Таблица 1 – Ожидаемая продолжительность жизни, лет

Год	Все население			Городское население			Сельское население		
	мужчины и женщины	мужчины	женщины	мужчины и женщины	мужчины	женщины	мужчины и женщины	мужчины	женщины
2010	68,90	63,10	74,90	69,70	63,80	75,40	66,90	61,20	73,40
2011	69,83	64,04	75,61	70,51	64,67	76,10	67,99	62,40	74,21
2012	70,24	64,56	75,86	70,83	65,10	76,27	68,61	63,12	74,66
2013	70,76	65,13	76,30	71,33	65,64	76,70	69,18	63,75	75,13
2014	70,93	65,29	76,47	71,44	65,75	76,83	69,49	64,07	75,43
2015	71,39	65,92	76,71	71,91	66,38	77,09	69,90	64,67	75,59
2016	71,87	66,50	77,06	72,35	66,91	77,38	70,50	65,36	76,07
2017	72,70	67,51	77,64	73,16	67,90	77,96	71,38	66,43	76,66

Необходимо также учитывать высокий уровень смертности среди населения трудоспособного возраста в сельских районах. Снижение плотности населения сельских территорий из-за сокращения численности населения приводит к ухудшению геополитической ситуации в стране. Социально-экономическая нестабильность побуждает сельскую молодежь, стремящуюся к улучшению условий жизнедеятельности к поиску возможностей миграции в город или в близлежащие крупные сельские населенные пункты. Результатом такой поведенческой линии является стремительное ускорение разрушительного для сельского хозяйства процесса «обезлюдивания» сельских территорий.

Из-за ограниченности сельского населения возрастают угрозы миграционного давления на пограничные территории со стороны стран с высокой плотностью населения, а также возрастают риски территориальной экспансии. Одним из стратегических демографических ограничений развития сельских районов является сокращение абсолютного и относительного числа трудоспособного населения, что снижает вероятность применения оптимистичного сценария демографического развития народа. Закономерным результатом длительного периода социально-демографического дисбаланса стало увеличение уровня демографической нагрузки на трудоспособное сельское население.

Сохранение существенных различий с городом по уровню и качеству жизни, неудовлетворенность темпами позитивных изменений влияют на социально-психологический климат в Российской области. В этих условиях сельские районы по-прежнему испытывают высокие миграционные настроения. В городе по-прежнему наблюдается избыток молодежи, квалифицированных кадров из-за отсутствия надлежащей работы, слабого развития социальной инфраструктуры деревни, низкого уровня доступности медицинских услуг. В городах наилучшие условия и возможности для социального перемещения, такие как профессиональное образование и выбор места работы.

С позиции образования сельскохозяйственных работников преобладают работники со средним или базовым общим образованием. Его доля составляет 38,17%. Почти такая же доля приходится на работников начального и среднего профессионального образования (22,84 и 21,22 процента, соответственно). При

высшем профессиональном образовании - всего 131,3 тыс. человек, что составляет всего 12,38% от общего населения.

Такие негативные тенденции осложняют решение проблемы более полного использования природных ресурсов сельских территорий Российской Федерации. Технологические изменения, происходящие в сельском хозяйстве, постоянно увеличивают спрос на работников с более высокой квалификацией. В результате этого нехватка рабочей силы для выполнения высокотехнологичных работ в значительной степени препятствует не только повышению производительности, но и развитию сельского хозяйства.

В результате происходит дальнейшая активизация процесса децентрализации сельских районов, миграции имеющихся в городе специалистов и нежелания выпускников сельскохозяйственных вузов работать в деревнях с точки зрения развития карьеры и жизни. С 1990-х годов в сельских районах Российской Федерации и ее регионах наблюдалась экономическая, демографическая, экономическая, социальная и экологическая деградация. Поэтому необходимы инвестиции в человеческий капитал, здравоохранение, образование, качество сельской жизни.

Заработная плата в сельских районах остается одной из самых низких в стране. Просто зарплата для привлечения и консолидации высококвалифицированных кадров в деревне довольно сложная. В этой связи важную роль в этом процессе будет играть улучшение качества жизни, что, в первую очередь, предполагает сближение жилищных условий и социальных и бытовых услуг в сельских районах с городскими. Однако самое главное, что условия проживания и социальная инфраструктура деревни должны в полной мере удовлетворять внутренние потребности населения, проживающего на территории.

Однако в будущем сельские районы более привлекательны для жизни из-за гораздо более чистой окружающей среды, чем в городе, традиционного образа жизни, особой культуры и т. д., и достижения высокого уровня жизни и качества жизни сельского населения (при наличии достаточных мер государственного регулирования), многие из них смогут играть важнейшую экономическую роль в экономическом и социальном развитии страны и регионов.

Необходимы правительственные меры, неотложные для развития сельских территорий с целью повышения их устойчивости, в частности в том, что касается создания широкого спектра качественных рабочих мест и улучшение общего развития на местном уровне, а именно, содействие диверсификации, создания и развития малых предприятий в сельских районах.

Список использованных источников:

1. Блинова, Т.В. Демографические угрозы и ограничения развития сельских территорий России/ Т.В. Блиннова // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2018. №2 (71). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/demograficheskie-ugrozy-i-ogranicheniya-razvitiya-selskih-territoriy-rossii

2. Блинова, Т.В. Сценарный прогноз численности сельского населения

России на среднесрочную перспективу /Т.В. Блинова, С.Г. Былина // Экономика региона. 2014. №4. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/stsenarnyy-prognoz-chislennosti-selskogo-naseleniya-rossii-na-srednesrochnuyu-perspektivu

3. Волчёнкова, А.С. Трудовые ресурсы в сельском хозяйстве: оценка и проблемы повышения эффективности их использования/ А.С. Волчёнкова , Т.С. Кравченко // Вестник сельского развития и социальной политики. 2018. №1 (17). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/trudovye-resursy-v-selskom-hozyaystve-otsenka-i-problemy-povysheniya-effektivnosti-ih-ispolzovaniya

УДК 378.108.2

Калинкович В.А.

КОНЦЕПЦИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СОЛЬВАТАЦИИ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ И ЕЁ ТЕМПОРАЛЬНОСТЬ

к.э.н, доц.,
Институт экономики НАН Беларуси
Республика Беларусь, г. Минск

Рассматривается новая модель взаимодействия молодых специалистов и работодателей, учитывающая интересы указанных субъектов рынка труда и позволяющая точнее отражать «адаптационные» отношения на рынке труда и эффективнее использовать полученные в образовательной сфере компетенции.

Ключевые слова. Рынок труда, молодые специалисты, профессиональная сольватация.

Подавляющее большинство исследователей проблем взаимодействия образовательной системы и рынка труда априори исходят из теоретического посыла о равновесности участников контракта, тем самым игнорируя объективно складывающееся социально-экономическое положение взаимодействующих субъектов, т.е. их статусы, определяемые исходными позициями в отношениях, обладанием определённым набором правомочий и привилегий, располагаемыми формами социального действия. Реальный статус субъекта определяет величину наличествующей у него социальной силы, представляющей собой совокупность общественных и материальных средств и определяемых ими возможностей, используя которые субъекты отношений могут отстаивать свои интересы и реально отстаивают их в пределах, ограниченных качеством, количеством и эффективностью этих средств и возможностей [1, с. 148]. В нашем случае молодой специалист как собственник лишь начальных профессионально-личностных компетенций будет «противостоять» работодателю как субъекту-собственнику большего количества ресурсов и, соответственно, большей социальной силы. И закономерно предположить, что в рамках взаимодействия интересов молодых специалистов и работодателей речь может идти лишь о «подстраивании» первого из указанных субъектов к условиям (требованиям) бизнес-среды работодателя. Именно для того, чтобы термин отражал реальное соотношение (действие) социальных статусов исследуемых субъектов, мы предлагаем использовать такое понятие как «сольватация», позаимствованный нами из

области химии, означающий поведение молекул растворенного вещества в растворителе, где происходит неизбежное изменение свойств молекул в растворе, трансформируя все её параметры. Аналогичные по конгруэнтности процессы можно наблюдать и в ходе адаптации молодого специалиста к конкретному месту на рынке труда, что и позволяет нам обозначать сольватацией модель согласования наличествующих профессиональных компетенций и требований рынка труда.

Как при сольватации молекула растворенного вещества оказывается окружённой сольватной оболочкой, состоящей из тесно связанных с ней молекул растворителя, профессиональные компетенции молодого специалиста подвергаются воздействию реальных требований (интересов) работодателей. В результате «компетентностной» сольватации на рынке труда можно наблюдать трансформацию (частичную либо полную) полученных в высшей школе навыков и умений и актуализацию социально-экономической ситуации на рынке труда. И также как время жизни сольватов определяется характером и интенсивностью межмолекулярных взаимодействий, профессиональные компетенции в значительной мере зависят от величины спроса на них и их постоянного обновления (т.н. «обучение через всю жизнь»). Несоответствие уровня полученных профессиональных компетенций требованиям рыночной конъюнктуры может быть отражено понятием неравновесной сольватации, при которой состав и строение сольватных оболочек (компетенций) не отвечают «энергетическому балансу» системы, т.е. требованиям работодателя.

Одним из важнейших моментов в управлении профессиональной сольватацией является правильное определение её временных параметров. В обычной практике вопрос о продолжительности сольватации специалиста работодатель сам определяет в каждом конкретном случае. Хотя есть мнение о фиксации на законодательном уровне длительности сольватационного периода для исключения волюнтаризма со стороны работодателей и контролирующих органов [2, с.10]. Но на наш взгляд, для эффективного функционирования модели профессиональной сольватации важно отслеживать не столько продолжительность «сольватационного» периода, сколько момент его окончания. Учитывая специфические особенности предлагаемой нами «сольватационной» теории «вхождения» молодого специалиста в производственную среду, моментом окончания исследуемого периода можно считать возникновение положительной (результативной) обратной связи (сигналов) в системе «специалист–работодатель». Иными словами, когда система с большей социальной силой начинает «ощущать» влияние подсистемы с меньшим потенциалом. А далее уже следует обычная профессиональная адаптация – «…процесс непрерывный, постоянно активизирующийся в изменяющихся условиях профессиональной среды» [3]. В этом заключается ещё одно принципиальное отличие сольватации молодого специалиста от его адаптации, который, по мнению HR-специалистов, «…представляет собой механизм, не имеющий окончания, так как внутренняя среда подвергается постоянным изменениям, что в свою очередь ведет к активации процесса» [4], а исследуемый нами феномен имеет относительно чёткие (в зависимости от

критериев оценки) временные рамки и другие темпоральные характеристики.

Список использованных источников:

1. Герасимов, Н.В. Экономическая система: генезис, структура, развитие / Н.В. Герасимов. - Минск: Навука і тэхніка, 1991. - 352 с.

2. Шехонин, А.А., Гармонизация квалификаций в системе высшего образования и в сфере труда / А.А. Шехонин, В.А. Тарлыков, А.О. Вознесенская, А.В. Бахолдин // Высшее образование в России. - 2017. - № 11. - С. 6-11.

3. Дружилов, С.А. Индивидуальный ресурс человека как основа становления профессионализма / С.А. Дружилов. - Воронеж: Научная книга, 2010. - 260 с.

4. Как проходит процесс адаптации новых сотрудников [Электронный ресурс]. - URL: http://opersonale.ru/podbor-i-trudoustrojstvo/-adaptaciya-personala/kak-proxodit-process-adaptacii-novyx-sotrudnikov.html (дата обращения: 11.05.2018).

УДК 338.22

Киреенко В.П.

МАЛЫЙ БИЗНЕС И ЕГО РОЛЬ В ЭКОНОМИКЕ БЕЛАРУСИ

к.ф.-м..н., доц.
Институт бизнеса БГУ,
Беларусь, г. Минск
Kireenkovp@tut.by

Малое и среднее предпринимательство в настоящее время играет существенную роль в экономике развитых стран. Предпринимательство способствует как развитию научно-технического прогресса, насыщению рынка товарами, созданию рабочих мест, так и практической реализации индивидуальных способностей. В данной статье рассмотрены динамика и основные экономические результаты деятельности малого бизнеса в Республике Беларусь в последние годы.

Ключевые слова: индивидуальные предприниматели. микроорганизации, малые организации, малый бизнес.

В настоящее время малый бизнес в развитых странах играет важную роль, а малые и средние предприятия составляют основу экономики. Малое предпринимательство повышает уровень жизни и занятость населения, снижает безработицу и повышает совокупный доход, противодействует монополизму и развивает конкурентную среду, способствует созданию и распространению инноваций. Статистика показывает высокий вклад малых предприятий в экономику развитых стран. Так в США на малый бизнес приходится 54% всех занятых, 35% чистого дохода; в странах ЕС на малых предприятиях трудится свыше 70% работающего населения. Доля малого бизнеса в ВВП США составляет 52%, в странах ЕС – 67%, Японии – 55% [1].

Согласно Закону Республики Беларусь от 1 июля 2010 г. № 148-З «О поддержке малого и среднего предпринимательства» субъектами малого предпринимательства являются:

- индивидуальные предприниматели, зарегистрированные в Республике Беларусь;
- микроорганизации – зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год до 15 человек включительно;
- малые организации – зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год от 16 до 100 человек включительно.

В Республике Беларусь существенное внимание уделяется развитию малого бизнеса. Принято большое количество различных нормативно-правовых документов направленных на развитие малого предпринимательства. В настоящее время происходит реализация Государственной программы «Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь» на 2016-2020 годы; постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 17 октября 2018 г. № 743 утверждена Стратегия развития малого и среднего предпринимательства «Беларусь – страна успешного предпринимательства» на период до 2030 года.

Об официальных улучшениях условий ведения бизнеса в Беларуси в последние годы свидетельствует значительное повышение места страны в рейтинге «Doing Business»: Беларусь переместилась с 63 места (2014 г.) на 37 место в рейтинге 2019 г. но, тем не менее, находится ниже России (31 место) и Казахстана (28 место) (таблица 1 [2]).

Таблица 1 – Рейтинг «Doing Business» некоторых стран

Страны	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Беларусь	63	57	44	37	38	37
Германия	21	14	15	17	20	24
Казахстан	50	77	41	35	36	28
Литва	17	24	20	21	165	14
Польша	45	32	25	24	27	33
Россия	92	62	51	40	35	31
США	4	7	7	8	6	8
Украина	112	96	83	80	76	71

Рассмотрим динамику развития и вклад субъектов малого предпринимательства в основные экономические показатели развития Республики Беларусь. На рисунке 1 представлено изменение количества зарегистрированных субъектов малого бизнеса с 2011 г. по настоящее время, а в таблице 2 – вклад малого предпринимательства в основные экономические показатели Беларуси [3,4].

Представленные данные свидетельствуют, что по итогам 2017 года на долю малого бизнеса микро и малых организаций приходилось 25,1 % валового внутреннего продукта, 25,1 % экономически активного населения, 34,3 % объема внешней торговли товарами, экспорт товаров составил 40,3 %. От субъектов малого предпринимательства за 2017 году в бюджет поступило свыше 834 трлн. рублей налоговых поступлений, что составило 24,6 % доходов

государственного бюджета. По сравнению с 2015 годом удельный вес в доходах государственного бюджета возрос на 3,5 %, причем в основном рост связан с увеличением налоговых поступлений от микро и малых организаций.

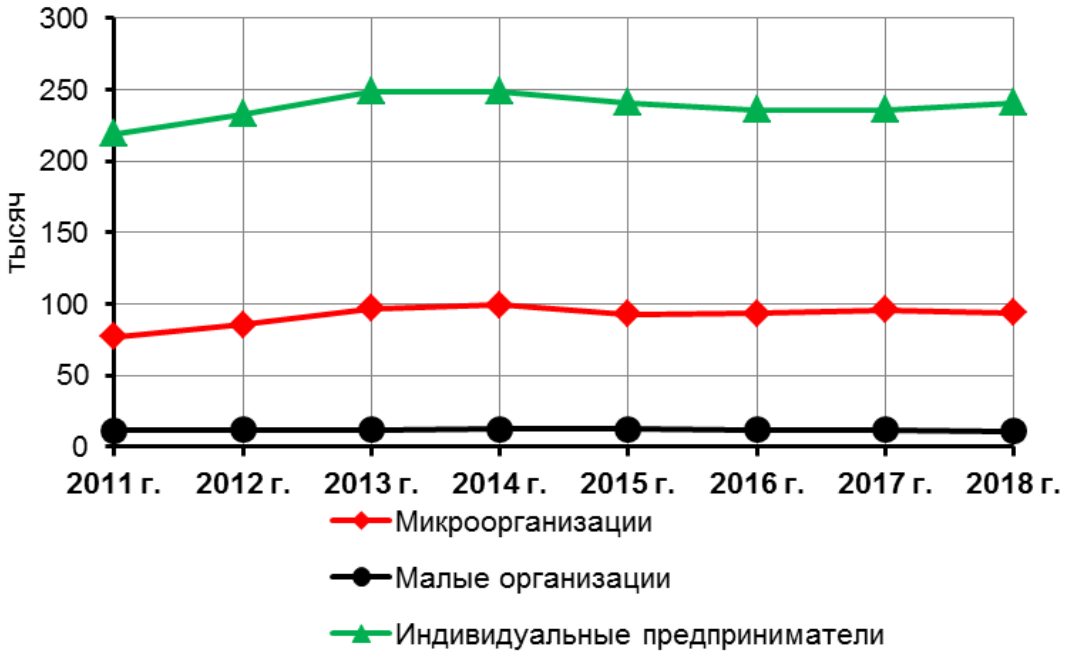

Рисунок 1 – Количество субъектов малого предпринимательства.

Снижение доли малого бизнеса в период 2015-2016 гг. связано с общей рецессией белорусской экономики и сложными экономическими условиями функционирования субъектов хозяйствования. Постепенное восстановление экономики после кризиса в 2016 г. привело к увеличению количества микроорганизаций, малых организаций и индивидуальных предпринимателей и, соответственно, увеличения доли малого бизнеса в экономике Республики Беларусь.

Таким образом, вклад субъектов малого предпринимательства в экономику Беларуси в количественном выражении в период с 2015 по 2017 гг. можно оценить следующим образом:

- формирует (24,1±2,5) % рабочих мест;
- формирует (23,6±5,0) % налоговых поступлений;
- вклад в ВВП составляет (17,6 ±0,8) %.

Данные цифры свидетельствую о том, что вклад малого бизнеса в экономику Республики Беларусь существенно меньше, чем в экономически развитых странах. Более того несмотря на все принимаемые государством меры и существенное улучшением своего положения в рейтинге Всемирного Банка ситуация принципиально не меняется: об этом свидетельствуют как данные таблицы 1, так количество субъектов малого предпринимательства, которое все еще не достигли показателей 2013 г. (рисунок 1).

Основной проблемой, замедляющей развитие малого бизнеса в Беларуси, является реальное, а не декларированное, отношение государственной власти к малому бизнесу.

Таблица 2 – Удельный вес субъектов малого предпринимательства в основных экономических показателях Республики Беларусь

Показатель	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Удельный вес в ВВП,%							
инд. предприниматели	2,6	3,5	4,0	3,5	3,0	3,0	3,1
микроорганизации	4,9	5,9	5,8	5,6	5,0	5,8	6,2
малых организации	9,2	8,7	8,6	8,8	8,7	8,4	8,7
Всего:	16,7	18,1	18,4	17,9	16,7	17,2	18,0
Средняя численность работников, в %							
инд. предприниматели	4,7	5,0	5,4	5,4	5,4	5,4	5,5
микроорганизации	7,8	8,1	8,8	8,1	7,7	8,9	8,8
малых организации	10,1	10,3	10,6	11	10,6	10,4	10,8
Всего:	22,6	23,4	24,8	24,5	23,7	24,7	25,1
Оборот внешней торговли товарами, в %							
инд. предприниматели	0,7	0,6	0,9	0,8	0,7	1,0	0,8
микроорганизации	5,1	8,4	7,6	9,2	8,0	9,0	9,8
малых организации	24,5	20,1	20,2	21,4	25,6	24,6	26,6
Всего:	30,5	28,3	29,6	29,8	30,9	31,7	34,3
Экспорт товаров, в %							
инд. предприниматели	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,2	0,3
микроорганизации	2,1	5,8	2,4	7,9	4,2	4,5	7,0
малых организации	31,8	24,1	23,8	24,7	37,2	33,3	33,0
Всего:	34,1	30,1	26,5	32,9	41,7	38,0	40,3
Импорт товаров, в %							
инд. предприниматели	1,1	0,9	1,4	1,2	1,0	1,6	1,3
микроорганизации	7,7	11,0	12,0	10,4	11,3	12,9	12,2
малых организации	18,1	16,1	17,3	18,3	15,4	17,1	21,1
Всего:	26,9	28,0	30,7	29,9	27,7	31,6	34,6
Поступления в республиканский бюджет, в %							
инд. предприниматели	2,3	2,2	2,3	3,8	2,2	2,1	2,1
микроорганизации	9,1	10,2	8,3	13,2	7,3	8,3	8,6
малых организации	9,2	10,3	11,7	13,7	11,6	13,1	13,9
Всего:	20,7	22,7	22,3	30,7	21,1	23,5	24,6

Это отношение проявляется в неравных условиях деятельности по сравнению государственными предприятиями, частых проверках, крупных штрафах, высоких арендных ставках, проблемах в доступе к финансированию, сложностях в лицензировании деятельности и получений разрешений, уровне защиты прав собственности. Все это тормозит развитие малого бизнеса.

Список использованных источников:

1. Алуян, В.С. Малый бизнес как фактор развития национальной экономики [Электронный ресурс] / Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – № 56 – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/v/malyy-biznes-kak-faktor-razvitiya-natsionalnoy-ekonomiki. – Дата доступа: 12.04.2019.

2. Всемирный банк [Электронный ресурс] / Doing Business Всемирный Банк. – Режим доступа: http://russian.doingbusiness.org/reports/. – Дата доступа: 15.04.2019.

3. Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь.

Статистический сборник // Национальный статистический комитет. – Минск, 2018. – 195 с.

4. Малое и среднее предпринимательство [Электронный ресурс] / Министерство по налогам и сборам Республики Беларусь. – Минск, 2019. – Режим доступа: http://www.nalog.gov.by/ru/svedeniya-predprinimatelstvo/. – Дата доступа: 02.04.2019.

УДК 332

Кузавко А.С.

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДИКИ АНАЛИЗА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА РЕГИОНА

к.э.н.
Смоленский государственный университет,
Россия, г. Смоленск
akuzavko@rambler.ru

Описаны основные подходы к анализу потребительского рынка региона на современном этапе. Предложен подход к анализу потребительского рынка приграничных регионов.

Ключевые слова: потребительский рынок, Днепро-Двинский регион, методика

Потребительский рынок – это тот элемент экономики, который является неотъемлемой частью жизни каждого гражданина, поскольку позволяет удовлетворять разнообразный спрос на товары повседневного и длительного использования. Под потребительским рынком понималась совокупность взаимосвязанных видов экономической деятельности, удовлетворяющих потребности населения в товарах и услугах в границах определённой территории [1].

На развитие потребительского рынка в региональном аспекте оказывают различные факторы: доходы населения, региональные традиции и стандарты потребления, способность региональной экономики удовлетворить местный спрос. В зависимости от географического положения региона меняется поведение потребителей, товарное наполнение рынка и другие характеристики. Также значимым фактором для потребительского рынка приграничных регионов являются межгосударственные интеграционные процессы [1].

Приграничная проблематика постоянно находится в поле зрения ученых в России и за рубежом. В них рассматриваются вопросы: приграничного сотрудничества и его институтов; формирования трансграничных регионов и кластеров; социального развития в смежных регионах стран; меняющихся барьерных и контактных функций границ, трансграничной социальной коммуникации, взаимодействия «большой» межгосударственной и «малой» (трансграничной) интеграции.

Рассмотрим существующие методики анализа потребительского рынка.

Одним из методов оценки потребительского рынка региона является показатель ёмкости. Ёмкость потребительского рынка (ЕПР) как важнейший

его индикатор - это конечный результат потребления населением страны или региона товаров и услуг в стоимостном выражении. Его характеризуют три основных показателя: объём розничного товарооборота, объём общественного питания и объём платных услуг. ЕПР определяется двумя основными факторами: численностью населения территории и уровнем его доходов. Поскольку этот показатель отражает возможный объём продаж товаров народного потребления, продуктов питания и оказания разнообразных платных услуг населению, он может рассматриваться как важный индикатор уровня жизни населения и инвестиционной привлекательности территории.

Помимо определения ёмкости рынка некоторые авторы предлагают оценивать его насыщенность. При этом под насыщенностью потребительского рынка понимается количество товаров и объем услуг, которые могут быть предложены потребителям [2].

В.С. Антонюк и Н.П. Пасечник выделили показатели регионального потребительского рынка по которым следует его анализировать [3]. По их мнению, важно посмотреть динамику следующих показателей:

– Денежные доходы населения, в т. ч. средний размер начисленных месячных пенсий и средняя заработная плата в месяц.

– Денежные расходы населения.

– Доля работников организаций (среднегодовая численность работников организаций).

– Уровень развития личных подсобных хозяйств.

– Доля пенсионеров.

– Инвестиции в региональный потребительский рынок.

– Площадь торгового зала объектов розничной торговли.

– Количество объектов розничной торговли и общественного питания.

– Число мест в объектах общедоступной сети общественного питания и др.

Указанные выше подходы основываются на анализе статистической информации, а также корпоративных данных об объемах товаров и услуг, предлагаемых для потребителей региона. Таким способом описывается макроэкономическая ситуация на потребительском рынке региона, а также выделяются микроэкономические характеристики. Проведение анализов такого рода представляется достаточно сложным, поскольку требует сбора большого объёма данных, доступ к котором зачастую оказывается ограниченным для исследователей и представителей бизнес структур. Исследования основанные на данных такого рода в большей степени ориентированы на оценку и выявление фундаментальных научных знаний о закономерностях развития потребительского рынка и его классификации, а также на формирование информационной базы для органов власти, нуждающихся в знаниях о специфики регионального потребительского рынка при формировании программы его развития.

Бизнес в большей степени интересует не сухая статистика и обобщённые макроэкономические характеристики, а оперативное понимание желаний и предпочтений потребителей, их удовлетворённость и типичные модели поведения. Поэтому достаточно распространённым методом изучения

потребительских рынков служит сегментирование [4]. В его рамках выделяются типы потребителей по различным критериям. Сегментирование позволяет позволяет хозяйствующим субъектам выделить целевую аудиторию для успешной реализации своих товаров и услуг, а для исследователей это возможность описать модели поведения, характеризующие потребителей в рамках исследуемой территории. Выявление моделей поведение, а также описание процесса выбора и решений потребителей, которые не всегда рациональны и соответствуют устоявшимся экономическим законам – является весьма актуальной тематикой в современной науке [5]. Стоит предположить, что выявить информацию такого рода в результате исследования ёмкости рынка или иных макроэкономических показателей достаточно проблематично. Поэтому на современном этапе развития экономической науки важно применять интегральные методы исследований, сопоставляя статистические данные с социологическими опросами потребителей и интервьюированием субъектов бизнес-среды.

Поэтому в рамках исследования потребительского рынка региона важно найти ответы на следующие вопросы:

- какие характеристики товаров являются приоритетными для потребителей и влияют на их мотивы в совершении покупок;
- при каких изменениях характеристик товара или услуги потребитель готов менять привычную модель потребительского поведения;
- как развитие современных информационных технологий (интернет-торговля) влияет на трансформацию потребительского рынка на региональном уровне.

В рамка исследования потребительского рынка приграничных регионов Днепро-Двинского региона (далее ДДР) важна также ответить на следующие вопросы:

- как межгосударственная интеграция влияет на перемещение потребителей, проживающих в приграничных регионах ДДР;
- как отражается на развитии потребительских рынков ДДР межсталичное положение.

Таким образом, представляется, что методика анализа потребительского рынка на региональном уровне должна включать статистический и социологический инструментарий, позволяющий в конечном итоге выделить факторы определяющие модели поведения потребителей в современных экономических условиях, характерных для конкретного региона.

Исследование осуществлено при финансовой поддержке РФФИ по проекту № 19-010-01033 «Выявление закономерностей формирования потребительского рынка регионов российско-белорусского приграничья (Смоленской, Витебской и Могилевской областей – Днепро-двинского региона)»

Список использованных источников:

1. Ридевский, Г.В. Российско-белорусское приграничье :потенциал, вызовы времени и тенденции развития / Г.В. Ридевский, А.В. Шадраков, А.П. Катровский, Ю.П. Ковалев // В сборнике: Российско-белорусское приграничье: проблемы и перспективы развития. Сборник материалов международной научной конференции. – 2016. – С. 9-20.

2. Антонюк, В.С. Содержание и классификация региональных потребительских рынков / В.С. Антонюк, Н.П. Пасешник // Вестник ижевского государственного технического университета. – 2011. – №3. – С. 49.

3. Антонюк, В.С. Теоретические, методологические и практические аспекты функционирования регионального потребительского рынка / В.С. Антонюк, Н.П. Пасешник, А.К. Тащев // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: экономика и менеджмент. – 2012. – №44 (303). – С. 23-32.

4. Борбодоев, М.М. Особенности сегментации потребительских рынков // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2016. – №11-1. – С. 135-138.

5. Ричард Талер. Новая поведенческая экономика. Почему люди нарушают правила традиционной экономики и как на этом заработать. – М.: Эксмо, 2017. – 368 с.

6. Вардомский, Л.Б. Особенности формирования потребительского рынка белорусско-российского приграничья / Л.Б. Вардомский, А.С. Кузавко // Экономический журнал. – 2018. – №2. – С. 6–25.

УДК 338.439.5

Лагодич Л.В.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА МЯСА И МЯСОПРОДУКТОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

к.э.н., доц.
Белорусский государственный экономический университет,
Республика Беларусь, г. Минск

В статье рассмотрены актуальные вопросы развития рынка мяса и мясопродуктов в Республике Беларусь. Обозначены основные тенденции производства, потребления, формирования экспортного потенциала, представлены результаты разработанного прогноза развития рынка мяса и мясопродуктов.

Ключевые слова: рынок мяса и мясопродуктов, Республика Беларусь, экономическая эффективность производства мяса, спрос, предложение, прогноз развития продовольственного рынка.

Мясо и мясопродукты являются ценными видами продовольствия, содержащими белок, необходимый организму человека для нормального функционирования. Они занимают весомую долю в структуре розничного товарооборота продовольственных товаров организаций торговли Республики Беларусь – 20 %. В структуре потребительских расходов затраты на покупку мяса и мясных продуктов составляют чуть более 12 %.

В Беларуси ресурсы мяса и мясопродуктов сложились на уровне 1,3 млн т в год. Объем производства составляет более 1 млн т в год, что позволяет удовлетворить потребности населения и сформировать значительный экспортный потенциал.

Экономическая эффективность производства мяса сельскохозяйственными организациями различается по его видам. Так,

производство мяса КРС убыточно (рентабельность мяса КРС, реализованного сельскохозяйственными организациями, в 2017 г. составила -35,8 %). Уровень аналогичного показателя по мясу свиней находился в пределах от 3,7 % в 2014 г. до 5,5 % в 2017 г., в то время как в 2013 г. он составил -6,2 %, что было связано с ухудшением эпизоотической ситуации в стране по африканской чуме свиней. Исследуемый показатель по мясу птицы сократился с 8,3 % в 2016 г. до 4,9 % в 2017 г [1, с. 182].

В стране достигнут высокий уровень потребления мяса и мясопродуктов, который превышает рациональную норму и сопоставим с аналогичными показателями экономически развитых стран.

Расчетным путем установлено, что говядина, свинина и мясо птицы являются потенциально неконкурентоспособными при вступлении страны в ВТО и росте конкуренции на внутреннем рынке из-за высокого уровня цен в розничной торговле по сравнению с экспортными.

Сырое мясо – стандартизированный продукт, который торгуется на сырьевых товарных биржах и имеет минимальный набор конкурентных преимуществ (цена, условия поставки). В отличие от сырого мяса, мясопродукты могут иметь целый ряд конкурентных преимуществ.

По данным ФАО, мировое производство мяса в среднесрочной перспективе будет расти медленными темпами в США, Бразилии, ЕС, Индии и Российской Федерации. Рост спроса на мясо птицы будет наблюдаться стороны Саудовской Аравии, ЮАР, Японии, Вьетнама, Кубы и ОАЭ. Рост спроса на свинину – со стороны Мексики, Китая, Российской Федерации, США, Японии, Южной Кореи и Австралии. Экспорт говядины, как ожидается, вырастет за счет увеличения закупок в основном странами Азии (Китая, Малайзии, Ирана, Южной Кореи), а также Российской Федерации. Основными поставщиками мяса на мировой рынок будут Бразилия, США, Мексика, Уругвай, Аргентина [2].

Нами выявлены следующие особенности развития производства мяса в Беларуси. Объемы производства мяса птицы на предприятиях промышленного типа, по данным Минсельхозпрода, составляют 100 %, свинины на комплексах по выращиванию и откорму синей – 85 %. В то же время объемы производства говядины на комплексах по выращиванию и откорму КРС составляют лишь 15 %, что ведет к убыточности ее производства и снижению конкурентоспособности на внешнем, а в средне- и долгосрочной перспективе – и на внутреннем рынке. Кроме того, наблюдается ограниченность производства ценных видов мяса (индейка, утка, гусь, кролик, баранина), что снижает качество жизни населения и сокращает возможности страны по товарной и страновой диверсификации экспорта.

Предложение мяса птицы и продуктов его переработки в Беларуси в среднесрочной перспективе по-прежнему будут формировать крупнейшие предприятия, в том числе: ОАО «Агрокомбинат «Скидельский» (производство свинины, говядины и мяса птицы; переработка свинины и мяса птицы и др., торговая марка – «Панскі гатунак»); ОАО «Агрокомбинат «Дзержинский» (производство и переработка мяса птицы, торговая марка «Фабрика здоровья»); ОАО «Птицефабрика «Дружба» (производство и переработка мяса птицы);

ОАО «Витебская бройлерная птицефабрика» (производство и переработка мяса птицы, торговая марка «Ганна»); филиал «Серволюкс Агро» СЗАО «Серволюкс» (производство и переработка мяса птицы, торговая марка «Петруха»); ОАО «Смолевичи Бройлер» (производство мяса птицы, торговая марка «Петруха»).

Предложение мясопродуктов в среднесрочной перспективе будут формировать такие предприятия, как ОАО «Березовский мясоконсервный комбинат»; ОАО «Гродненский мясокомбинат»; ОАО «Волковысский мясокомбинат»; ОАО «Слуцкий мясокомбинат»; ОАО «Витебский мясокомбинат» (торговая марка «Мясковит»); ОАО «Могилевский мясокомбинат»; ИП «ИНКО-ФУД» ООО (мясопереработка, торговые марки «ИНКО-ФУД» и «Белорусская традиция»); ОАО «АФПК «Жлобинский мясокомбинат» и др.

Перспективы развития национального рынка мяса и продуктов его переработки связаны с освоением и техническим переоснащением производственных мощностей животноводческих, птицеводческих, звероводческих и кролиководческих объектов; комплектованием введенных в эксплуатацию объектов поголовьем скота, птицы и зверей; введением государственной информационной системы в области идентификации, регистрации, прослеживаемости сельскохозяйственных животных (стад), идентификации и прослеживаемости продуктов животного происхождения; техническим переоснащением организаций, осуществляющим переработку мяса; повышением конкурентоспособности мяса и мясопродуктов на внутреннем и внешнем рынках.

В результате, согласно сценарию 3 – интеграционному разработанного нами прогноза развития продовольственного рынка, объем предложение мяса и мясопродуктов к 2022 г. (включая запасы на начало года, производство и импорт) может превысить 1,5 млн т, а спрос внутреннего рынка составит 1 млн т. Коме того, сделанный нами прогноз показателей внешней торговли по указанному выше сценарию свидетельствует о том, что объем внешней торговли мясом и мясопродуктами в 2022 г. может составить 1185 млн долл. США, в том числе экспорт 1110 млн долл. США.

Список использованных источников:

1. Сельское хозяйство Республики Беларусь: статистический сборник. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2018. – 234 с.

2. ФАО. 2018. Состояние рынков сельскохозяйственной продукции. Торговля сельскохозяйственной продукцией, изменение климата и продовольственная безопасность [Электронный ресурс]: официальный сайт ФАО. – Режим доступа: http://www.fao.org/3/I9542RU/i9542ru.pdf. – Дата доступа: 30.04.2019.

УДК 338.2

Ланговой В.А.

ПУТИ ПОДДЕРЖКИ ГОСУДАРСТВОМ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

к.э.н., доц.
ГОУ ВПО ЛНР «Донбасский государственный технический университет»,
Луганская Народная Республика, г. Алчевск

Экономическое развитие современного государства невозможно без инновационной составляющей. В данном исследовании будут рассмотрены вопросы инновационного развития экономики, а также предложены направления эффективной поддержки государством научно-технических инноваций в области малого предпринимательства.

Ключевые слова: экономическое развитие, инновации, научно-техническая политика, предпринимательство.

В настоящее время во всех сферах общественной жизни происходит переход к цифровой экономике и поэтому изменение политики государства в отношении инноваций необходимо для обеспечения стабильной положительной динамики экономического развития.

Е.А. Ярославская и Б.А. Якубов утверждают, что инновационное предпринимательство – это многогранный вид экономической деятельности, субъектами которого выступают физические и юридические лица, которые могут осуществлять виды инициативной деятельности, связанные с воспроизводственным циклом инновационного продукта [3].

Не вызывает сомнений тот факт, что в основе инновационного роста находится крупная корпорация, которая является источником действенных изменений экономики. Очевидно, что государство берет на себя большую ответственность за создание определенной среды для функционирования таких изменений. Таким образом, компания и государство являются ключевыми субъектами инновационной политики.

Важные положения, которые на сегодняшний день находятся в основе инновационной политики, были сформированы западными учеными. Они в середине XX века стали проводить исследования в области проблематики экономического роста и технологических изменений и их взаимосвязи, и именно в эти годы было положено начало развитию целенаправленной деятельности компаний по созданию новшеств и реформ, которые соответствовали по своим характеристикам (цена, объем и время предложения) имеющемуся спросу.

Мозес Абрамовиц, Эдвард Денисон, Дж. Кендрик – западные ученые, которые изучали источники экономического роста, нашли и определили главенствующую роль технологических улучшений. Содержанием их работ являются положения о взаимосвязи роста производительности и условий производства с инновационной деятельностью. С точки зрения М. Абрамовица, ограничения предложения труда и капитала можно обойти, инвестируя в новые знания и технологии [2].

Инновации зависят от знаний, навыков, предприимчивости и творческого

начала людей в труде, но государство также играет достаточно важную роль в осуществлении создания достойного уровня условий для инноваций, которые необходимы для обеспечения активной и прогрессивной экономики, включая высокоразвитую науку, технику и технологическую базу, мотивацию для обмена знаниями разными отраслями, и высокие общепринятые нормы образования [1].

А.К. Нестеров утверждает, что государственная инновационная политика – это увеличение вклада науки и техники в развитие экономики страны, стимулирование инноваций, а также преобразования в сфере управления, материального производства, организации науки [4].

Политика государства в отношении инноваций в области малого предпринимательства в качестве элемента системы государственного регулирования пока что частична, неполна и непостоянна. На нормативно-законодательном уровне не сформирована система целей, согласованных с задачами и функциями органов управления. Научно-техническая политика, которая непосредственно связана с политикой государства в отношении инноваций, базируется на основе планирования сохранения научно-технического потенциала. Да, эта цель действительно важная, но не может служить основой для долгосрочной национальной политики.

По нашему мнению, управляя инновационными процессами государство должно демонстрировать упорядоченное и конкретное воздействие на экономику с целью повышения ее инновационной восприимчивости и активности.

В качестве примера успешной инновационной политики можно привести Китай, особенно в сфере развития малого и среднего бизнеса. Позитивные факторы инновационной политики Китая следующие:

- высокая степень правового обеспечения в сфере передачи технологий;
- налоговая система, которая освобождает малые предприятия, занимающиеся освоением новых технологий от налога на прибыль;
- система их льготного кредитования и финансовой поддержки обеспечили эффективное использование научно-технического потенциала и высокую прибыль от инновационной деятельности.

Следует отметить, что позитивным фактором является то, что на основе обмена опытом с Российской Федерацией, в Луганской Народной Республике создается правовая база, регулирующая инновационную деятельность на системной основе.

К сдерживающим факторам развития инновационного предпринимательства можно отнести:

- высокие затраты, которые требуют нововведения;
- недостаточная развитость инфраструктуры поддержки малого инновационного предпринимательства и т.д. [5].

На основе вышесказанного можно сформулировать следующие рекомендации по поддержке государством научно-технических инноваций предпринимательства:

- создание правовой основы для обеспечения активного развития

инновационных процессов, научной и инновационной предпринимательской деятельности;

- внедрение технических и организационно-управленческих разработок с целью повышения эффективности производства;

- создание государственных, региональных и муниципальных программ для создания и поддержки мотивации предпринимателей в инновационной деятельности;

- формирование современного конкурентного рынка инноваций – единого правового, информационного и торгового пространства;

- создание механизмов стимулирования местной власти для поддержки инновационных компаний.

Список использованных источников:

1. Нестеров, А.К. Инновационное предпринимательство / А.К. Нестеров [Электронный ресурс] // Образовательная энциклопедия. - Режим доступа: http://odiplom.ru/lab/innovacionnoe-predprinimatelstvo.html.

2. Дынкин, А.А. Инновационная экономика / А.А. Дынкин, Н.И. Иванова. - М.: Наука, 2004. - 352 с.

3. Ярославская, Е.А. Инновационное предпринимательство в единстве трех основных компонентов / Е.А. Ярославская, Б.А. Якубов [Электронный ресурс] // Современные проблемы науки и образования. - 2012. - № 6. - Режим доступа: http://science-education.ru/ru/article/view?id=7994.

4. Нестеров, А.К. Стимулирование инновационной деятельности / А.К. Нестеров [Электронный ресурс] // Образовательная энциклопедия. - Режим доступа: http://odiplom.ru/lab/stimulirovanie-innovacionnoi-deyatelnosti.html.

5. Мерцалова, Д.В. Налоговая политика зарубежных стран для успешного развития малого предпринимательства / Д.В. Мерцалова // Молодой ученый. - 2014. - №3. - С. 487-488. - URL https://moluch.ru/archive/62/9381/.

УДК 005.336.4:338.45(476)

Лысенкова М.В.

ПОДХОДЫ К ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

к.э.н., доц.
Белорусский государственный экономический университет,
Республика Беларусь, г. Минск
Maya.Lysiankova@mail.ru

В данной статье рассмотрены нормативно-правовые предпосылки и статистические характеристики интеллектуального обеспечения инновационной деятельности, а также разработаны концептуальные подходы к совершенствованию интеллектуального обеспечения предприятий белорусской промышленности.

Ключевые слова: инновационное развитие, интеллектуальное обеспечение, наукоемкость, промышленные предприятия, цифровая экономика.

Формирование современной мировой экономической реальности, базис

развертывания четвертой промышленной революции и процессов высокотехнологичной индустриализации, цифровизация экономики требуют разработки новых концептуальных подходов к интеллектуальному обеспечению инновационного развития промышленных предприятий.

Цели, задачи, направления и механизмы построения в Беларуси цифровой экономики, основанной на интеллекте, прописаны в таких документах, как Директива Президента Республики Беларусь от 14 июня 2007 г. № 3 «О приоритетных направлениях укрепления экономической безопасности государства», решения Пятого Всебелорусского народного собрания, Национальная стратегия устойчивого развития Республики Беларусь на период до 2030 года, Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы, Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы, Стратегия «Наука и технологии: 2018–2040», а также в ряде программ по развитию приоритетных направлений инновационной сферы [2,5-11].

Однако, если в Global Innovation Index-2015 Беларусь занимала 53-е место, в Global Innovation Index-2016 - 79-е, то в рейтинге 2017-го года, Беларусь находится на 88-й позиции [1, 12, 13]. Это худший показатель страны в данном индексе за последние пять лет. Слабыми местами Беларуси составители индекса признали недостаточную эффективность логистики, НИОКР, вопросы кредитования, незначительные венчурные сделки, слабые инновационные связи и другие проблемы. К сильным сторонам Беларуси составители рейтинга традиционно относят такие показатели, как: простота открытия бизнеса, образование, в том числе высшее, процент квалифицированных работников, процент компаний, предлагающих обучение сотрудникам, количество патентов и сертификатов.

Ключевой показатель уровня развития науки и инноваций – наукоемкость ВВП. В ведущих странах мира его величина составляет в среднем 2,5–3% от ВВП, и это является реальным фактором достижения технологического лидерства. В Беларуси наукоемкость ВВП в последние годы составляет около 0,5%, что ниже порогового значения, установленного Концепцией национальной безопасности Республики Беларусь (1%).

Научными исследованиями и разработками в Беларуси занимаются около 26 тысяч человек. По состоянию на октябрь 2017 г. аккредитованы 222 научные организации, в том числе: 76 организаций НАН Беларуси, 36 – Минобразования, 25 – Минздрава, 13 – Минпрома, 9 – Госкомвоенпрома, 63 организации другой ведомственной подчиненности. Доля занятых научными исследованиями и разработками – около 0,6% от занятых в экономике. Число исследователей в расчете на 1 млн жителей в 2016 г. составило 1776 человек, что в 1,4 раза ниже, чем в России (2523 чел.) и почти в 2 раза – чем в развитых странах [3].

Для того, чтобы добиться стабильного роста экономики в дальнейшем, необходимо обеспечить увеличение расходов на разработку, подготовку и освоение производства новых видов наукоемкой и высокотехнологичной продукции, обратить пристальное внимание на производительность

промышленных организаций и результативность инноваций. Все это обусловливает необходимость интеллектуализации промышленности, выражающуюся не только в том, что основным экономическим продуктом предпринимательской деятельности все чаще выступает интеллектуальный продукт (ноу-хау, программное обеспечение, методика, технология и т. п.) и высокотехнологичный продукт (доля затрат на НИОКР в продукте более 3,5 %), но и в том, что сами предприятия становятся интеллектуалами, знаменуя развитие нового типа производства – инновационного и высокоинтеллектуального.

Поскольку доля стоимости знаний в общей стоимости выпускаемой продукции непрерывно растет и уже, по мировым оценкам, превышает 50 %, это обусловливает необходимость разработки моделей и механизмов интеллектуального обеспечения инновационного развития субъектов экономики. В свою очередь, в условиях развития цифровой экономики и становления знаний как основного экономического ресурса, интеллектуальное обеспечение инновационного развития промышленности становится важнейшим фактором повышения конкурентоспособности страны и роста благосостояния ее населения.

Учитывая вышеизложенное, в ходе проведения первого этапа научных исследований 2019 г. были разработаны концептуальные подходы к совершенствованию интеллектуального обеспечения предприятий белорусской промышленности, включающие следующие основные направления:

- *организационно-экономический механизм внедрения цифровых технологий*, образующих технологическое ядро промышленности, включающий такие элементы как мощные централизованные и распределенные вычислительные ресурсы (супер- и квантовые компьютеры; облачные и периферийные вычисления (Cloud и Edge Computing)); программное обеспечение, основанное на системах искусственного интеллекта, предполагающее машинное обучение; сетевые ресурсы нового поколения, объединяющие большие данные (BigData) с использованием принципов построения нейросетей, разработка и внедрение программно-аппаратных комплексов, формирование общегосударственной сети, объединяющей органы государственного управления, субъекты хозяйствования и конкретных потребителей.

- *модель неоиндустриального комплекса промышленности* (производство товаров, работ, услуг), отвечающую вызовам четвертой промышленной революциии, и построенную на базе новейшего «технологического пакета» (нано-, био-, IT аддитивные технологии, композиционные материалы с заданными свойствами). Основные структурные компоненты модели: включение систем искусственного интеллекта в производство; роботизация и использование сенсоров; внедрение технологий промышленного Интернета и Интернета вещей; суперкомпьютерная обработка больших массивов данных в целях оптимизации процессов производства и сбыта, «смарт-энергетика».

- *система высокотехнологического оснащения производств* в условиях цифровой трансформации промышленности, включающая внедрение

роботизированных технологий и интеллектуальных датчиков в оборудование и производственные линии (индустриальный Интернет); применение технологий наращивания материалов взамен среза (аддитивные технологии, 3D- и 4D-принтинг); автоматизация сервисов по заказу и прямой поставке сырья (материалов, комплектующих) производителям и готовой продукции – потребителям; применение беспилотных технологий в транспортных системах, в том числе для доставки промышленных товаров.

Отдельное внимание в сфере обеспечения инновационного развития промышленных предприятий следует уделить внедрению: CALS-технологий, обеспечивающих информационную поддержку поставок и жизненного цикла изделий; ERP-систем, интегрирующих производство и управление персоналом, финансами и активами; MES-систем, решающих задачи синхронизации, координации и оптимизации выпуска продукции на уровне предприятия, цеха, исполнителя; систем обработки и распознавания визуальных данных и мультимедийной информации; средств автоматизированного ввода графических документов и пространственных форм; систем регулирования на базе технологий радиочастотной идентификации; систем квантовой криптографии.

Таким образом, обоснована особая актуальность интеллектуального обеспечения инновационного развития промышленных предприятий в условиях цифровой экономики и сформирована мета-модель этого обеспечения, позволяющая генерировать частные модели в трех аспектах (теоретико-методологическом, институционально-структурном и технолого-практическом) в двух планах: на макро- и микроуровнях. Приведены результаты концептуального моделирования, в рамках которого предложены: организационно-экономический механизм внедрения цифровых технологий, модель неоиндустриального комплекса промышленности, система высокотехнологического оснащения производств.

Список использованных источников:

1. Беларусь в Инновационном индексе Блумберга [Электронный ресурс] / Нац. науч.-техн. портал Респ. Беларусь. – Режим доступа: http://scienceportal.org.by/science/ Дата доступа: 29.03.2019.

2. Государственная программа развития цифровой экономики и информационного общества на 2016–2020 годы. Утв. Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 23 марта 2016 г. № 235 Режим доступа: http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=C21600235. Дата доступа: 29.03.2019.

3. Наука и инновационная деятельность в Республике Беларусь: стат. сб. / Нац. стат. комитет Респ. Беларусь. – Минск. – 2018.

4. Научный, научно-технический и инновационный потенциал [Электронный ресурс] / Словарь экономиста. – Режим доступа: http:// konspekts.ru/ekonomika-2/nacionalnaya-ekonomika/nauchnyj-nauchno-texnicheskij-i-innovacionnyj-potencialy/. – Дата доступа: 27.03.2019.

5. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года [Электронный ресурс] /

Официальный сайт М-ва экон. Респ. Беларусь // Протокол заседания Президиума Совета Министров Респ. Беларусь от 2 мая 2017 г. № 1. – Режим доступа: http://economy.gov.by/uploads/files/NSUR2030/Natsionalnaja-strategija-ustojchivogo-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitija-Respubliki- Belarus-na-period-do-2030-goda.pdf. – Дата доступа: 28.03.2019.

6. О Государственной программе инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы: Указ Президента Респ. Беларусь от 31 января 2017 г. № 31 [Электронный ресурс] / Официальный сайт Гос. комитета по науке и технологиям Респ. Беларусь. – Режим доступа: www.gknt.gov.by/upload/iblock/U-20170131-31.rtf. – Дата доступа: 27.03.2019.

7. О приоритетных направлениях укрепления экономической безопасности государства: Директива № 3 от 14 июня 2007 г. (в ред. Указа № 26 от 26 янв. 2016 г.) [Электронный ресурс] / Официальный Интернет-портал Президента Респ. Беларусь. – Режим доступа: http://president.gov.by/ru/official_documents_ru/view/direktiva-3-ot-14-ijunja-2007-g-1399/. – Дата доступа: 27.03.2019.

8. Об утверждении Концепции национальной безопасности Республики Беларусь: Указ Президента Респ. Беларусь от 9 ноября 2010 г. № 575 [Электронный ресурс] / Официальный сайт Комитета гос. безопасности Респ. Беларусь. – Режим доступа: http://kgb.by/ru/ ukaz575/. – Дата доступа: 27.03.2019.

9. Об утверждении Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы: Указ Президента Респ. Беларусь от 15 декабря 2016 г. № 466 [Электронный ресурс] / Официальный сайт М-ва экон. Респ. Беларусь. – Режим доступа: http://economy.gov.by/uploads/files/Programma-2020.pdf. – Дата доступа: 29.03.2019.

10. Стратегия «Наука и технологии: 2018–2040» (проект) [Электронный ресурс] / Официальный сайт Гос. комитета по науке и технологиям Респ. Беларусь. – Режим доступа: http://nasb.gov.by/congress2/strategy_2018-2040.pdf. – Дата доступа: 29.03.2019.

11. Стратегия развития информатизации в Республике Беларусь на 2016 – 2022 годы Утверждена на заседании Президиума Совета Министров от 03.11.2015 № 26. Режим доступа: http://e-gov.by/zakony-i-dokumenty/strategiya-razvitiya-informatizacii-v-respublike-belarus-na-2016-2022-gody. Дата доступа: 29.03.2019.

12. IMF DATA access to macroeconomic & financial data [Electronic resource] / International Monetary Fund // BOP and IIP Data by Economy. – Mode of access: http://data.imf.org/?sk=b4a9517a-a080-4d8a-b1dd-1bba58213b7&sId=1414507696896. – Date of access: 27.03.2019.

13. Knowledge Economy Index (KEI) 2017 Rankings [Электронный ресурс] / The World Bank. – Режим доступа: http://go.worldbank.org/JGAO5XE940. Дата доступа: 29.03.2019.

УДК 336.51

Матвеева Е.Е.

ОЦЕНКА КОНТРОЛЬНОЙ ФУНКЦИИ ЗА ИСПОЛНЕНИЕМ БЮДЖЕТА МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

д.э.н, доц.
Смоленский государственный университет
Россия, г. Смоленск

В современной российской экономике бюджеты муниципальных образований осуществляют важную роль для ее развития. К сожалению, на данный момент времени ее состояние неудовлетворительно. Из- за отсутствия полноценного контроля за местным бюджетом, финансы выделенные на определенные мероприятия для населения могут не дойти, что вызывает недоверие населения к государству.

Ключевые слова: бюджетный контроль, местный бюджет, Контрольно-счетная палата, государственный финансовый контроль, экспертно-аналитические мероприятия

Во многих субъектах Российской Федерации и муниципальных образованиях наблюдается нецелевое расходование денежных средств, мошенничество, а так же и хищение. Бюджеты муниципальных образований или же местные бюджеты, неотъемлемая часть бюджета государства, так как данные бюджеты составляют 8% от ВВП.

Местный бюджет охватывает большой круг значимых для муниципального образования статей, таких как социально- культурное, коммунальное, транспортное, медицинское и другое обслуживание населения.

Четкое распределение обязанностей и усиленный контроль поможет избежать ошибок в формировании и исполнении бюджета муниципальных образований.

Отсюда можно сделать вывод о том, что система контроля за исполнением бюджета несовершенна и ее обязательно нужно дорабатывать.

Благодаря совершенной системе финансового контроля и целостного исполнения бюджета муниципальных образований, экономика регионов станет сильнее, что указывает на развитие и процветания государства в целом.

Контрольно-счетная палата города Смоленска является инструментом муниципального финансового контроля, который подотчетен и образован Смоленским Советом.

Контрольно-счетная палата является постоянно действующим органом и ее работа не может быть приостановлена даже в связи с досрочным прекращением полномочий Смоленского Совета.

После проведения контрольных мероприятий, Контрольно-счётная Палата подводит итоги, где на их основе выявляет отклонения и их причины, разрабатывает предложения и рекомендации по их устранению. На основании результатов проведения проверок предприятий, учреждений, организаций, Счётная палата высылает представления администрации учреждении по выявлению нарушений, возмещению государству ущерба, и привлечению к ответственности должностных лиц.

Важнейшей направленность Контрольно-счётной палаты является

контрольная деятельность в бюджетной сфере. Деятельность органа направлена на контрольно-ревизионные и экспертно-аналитические мероприятия, для того, что бы оценить результаты направленные на достижение стратегических целей муниципального образования, установленных и утвержденных городской Думой. Содержание плана устанавливается путем анализа отчетов предыдущего года. Существенную часть плана составляет блок проверок, в которые включены мероприятия по вопросам актуальным для города, так же на поддержание вопросов направленных на предотвращение нарушений. Обязательным пунктом в плане внесены предложения по оптимизации работы Счётной палаты, так же предложения правоохранительных органов с которыми заключены соглашения о взаимодействии.

Одними из важнейших целей является контроль за исполнением бюджета муниципального образования, государственных внебюджетных фондов, государственных соглашений и контроль за рациональным расходованием бюджета.

Контрольные мероприятия Счётной палаты делятся на три этапа:

1) подготовительный;
2) основной;
3) заключительный.

На подготовительном или же предварительном этапе контрольного мероприятия проводится изучение его предмета и его объектов, после чего составляются цели и задачи, методы проведения контрольных мероприятия, а так же составляются планы, критерии оценки аудита, план проведения аудита и другие вопросы, связанные с подготовкой к контрольным мероприятиям. Результатом данного этапа будет являться составление смет, планов проведения контрольного мероприятия.

Подготовка для изучения проводится путем сбора информации, запросов организаций о предмете и объекте контрольного мероприятия в объеме, требуемого и достаточного для его проведения. В ходе изучения, проводится анализ нормативно-правовых актов, анализ отчетов работ предыдущих лет, так же изучаются отчеты о проведении проверок других контролирующих организаций. В процессе изучения материалов, могут быть случаи, когда проведение контрольных мероприятий будет нецелесообразно, либо не подходит дата проведения, для этого лицо ответственное за данное мероприятие, направляет предложение об изменении деталей контрольного мероприятия Председателю Счётной палаты и тот в свою очередь, меняет тему, дату проведения контрольного мероприятия в зависимости от обстоятельства.

По итогам анализируемой информации составляется план контрольного мероприятия, который утверждается Председателем Счётной палаты, и доводится до ознакомления должностным лицам принимающим в нем участие.

На основном этапе осуществляется проведение контрольного мероприятия. Контрольное мероприятие представляет собой проверку по приготовленному плану, анализируя собранные данные. На руководителе контрольного мероприятия лежит ответственность за исполнение программы, до начала проверки, разъяснить рабочей группе их права и обязанности,

распределить вопросы, пояснить содержание программы проверки, распределить проверяемы участки. В случае, если же участники группы не будут соответствовать принятому плану и не выполнят свои поставленные обязанности, руководитель группы должен принять определенные меры. Руководитель должен проследить о составлении полного, своевременного и качественного итогового акта, о правильности и своевременности вносимых данных.

Данные, вносимые в акт проверок подкрепляются доказательствами, которой выступает фактическая собранная информации о нарушениях использования бюджета или же недостатка средств. Доказательства должны быть в полном объеме в соответствии с планом проверки, достоверными, должны быть собранны только должностными лицами. Все собранные доказательства в обязательном порядке фиксируются в акте проведения проверки.

Заключительным этапом проверки является оформление результатов проведения контрольного мероприятия. После проведения проверки руководитель готовит отчет, который должен быть составлен в соответствии с Регламентом.

В отчете указывается количество выявленных нарушении, обязательно подкрепленных собранными доказательствами, определяются причины нарушений и недостатка средств бюджета, указываются лица ответственные за нарушения и влекущие за собой ответственность. Далее составляются выводы по проверке, в которых указываются нанесенный ущерб бюджету Смоленска. После этого выносятся предложения по устранению нарушений, которые должны быть:

- направлены на возмещение ущерба причиненному бюджету муниципального образования;
- направлены на принятие мер по устранению нарушений, которым можно дать оценку и измерить.

В конце составления, отчет о проведении контрольного мероприятия подписывается Председателем Счётной палаты города Смоленска и в обязательном порядке размещается на сайте Контрольно- счётной палаты города Смоленска в Интернете и опубликовывается в средствах массовой информации.

В 2017 году Контрольно-счётная палата города Смоленска провела 96 контрольных и экспертно-аналитических мероприятий, в том числе:

- контрольных мероприятий - 5, охвачено 6 объектов, в том числе:
- органы местного самоуправления – 5,
- муниципальные учреждения – 1

Объем средств, проверенных при проведении контрольных мероприятий, составил 227 942,7 тыс. рублей.

- экспертно-аналитических мероприятий – 91

В ходе контрольных мероприятий выявлено нарушений на 6 583,7 тыс. рублей в суммарном выражении, в том числе:

- нецелевое использование бюджетных средств на сумму 174,7 тыс.

рублей;

- неправомерные расходы на сумму 676,0 тыс. рублей;

- нарушение бухгалтерского (бюджетного) учета на сумму 2 139,1 тыс. рублей;

- прочие нарушения на сумму 3 593,9 тыс. рублей, из них:

- нарушения в сфере размещения заказов, и как следствие, не обеспечение результативности -2 693,7 тыс. рублей;

- нарушение порядка и условий оплаты труда – 170,8 тыс. рублей;

- осуществление полномочий, не отнесенных к вопросам местного значения – 660,0 тыс. рублей;

- нарушения в сфере распоряжения муниципальным имуществом – 13,5 тыс. рублей;

- нарушение порядка предоставления финансовой помощи некоммерческой организации – 55,0 тыс. рублей.

Проводя контрольно-ревизионные и экспертно-аналитические мероприятия, Контрольно счетная палата города Смоленска, делала запросы в Администрацию города Смоленска, Федеральное Казначейство и другие структуры. На основе запрошенных данных и данных утвержденного плана, Счётная палата проводила проверку исполнения доходных и расходных статей бюджета.

Исполнение доходной части бюджета города Смоленска за 2017 год составило 94,5 % от утвержденных годовых бюджетных назначений, в том числе: по собственным доходам – 73,0 %; по безвозмездным поступлениям – 129,7 %. Собственных доходов недополучено в сумме 887 966,347 тыс. руб., в том числе налоговых – 305 510, 869 тыс. руб., неналоговых – 582 455,479 тыс. руб.

В отчетном году в бюджет города Смоленска поступило 5 015 690,464 тыс. руб. в том числе:

- собственные доходы – 2 402 365,580 тыс. руб. (удельный вес – 47,9 %);

- безвозмездные поступления – 2 613 324,884 тыс. руб. (удельный вес – 52,1 %).

Весомую часть доходов города Смоленска составили налоговые поступления (89,1%). Анализ структуры исполнения расходов показал, что бюджет города социально ориентирован. Основную долю расходов бюджета города в 2017 году составили расходы на социальную сферу, из них на образование - 57,0 %.

Расходы бюджета города исполнены в сумме 5 096 502,443 тыс. руб. или 89,3 % утвержденных бюджетных ассигнований.

Самое низкое исполнение сложилось по следующим разделам:

- «Жилищно-коммунальное хозяйство» – 61,8 %;

- «Средства массовой информации» – 75,5 %;

- «Социальная политика» – 85,5 %.

Исполнение бюджета города по расходам осуществлялось на основании утверждаемой руководителем финансового органа СБР. При исполнении бюджета города Смоленска первоначально утвержденные бюджетные

ассигнования корректировались в течение года 7 раз в соответствии с решением о бюджете и 1 раз без внесения изменений в решение о бюджете (статья 217 БК РФ).

При заключении государственных контрактов были выявлены многочисленные факты принятия объектами контроля финансовых бюджетных обязательств, стоимость которых превышала доведенные лимиты. На рисунке 1 представлены предложения по совершенствованию внутреннего государственного финансового контроля с целью осуществления полного цикла бюджетного контроля.

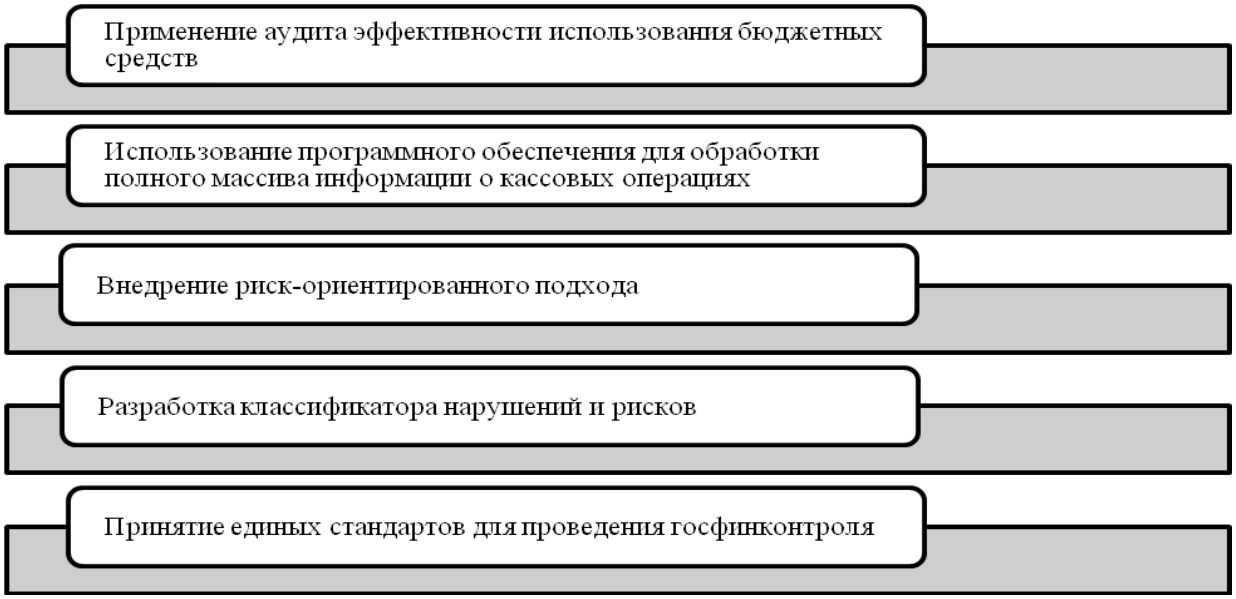

Рисунок 1 - Предложения по совершенствованию внутреннего государственного финансового контроля.

Таким образом, представленные предложения по совершенствованию внутреннего государственного финансового контроля позволят эффективно осуществлять полный цикл бюджетного контроля: от предварительного и текущего контроля, в момент совершения операции до последующего контроля, осуществляемого по результатам исполнения бюджета, а также применять меры ответственности к лицам, совершившим нарушения действующего бюджетного законодательства.

Список использованных источников:

1. Постановление Правительства РФ от 01.12.2004 № 703 «О Федеральном казначействе» (ред. от 15.03.2017).

2. Прокофьев, С.Е. Модернизация системы государственного финансового контроля в Казначействе России/ С.Е. Прокофьев// Бюджет.-2017-№ 2.-С. 38-43.

3. Силуанов, А.Г. Казначейство России: итоги, новые функции, новые задачи/ А.Г. Силуанов, Т.Г. Нестеренко, Р.Е. Артюхин //Финансы.-2016.- № 3.-С. 8-17.

УДК 338.439

Матюшкина И.А.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ АПК

к.э.н., доц.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
vuyakova@yandex.ru

В статье рассмотрены вопросы экономической безопасности агропромышленного комплекса России, обоснована актуальность изучения данного вопросы. Особое внимание уделено вопросам изучения потенциала увеличения продовольственной независимости и экспорта России на 2020 г. при благоприятных экономических условиях.

Ключевые слова: экономическая безопасность АПК, Россия, угрозы экономической безопасности АПК.

Экономическая безопасность направлена на обеспечение определенного уровня защиты государственных и национальных интересов страны в области экономических потерь и внешних и внутренних угроз. То насколько в государстве обеспечена экономическая безопасность можно оценить при помощи индикаторов, критериев и показателей, определяющих критические значения развития экономической государственной системы. Опыт развития ряда зарубежных государств говорит о том, что за границей установленных критических значения экономическая система не способна саморазвиваться и утрачивается ее конкурентоспособность.

В зарубежных и отечественных исследованиях авторы классифицируют виды экономической безопасности по сферам и отраслям экономики, при этом чаще всего выделяют два основных вида безопасности: промышленную и технологическую. Однако, практика функционирования и развития государств и события в современной политической сфере говорят о том, что анализ и пристальное внимание к выше обозначенным видам экономической безопасности являются недостаточными для устойчивого развития народного хозяйства [1].

В современных условиях хозяйствования во многих странах в качестве приоритетной выделена продовольственная безопасность, так именно ее стабильность и достаточность выступает гарантом политической и социально-экономической стабильности в государстве. Причем она должна быть достигнута за счет развития и стабилизации сельского хозяйства страны и формирования общей экономической безопасности агропромышленного и агропродовольственного комплекса. Это обуславливает необходимость выделения экономической безопасности в сельском хозяйстве и агропромышленном комплексе в наиболее приоритетный вид безопасности государства. Это говорит о том, что сельские территории, сельское хозяйство и весь агропромышленный комплекс (включающий в себя сельскую инфраструктуру, малый бизнес на селе, пищевые перерабатывающий предприятия), нужно обязательно обеспечивать экономическими и законодательными государственными мерами, соответствующими средствами

и ресурсами, которые позволит защитить их от экономических и социальных потерь, внешних и внутренних угроз [2].

Вопросы достижения продовольственного обеспечения и продовольственной безопасности особенно актуально для экономики России в связи с секторальными антироссийскими санкциями, что ставит под угрозу продовольственную безопасность. Проблемы существующие в конкурентоспособности российского сельского хозяйства и продовольственного обеспечения привели к необходимости выделения экономической безопасности АПК в отдельный вид безопасности. Это объясняется не только с ограниченностью продовольственных ресурсов территорий, но и формированием продовольственных запасов и конкурентной борьбой на аграрных рынках. Нужно сказать, что во многих странах мира аграрная продовольственная политика глобализуется и становится одним из важнейших объектов геоэкономического и геополитического планирования. При этом она играет колоссальную роль в вызовах, которые идут от глобализации экономики мира. Долгое время процессы глобализации оценивали, как объективный процесс экономического развития. Однако, в современном мире эти процессы оцениваются не однозначно. Многие ученые однозначны во мнении, что главенствующую роль в процессе глобализации занимает США и их геополитические партнеры. Процесс глобализации современной мировой экономической системы ориентируется на интересы ведущих держав Запада и приобретает характер моноцентричности. При отмечается тенденция стирания национальных и региональных (геополитических) границ. Но экономическое развитие не может идти полноценно в ситуации монопольного доминирования. В противовес моноцентричной модели экономического развития существует полицентричная модель, которая с точки зрения объективности больше отвечает реальным процессам развития мировой экономической системы и интересам большей части государств. В этих условиях Россия должна определить и закрепить свое место в глобализации, обеспечить конкурентоспособность страны, ее национальную и экономическую безопасность во всех секторах и сферах народного хозяйства.

Государственная стратегия экономической безопасности России определяет содержание экономической безопасности, устанавливает ключевые индикаторы, понятия, критерии угроз развития национальной экономической системы. Это, в первую очередь, показатели функционирования экономики в условиях расширенного воспроизводства. При этом в государстве и обществе отрасли имеющие жизненно важное значение должны иметь высокий уровень развития. Государство не может допустить критического уровня импорта наиболее значимых видов продукции в объеме превышающим допустимые значения.

При этом, общий экономический курс России должен учитывать международную кооперацию производства и внешнеэкономическое сотрудничество. Нужно ориентироваться на сохранении государственного контроля над ресурсами, имеющими стратегическую значимость не допускать

их вывоза в размерах, которые могут причинить ущерб национальным интересам государства [3].

Кроме того, государство должно обеспечивать высокий уровень и качество жизни населения. Существуют максимально установленные границы социально-политической стабильности, которые учитывают уровень безработицы, показатели имущественной дифференциации населения, уровень бедности населения и ряд других. Одним из важных критериев экономической безопасности России является доступность транспорта, связи, образования, медицинского обслуживания, учреждений культуры, энергоресурсов, коммунальных услуг. При углубленном изучении уровня экономической безопасности государства они должны проанализированы по отраслям, территориям, кластерам, регионам и т.д.. Так именно на основе этих показателей формируются пороговые значения показателей экономической безопасности.

Начиная с 2014 года в России остро встала проблема поиска путей и резервов импортозамещения во все субъектах РФ в связи с обострением проблемы обеспеченности населения сельскохозяйственным продовольствием и сырьем, так как были введены первые международные антироссийские санкции на ряд продовольственных товаров. Однако данная ситуация положительно сказалась на развитии агропромышленного комплекса России. В 2017 году объем производства сельскохозяйственной продукции составил 5,6 трлн. руб, что на 4,8% больше чем в 2016 году. При этом в сравнении с 2013 годом в физическом объеме производство сельхозпродукции выросло на 11,3%. Оценка Росстата говорит о следующем распределении объема сельскохозяйственного производства в 2017 году: хозяйства населений – 34,7% от общего объема сельскохозяйственной продукции, крестьянские (фермерские) хозяйства – 12,5%, сельскохозяйственные организации – 52,8%. Основной рост сельскохозяйственной отрасли связан с увеличением сборов сельскохозяйственных культур (за последние три года прирост отрасли растениеводства составил 16,4%). Отрасль животноводства также растет, но более медленным темпами. За период с 2014 г. по 2017 г. прироост составил 5,7%, в основном за счет отрасли свиноводства. Вслед за ростом сельскохозяйственной отрасли увеличивается вклад сельского хозяйства в ВВП России. Так, в 2017 году он составил 3,9%. Основными причинами роста агропромышленного комплекса России является активная государственная поддержка сельскохозяйственных товаропроизводителей, развитие экспортного потенциала и рост конкурентоспособности российских сельхозпроизводителей на фоне девальвации рубля в 2014 году. При этом укрепление рубля в 2016-2017 гг. и снижение объемов государственной поддержки оказывает негативное влияние на развитие АПК страны.

Необходимо отметить главную цель экономической безопасности агропромышленного комплекса, которая состоит в том, чтобы обеспечить такой уровень развития системы экономических отношений «снабжение – производство - переработка - реализация продукции», который создает благоприятные условия для жизнедеятельности и формировании личности на

селе, обеспечивает конкурентоспособности агропромышленного комплекса и российского сельского хозяйства, социально-экономической и военно-политической стабильности общества в целом.

Список использованных источников:

1. Кундиус, В.А. Организационно-экономический потенциал развития сельского хозяйства трансграничных территорий Алтая в условиях антироссийских международных санкций // Материалы Международной научно-практической конференции «Аграрная наука – сельскому хозяйству». – Барнаул 2015. – С. 16-22.

2. Матюшкина И.А. Пространственная экономика: учебное пособие [Электронный ресурс] / И.А. Матюшкина, О.М. Михалева, И.В. Игольникова. – М.: Издательство «Мир науки», 2017. – 163 с.

3. Матюшкина, И.А. Современное состояние продовольственной безопасности Брянской области [Текст] / И.А. Матюшкина, С.В. Герасименкова // Агропродовольственная политика России, 2014. - №8. – С. 28-42.

УДК 338.24

Мельникова И.Н.,
Мельников Н.К.

ВЗАИМОСВЯЗЬ НОВОЙ ИНДУСТРИАЛИЗАЦИИ И СТРАТЕГИИ «УМНОЙ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ»

Центр системного анализа и стратегических исследований НАН Беларуси
Республика Беларусь, г. Минск
к.э.н., доц.
Институт бизнеса Белорусского государственного университета
Республика Беларусь, г. Минск

Рассматривается вопросы применения концепции «умной специализации» в контексте нового уровня индустрилизации. Проведен анализ европейского опыта реализации платформ «умной специализации». Даются рекомендации по совершенствованию разработки инновационной стратегии с учетом практики оптимизации отраслевой структуры регионов путем концентрации ресурсов на ограниченном наборе приоритетов.

Ключевые слова: новая индустриализация, умная специализация, промышленная политика, инновационная политика, стратегическое планирование, региональное развитие.

Новая индустриализация играет ключевую роль в осуществлении структурных изменений и является критически важным фактором роста развивающихся стран. Основоположник теории новой индустриализации в России, профессор Губанов С.С. определяет новую индустриализацию как «исторически закономерный процесс развития производительных сил, который разворачивается после завершения в основном первой фазы индустриализации (электрификации)» и начале второй фазы («автоматизации и компьютеризации производственного аппарата») [1]. Эксперты из стран ОЭСР также связывают наступление нового уровня индустриализации с широкомасштабным внедрением комплекса прорывных технологий в производство и

цифровизацией производственных процессов.

Концепция «умной специализации» (smart specialization) является составной частью современных промышленных политик и одним из инструментов новой индустриализации. В свете реализации задач Стратегии «Наука и технологии: 2018-2040», одобренных научным сообществом на II Съезде ученых Республики Беларусь и предусматривающих в первую очередь «определение прорывных областей и возможных точек роста для научно-технической сферы исходя из сформированной специализации, накопленных компетенций и заделов ученых», отдельный интерес представляет рассмотрение опыта разработки и реализации стратегий «умной специализации» [2, с. 14].

В ключевых концепциях современных промышленных политик произошел переход от идей по развитию специализации и увеличению производительности к идеям по развитию современных промышленных экосистем. При этом подходы по концентрации ресурсов на ограниченном наборе приоритетов остаются крайне актуальными на региональном уровне.

Концепция «умной специализации» направлена на разработку и согласование двух критических требований: определение приоритетов в вертикальной специализации и поддержание рыночных сил, обеспечивающих работоспособность областей инновационного развития. Она может рассматриваться как с точки зрения политики (управленческий аспект), так и с точки зрения экономики (рыночный аспект). С точки зрения политики, концепция ориентирована на снижение имеющейся у регионов неэффективности и относительной социальной изоляции. Это требует выявление регионами ограниченного числа отраслей, которые могут рассматриваться как важнейшие для их экономического развития, обладают конкурентными преимуществами и привлекают в свое развитие преобладающий объем ресурсов. С точки зрения управления, концепция «умной специализации» охватывает следующие ключевые аспекты: совершенствование инновационных процессов на основе продуманных мер инновационной политики; поддержание эффективного диалога между регионами и ЕС в процессе реализации политики; разработка приоритетов инновационной политики регионов главным образом путем создания рабочих мест, основанных на знаниях; создание синергии между региональными, национальными и европейскими инвестициями в сферу инновационного развития; вовлечение широкого круга заинтересованных сторон на региональном уровне в разработку и реализацию инновационной политики.

Принципы концепции «умной специализации» в течение многих лет неявно применялись в некоторых европейских регионах, в частности в Германии, в форме ориентированных на будущее трансформационных процессов. Показателен пример германской земле Бавария, считающимся передовым инновационным регионом Европы. Несмотря на то, что высокотехнологичный производственный сектор этой земли занимает 29% от общей валовой стоимости, удержание конкурентных преимуществ требует постоянного и усиливающегося внимания. Баварское правительство определяет

свою региональную инновационную политику как важный элемент укрепления конкурентоспособности региональной экономики и рассматривает исследования, технологии и инновации как основу общественного развития и экономического благосостояния. Баварская инновационная политика опирается на многолетний опыт экономической, структурной и региональной промышленной политики [3, с. 21]. В качестве целей в области инновационной политики земли определены: повышение внимания общества к научной и исследовательской проблематике; обеспечение качества институциональных рамочных условий для исследований, технологий и инноваций; предоставление поддержки предприятиям в области инноваций и роста на всех уровнях; использование регионально сбалансированных инструментов инновационной политики; достижение синергетического эффекта от использования инструментов и средств воздействия трех уровней — земельного, федерального и наднационального [4, с. 6]. При этом считается, что государство не обладает специфичным знанием по приоритетам инновационного развития, и необходимо вовлечение в эту работу широкого круга заинтересованных сторон.

В Республике Беларусь сложились существенные региональные различия в уровне инновационного потенциала. Лидером по уровню инноваций и научно-технические разработок является столица и столичный регион. Наиболее отстающим по основным показателям инновационной деятельности является Брестская область. Между тем самый западный регион Беларуси обладает определенным научно-техническим потенциалом: тремя организациями Национальной академии наук Беларуси, четырьмя высшими учебными заведениями, а также двумя десятками иных организаций, осуществляющих научные исследования и разработки. Региональным лидером в области научно-исследовательских разработок выступает Брестский государственный технический университет. В течение двух последних лет это высшие учебные заведения Брестской области завершили около 500 научно-исследовательских разработок, большинство из которых внедрены на предприятиях республики и за ее пределами. Приоритетными структурами инновационных разработок в техническом университете являются научно-исследовательские лаборатории «Искусственные нейронные сети» и «Робототехника». Научно-технический потенциал этих лабораторий сосредоточен в области разработки систем искусственного интеллекта, машинного зрения и компьютерной безопасности. Показательным является факт внедрения разработанной специалистами Брестского государственного технического университета на ОАО «Савушкин продукт» системы контроля качества маркировки разных видов тары с пищевыми продуктами непосредственно на конвейере. Таким образом, инновационные разработки позволяют усилить экспортный потенциал крупнейшей белорусской компании по производству высококачественной молочной и соковой продукции, широко известной в России. Университет участвует в 10 международных проектах в научно-технической сфере.

С учетом специфики региона, непосредственно примыкающего к территории Европейского союза и исторически тесно связанного с восточными

регионами Польши, следует усилить стратегию локализации в рамках «умной специализации» региона. Для этого целесообразно предусмотреть меры по расширению связей с другими регионами, в том числе и за пределами страны, с целью получения максимальной отдачи от рационального сочетания местного интеллектуального потенциала.

Действенным способом налаживания сотрудничества в рамках концепции «умной специализации» выступает организация так называемых платформ. Европейская платформа «умной специализации» (Smart Specialisation Platform) [5] представляет собой комбинацию онлайн инструментов продвижения межрегиональной кооперации и созданию партнерств между различными категориями действующих лиц, вовлеченных в инновационную деятельность; способствует аккумулированию и распространению информации связанной со сферой развития инноваций. К таким инструментам относятся: база данных Eye@RIS3; поисковые системы по запланированным из средств европейских структурных и инвестиционных фондов инвестициям в развитие сферы ИКТ, сферы энергетики; инструмент для определения структурного сходства регионов ESIF-Viewer; онлайн каталог информации о цифровых инновационных хабах (digital innovation hubs). Целью создания базы Eye@RIS3 является сбор сведений о региональных приоритетах инновационного развития в рамках Европейского союза и некоторых отдельно выделенных стран, что позволяет заинтересованным сторонам позиционировать свою территорию в сравнении с другими, выявить уникальные ниши для развития, находить направления для инвестирования и партнеров для сотрудничества. Специализированная Платформа по промышленной модернизации (S3P-Industry) сочетает в себе «умную специализацию» и межрегиональную кооперацию для стимулирования промышленной конкурентоспособности и инноваций.

Критерием эффективности новой индустриализации может рассматриваться не рост стоимостной оценки ВВП, а повышение комплексной производительности и качества жизни населения, а главным методом ее осуществления становится массовое инновационное предпринимательство [6]. В рамках реализации стратегий инновационного развития и стратегий новой индустриализации помимо концепций «Индустрия 4.0», «Общество 5.0», «Университет 3.0» выделяется новый подход к развитию предпринимательства. Концепция «Предпринимательство 3.0» предполагает наступление новой эры предпринимательства, объединяющей стартапы, крупные корпорации и исследовательские университеты в симбиотические партнерства, где стартапы извлекают выгоду из исследований и ресурсов, в то время как корпорации получают прибыль от работы инноваторов, а не соревнуются с ними. В качестве инструмента, поддерживающего развитие инновационного малого и среднего предпринимательства на региональном уровне, можно выделить создание цифровых инновационных хабов. Цифровые инновационные хабы представляют собой некоммерческие образования, имеющие физическое представление в регионе и работающие по принципу «одно окно». Малые и средние предприятия, у которых есть инновационная идея, но не хватает знаний

или технической базы для реализации, могут обратиться в хабы для того, чтобы получить поддержку в тестировании своих идей и широкомасштабному их внедрению. В настоящий момент в Европе насчитывается более 450 соответствующих хабов. Большинство из них финансируется из средств структурных фондов и объединяет университеты, исследовательские и технологические организации, представителей отраслей промышленности, региональных агентств по развитию и властей. Необходимость развития подобных образований уже нашло свое отражение в европейских стратегиях «умной специализации», Стратегии цифровизации европейской промышленности.

Для достижения стратегических целей страны требуется высокий уровень координации и интеграции промышленной политики с другими соответствующими политиками. Анализ имеющейся практики реализация ключевых аспектов концепции «умной специализации» позволяет выделить ряд факторов, которые могут способствовать совершенствованию разработки инновационной стратегии регионов Беларуси:

выбор приоритетов, формирование региональных компонент стратегии инновационного развития необходимо осуществлять на основе широкого диалога заинтересованных сторон на основе долгосрочного прогноза научно-технологического развития;

разработка и реализация региональной инновационной политики должна осуществляться в рамках локализации инновационных стратегий регионов, учитывающих уровень и специфику их развития, путем раскрытия предпринимательского потенциала;

повышение заинтересованности всех субъектов инновационной деятельности в развитии наукоемких технологий и инноваций требует мобилизация дополнительных инвестиций частного сектора, особенно в относительно слабых регионах.

Список использованных источников:

1. Губанов, С. С. Новая индустриализация в определении профессора / С. С. Губанов // Интернет-портал журнала «Экономист».

2. Стратегия «Наука и технологии 2018-2040», утв. Постановлением Президиума НАН Беларуси №17 от 26.02.2018 г.

3. Gesamtkonzept für die Forschungs-, Technologieund Innovationspolitik der Bayerischen Staatsregierung / Bayerische Staatsregierung [Electronic resource]. – 2018. – Mode of access: https://www.stmwk.bayern.de/download/8579_broschuere_forschungs_technologiestrategie.pdf. – Date of access: 11.12.2018.

4. Operationelles Programm des EFRE im Ziel «Investitionen in achstum und Beschäftigung» / Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie [Electronic resource]. – 2018. – Mode of access: https://www.efre-bayern.de/fileadmin/user_upload/efre/dokumente/14_03_12_Entwurf_OP_Ziel_IWB_Einreichung_sfc2014.pdf. – Date of access: 11.12.2018.

5. https://ec.europa.eu/growth/industry/policy/smart-specialisation_en

6. Бляхман, Л.С. Новая индустриализация: сущность, политико-

экономические основы, социально-экономические предпосылки и сопровождение / Л.С. Бляхман // Проблемы современной экономики. – 2013. – № 4. – С. 44–53.

УДК 332

Миркина О.Н.

ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ РАСТЕНИЕВОДСТВА В СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

к.э.н., доц.
ФГБОУ ВО «Смоленский государственный университет»
Россия, г. Смоленск

Сельское хозяйство одна из важных отраслей экономики Смоленской области. В значительной степени оно представлено растениеводством. Данные статистики позволяют оценить состояние сельского хозяйства. Государство принимает меры по стимулированию развития аграрной отрасли.

Ключевые слова: сельское хозяйство, растениеводство, посевные площади, обеспеченность техникой, Смоленская область

Одной из важнейших отраслей народного хозяйства России является сельское хозяйство. От него во многом зависит жизненный уровень и благосостояние населения страны. Развитое сельское хозяйство лежит в основе достижения продовольственной безопасности страны [1, с. 40]. В свою очередь состояние самого сельского хозяйства находится в зависимости от ряда факторов. Помимо таких факторов как качество почв, неблагоприятные погодные явления (засуха, заморозки), сроки созревания культур и т.д. (природно-климатические и биологические факторы), на сельского хозяйства влияют также уровень налогообложения хозяйств [2, с. 69], доступность кредитных ресурсов [3, с. 71], величина спроса на продукцию, уровень цен в экономике и другие (микроэкономические и макроэкономические факторы).

Рассмотрим обеспеченность аграрных предприятий Смоленской области, занимающихся растениеводством, специальной техникой во взаимосвязи с эффективностью их деятельности. Эффективность деятельности аграрных предприятий оценим по показателям производства основных видов сельскохозяйственных культур.

Сельское хозяйство Смоленской области, представлено животноводством и растениеводством. Опираясь на данные территориального органа федеральной службы государственной статистики, можно отметить, что валовой региональный продукт Смоленской области по состоянию на конец 2017 г. составил 262,3 млрд. руб. Продукция сельскохозяйственной отрасли региона составила 25015 млн. руб. (в том числе, продукция растениеводства составляет 10285,0 млн. руб.). Отмечается положительная динамика объёма продукции сельского хозяйства в течение ряда лет (за 2013 г. она составила 20201,3 млн. руб., а по итогам 2017 г. –25014,6 млн. руб.), аналогичную динамику имеет и продукция растениеводства: 9159,5 млн. руб. в 2013 г. против 10285,0 млн. руб. в 2017 г.

В аграрной отрасли Смоленской области задействованы сельскохозяйственные организации, хозяйства населения, а также крестьянские (фермерские) хозяйства. По состоянию на конец 2017 г. основную долю продукции сельского хозяйства дают сельскохозяйственные организации – 56,9% (против показателей 2013 г., когда основную долю сельхозпродукции давали хозяйства населения – 52,0%, а сельскохозяйственные организации – только 41,5%). Однако для продукции растениеводства выявлено преимущественное значение хозяйств населения: именно они дают большую часть продукции (63,0% в 2013 г. и 46,6% в 2017 г.). Очевидна возрастающая роль сельскохозяйственных организаций.

Рассмотрим основные показатели производственной деятельности сельскохозяйственных организаций Смоленской области в части растениеводства. К таким показателям относятся площадь посевов, объемы производства основных видов сельскохозяйственной продукции, обеспеченность сельскохозяйственных организаций аграрной техникой.

Посевные площади основных сельскохозяйственных культур, выращиваемых на территории Смоленской области сельскохозяйственными организациями (зерновых и зернобобовых, технических культур, картофеля, овощей открытого грунта), в течение 2013-2017 гг. снижаются (с 379,6 тыс. га в 2013 г. до 312,8 тыс. га в 2017 г.). В разрезе выращиваемых культур наблюдается аналогичная тенденция.

В тоже время объем производство основных видов сельскохозяйственной продукции в течение 2013-2017 гг. имеет положительную динамику. Объем производства зерна (в весе после доработки) увеличился с 158,1 тыс. т в 2013 г. до 205,0 тыс. т в 2017 г., производство льноволокна увеличилось с 2,2 тыс. т до 3,4 тыс. т в течение рассматриваемого периода. Производство картофеля увеличилось с 21,7 тыс. т в 2013 г. до 24,2 тыс. т в 2017 г., овощей – с 9,5 тыс. т до 10,3 тыс. т в рассматриваемом периоде.

Увеличивается производство рассмотренных видов сельскохозяйственной продукции в течение 2013-2017 гг. крестьянскими (фермерскими) хозяйствами, а хозяйствами населения – снижается.

Увеличение объема произведенной продукции на фоне сокращения посевных площадей говорит о росте урожайности. Урожайность сельскохозяйственных культур является основным показателем технологического развития отрасли растениеводства, объединяющим влияние используемых сортов растений, минеральных и органических удобрений, средств борьбы с болезнями и вредителями. По оценкам [4] на формирование урожая влияют следующие факторы: техника и технологии (25%), удобрения и химические средства защиты растений (23%), природно-климатические условия (20%), семена (20%), севооборот и предшественники (12%).

Следовательно, одним из важнейших факторов, от определяющих эффективность деятельности аграрных предприятий, является обеспеченность сельскохозяйственной техникой.

По данным федеральной службы государственной статистики обеспеченность сельскохозяйственных организаций тракторами и комбайнами

снижается. Если в 2013 г. на 1000 га пашни приходилось 3 трактора, то в 2017 г. – 2 трактора. Возрастает нагрузка пашни на один трактор: в 2013 г. – 351 га, в 2017 г. – 520 га на один трактор. Возрастает нагрузка на картофелеуборочные и льноуборочные комбайны (27 га против 23 га и 176 га против 88 га в 2013 и 2017 гг. соответственно). Возросшая нагрузка на технику приводит к ускоренному ее износу.

Рассматривая второй важнейший фактор повышения урожайности – удобрения – можно отметить увеличение доли площади с внесенными минеральными удобрениями во всей посевной площади с 25% в 2013 г. до 40% в 2017 г., а также увеличение внесенных минеральных удобрений на один гектар посева. В тоже время прослеживается снижение внесения органических удобрений под посевы в сельскохозяйственных организациях. Происходит замещение внесения органических удобрений минеральными. Это объясняется частичным субсидированием приобретения удобрений со стороны государства.

Таким образом, определяющим фактором роста урожайности сельскохозяйственных культур, возделываемых хозяйствами Смоленской области, является внесение минеральных удобрений. Снижение обеспеченности сельскохозяйственной техникой отрицательно сказывается на урожайности.

Для решения этой проблемы необходимо использовать различные подходы, позволяющие сельскохозяйственным предприятиям своевременно и в полном объеме обновлять парк техники.

Известно, что основным препятствием на этом пути для аграрных предприятий является их низкая платежеспособность. Решением этой проблемы занимаются наряду с самими сельхозпредприятиями власти страны и региона. Одним из решений служит льготное кредитование сельхозтоваропроизводителей. По данным Департамента Смоленской области по сельскому хозяйству и продовольствию [5], источником обновления основных фондов предприятий являются льготные инвестиционные кредиты, привлекаемые с целью приобретения сельскохозяйственной техники, оборудования, строительства объектов животноводства, растениеводства, перерабатывающей промышленности. По состоянию на июнь 2018 г. Минсельхозом России одобрено 14 заявок сельскохозяйственных предприятий Смоленской области на получение льготных инвестиционных кредитов на сумму более 6,6 млрд. руб. Для сравнения: в 2017 г. было одобрено 8 заявок на сумму 1,6 млрд. руб.

С целью повышения степени обеспеченности сельхозпредприятий техникой возможно также развитие лизинговых механизмов. Отсрочка платежа за технику позволит снизить финансовую нагрузку на сельхозпредприятия и в тоже время даст стимул к расширению производства продукции. В механизм лизинговой сделки можно включить производителей сельхозтехники. Это позволит снизить число посредников, упростить схему организации сделки и снизить ее стоимость, что, в конечном счете, окажется выгодным как для сельхозпредприятий, так и для машиностроителей, заинтересованных в сбыте своей продукции.

Таким образом, анализ состояния сельскохозяйственной отрасли

Смоленской области в части растениеводства выявил следующие тенденции: объем производства продукции увеличивается. Преимущественно продукцию растениеводства создают хозяйства населения. Выявлено сокращение посевных площадей, увеличение нагрузки на сельскохозяйственную технику. В тоже время возросло внесение минеральных удобрений. С целью повышения урожайности сельскохозяйственных культур государство реализует программы льготного инвестиционного кредитования, в реализации которых участвуют и аграрные предприятия региона. Росту обеспеченности сельхозтехникой должно способствовать и внедрение лизингового механизма.

Список использованных источников:

1. Кучумов, А.В. Стратегия развития агропромышленного комплекса России в рамках Доктрины продовольственной безопасности / А.В. Кучумов, Е.С. Воробьева, Е.В. Трофименкова // Экономический журнал. – 2018. – № 2 (50). – С. 40-51.

2. Шевцова, Т.П. Единый сельскохозяйственный налог как индикатор динамики развития сельского хозяйства в России / Т.П. Шевцова // Экономический журнал. – 2018. – № 2 (50). – С. 69-81.

3. Казимирова, Т.А. Кредитное регулирование АПК Брянской области / Т.А. Казимирова, Л.В. Лебедько // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2015. – № 8. – С. 71-73.

4. Итоги работы отрасли растениеводства в 2017 году и задачи на 2018 год. Министерство сельского хозяйства Российской Федерации. [Электронный ресурс]. // URL: https://barley-malt.ru (дата обращения 03.03.2019 г.).

5. В Смоленской области увеличен объем льготного кредитования сельхозтоваропроизводителей. [Электронный ресурс]. // URL: https://smolinvest.com/news/3956/ (дата обращения 03.03.2019 г.).

УДК 33.336

Митюченко Л.С.

УПРАВЛЕНИЕ МУНИЦИПАЛЬНЫМИ ФИНАНСАМИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

к.э.н., доц.
Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
lmityuchenko@mail.ru

Управление устойчивым развитием муниципальным образованием представляет собой общий процесс и основную цель, поэтому, управление муниципальными финансами должно быть интегрировано в качестве вспомогательного процесса в основной процесс. В статье будет рассмотрена особенность распределения муниципальных финансов, а также представлены предложения по совершенствованию законодательства на федеральном уровне в части зачисления налога на доходы физических лиц и модификации инструментов зачисления местных налогов

Ключевые слова: муниципальные финансы, устойчивое развитие, системный подход, муниципальная политика, региональный уровень.

Развитие системы муниципальных финансов невозможно вне постоянного усложнения системы публичного управления, что отмечается и в официальных документах. Вместе с этим, предварительное рассмотрение процессов управления муниципальными финансами в современных условиях выявляет факт приоритетности следования процедурам по перераспределению финансовых ресурсов, которые обусловлены, соответственно, федеральным регулированием и региональными возможностями, перед приоритетностью формирования системы долгосрочных стимулов, механизмов и институтов в сопряжение и развитие муниципальной политики устойчивого роста на долговременной основе.

Системный подход, основанный на комплексном анализе, а не поверхностном анализе исключительно финансовых процессов в отрыве от более глубоких структурных процессов, предлагает возможные релевантные изменения определенной совокупности связей элементов системы муниципальных финансов с компонентами иных окружающих систем.

Управление устойчивым развитием муниципальным образованием представляет собой общий процесс и основную цель, поэтому, управление муниципальными финансами должно быть интегрировано в качестве вспомогательного процесса в основной процесс. При этом, для эффективного управления устойчивым развитием муниципальным образованием, предполагающее в качестве компонента эффективное управление муниципальными финансами, необходимо наличие развитого механизма (института) подотчетности. Механизм подотчетности, характеризуется как состояние, при котором уровню муниципального управления за решения и действия необходимо отвечать перед заинтересованными сторонами [1]. Таким образом, создание и совершенствование механизма (института) подотчетности муниципального уровня управления местному сообществу – первое базовое условие эффективного управления муниципальными финансами [1].

Также субъект планирования и целеполагания должен иметь возможность рассматривать альтернативные субоптимальные варианты для достижения максимальной субъективной полезности с его точки зрения. Рассматриваемые варианты решений, при этом, не должны вступать в противоречие с решениями субъектов верхнего уровня, которые задают диапазон решений нижнему уровню в рамках своих альтернатив. Наличие функций самостоятельного выделения проблемного поля и целеполагания у субъекта управления муниципальным образованием – второе базовое условие эффективным управлением муниципальными финансами в контексте устойчивого развития муниципального образования [1].

Таким образом, наличие части финансовых ресурсов местного бюджета, распределяемых по конкурентному принципу на муниципальном уровне – третье базовое условие эффективным управлением муниципальными финансами в контексте устойчивого развития муниципального образования [1].

Следовательно, механизм (институт) подотчетности муниципального уровня управления местному сообществу, наличие функций самостоятельного выделения проблемного поля и целеполагания у субъекта управления

муниципальным образованием и конкурентный принцип распределения части средств местного бюджета – базовые предпосылки эффективным управлением муниципальными финансами в рамках системного подхода. Представляется, что указанные три условия являются сопряженными для целей реализации эффективной муниципальной финансовой политики в рамках системного подхода к устойчивому развитию муниципального образования. При этом, степень актуализации данных предпосылок в зависимости от типа муниципального образования будет обусловлена объективными социально-экономическими предпосылками (местными условиями) и субъективными административно-управленческими факторами (регионального и федерального уровней).

Общий вывод по применению ряда положений системного подхода к области муниципальных финансов, в том числе высокодотационных и депрессивных территорий, заключается в том, что бюджетирование, которое осуществляется без максимального учета общественных интересов и предпочтений заведомо обречено на неэффективное расходование общественных ресурсов при удовлетворении потребностей в локальных общественных благах. В существующей модели управления отсутствует адекватный инструментарий измерения такого «попадания». Правильное распределение бюджетных расходов не является самостоятельной задачей и должно осуществляться на основе политических решений и общественных предпочтений, где функции выполнения расходных бюджетных обязательств и межбюджетного регулирования являются только инструментами для достижения краткосрочных общественных приоритетов в совокупности с приоритетами долговременного устойчивого развития.

В данной логике системного подхода, применительно в практическом аспекте исследования вопроса повышения эффективности управления муниципальными финансами, необходимо установить диапазон способности муниципального уровня быть реальным субъектом принятия решений, а также идентифицировать те возможные способы, механизмы и инструменты, которые будут способствовать снижению системных ограничений.

Степень актуализации сопряженных предпосылок в виде присутствия механизма (института) подотчетности муниципального уровня управления местному сообществу, наличия функции самостоятельного выделения проблемного поля и целеполагания у субъекта управления муниципальным образованием, а также конкурентного принципа распределения части средств местного бюджета, обуславливает дифференциацию подходов по повышению эффективности муниципальных финансов. Данная дифференциация подходов прямо зависит от диапазона способности муниципального уровня быть реальным субъектом принятия решений в системе муниципальных финансов, системные процессы в которой обусловлены распределением ресурсных потоков через распределение доходов от экономической деятельности, а также использованием правил доступа к ресурсам через установленные граничные рамки институционального, в том числе, правового характера.

Таким образом, учет исходных предпосылок в качестве объективных

условий позволяет дифференцировать и формулировать адекватные рекомендации в обобщенном нормативном подходе, а также вычленить две объективные стороны системных процессов применительно к нормативному подходу – перераспределение ресурсных потоков и установление новых граничных рамок.

В рамках двух данных объективных условий целесообразно выделить три подхода к формулированию рекомендаций в конкретной практической области в зависимости от сопряженности характеристик конкретных финансовых механизмов и инструментов. Соответственно, в рамках каждого подхода идентифицируются возможные способы, механизмы и инструменты, которые будут способствовать снижению системных ограничений и повышению эффективности системы муниципальных финансов с учетом ограничений и возможностей внешней для указанной системы среды.

Предлагается обозначить указанные подходы следующим образом:

- подход перераспределения финансовых ресурсов и модификации ряда инструментов в рамках существующих финансовых и управленческих механизмов;
- подход совершенствования финансовых и управленческих механизмов в рамках существующих институциональных условий и финансовой модели;
- подход изменения институциональных условий и финансовой модели.

Вышеуказанные подходы выделены по признаку соотношения в условной системе иерархии предпосылок и факторов среды муниципальных финансов в зависимости от их инерционности и подвижности. Наибольшей инерционностью обладают институциональные условия и финансовая модель. Соотношение данных предпосылок и факторов по критериям инерционности и подвижности приведено на рисунке 1.

Предложения по совершенствованию законодательства на федеральном уровне в части зачисления налога на доходы физических лиц и модификации инструментов зачисления местных налогов.

Рекомендация изменения порядка уплаты НДФЛ по месту жительства налогоплательщика, а не по месту регистрации налогового агента, предлагается в совокупности с отдельной новацией и попыткой калькуляции условных потерь бюджетов из-за действующего порядка. Новация заключается в том, что в качестве исключения предусмотреть заявительный порядок уплаты НДФЛ налогоплательщиком по месту регистрации временного пребывания, а по умолчанию – по месту регистрации жительства. Такая новация обусловлена тем, что, как правило, основные социальные услуги большинство лиц получает по месту жительства, но предполагается, что у налогоплательщика следует оставить право выбора. Соответственно расходные обязательства будут возникать у муниципалитетов и регионов, которые реально оказывают данные услуги. В то же время, консолидированные бюджеты данных муниципалитетов и регионов не дополучают НДФЛ, что приводит к искажению в финансово-бюджетной сфере. Необходимость применения более эгалитарного и объективного подхода по изменению порядка зачисления НДФЛ также

отмечается в отзыве комитета Государственной Думы РФ на проект федерального бюджета [2].

Рисунок 1 – Соотношения в системе иерархии предпосылок и факторов среды муниципальных финансов

Представляется, что с учетом имеющихся возможностей электронного учета и обмена данными, сформировать систему перечисления налоговыми агентами НДФЛ, не представляет технических трудностей. Успешность подобных систем демонстрирует применение АСК-2 в результате которой администрирование НДС перешло от наиболее трудно администрируемому к наиболее легко администрируемому.

Иные рекомендации по совершенствованию законодательства на федеральном уровне обусловлены необходимостью модификации инструментов зачисления местных налогов.

Рекомендуется произвести перенос срок уплаты налогов муниципального уровня (земельного и налога на имущество физических лиц) с 1 декабря на более ранний срок (не позднее 1 октября) для более качественного формирования бюджета на следующий год. В совокупности с данной новацией также аналогичное решение представляется целесообразным принять и по региональному транспортному налогу.

Кроме этого, актуальной представляется необходимость разработки правового инструментария по упрощенному порядку постановки на кадастровый учет объектов недвижимости и земельных участков в совокупности с разработкой правовых процедур возможного эффективного принуждения владельцев недвижимости, уклоняющихся от постановки на учет данных объектов.

Предложение по совершенствованию правового регулирования на региональном (субрегиональном) уровне в части сближения бюджетного и

стратегического планирования на транспарентной основе.

Рекомендация по совершенствованию регулирования на региональном (субрегиональном) уровне заключаются в изменении инструментария среднесрочного бюджетного планирования за рамками однолетнего бюджетного цикла (в динамике) во взаимозависимости с исполнением основного функционала финансово-бюджетной сферы района, а именно – удовлетворение местного сообщества в локальных общественных благах путем предоставления населению муниципальных услуг и переданных полномочиями государственных услуг.

В среднесрочном периоде официальные документы определяют необходимость нахождения баланса мер в проведении социальной политики с учетом снижения уровня бюджетных возможностей. Государственная финансовая политика в соответствии с данным трендом укладывается в логику методических рекомендаций по разработке и реализации Программы оптимизации расходов бюджета субъекта Российской Федерации [20]. Для муниципальных образований Брянской области, имеющих не достаточно благоприятное положение, это, прежде всего, будет означать сокращение расходов в наиболее чувствительных для социально-экономического развития сферах. Однако спрогнозировать динамику сокращения расходов, несмотря на возвращение к трехлетнему бюджетному планированию, по причинам объективных макроэкономических факторов в определенных параметрах достаточно трудно.

Список использованных источников:

1. Национальный стандарт РФ ГОСТ Р 56548-2015/ISO/DIS/37101 «Устойчивое развитие административно-территориальных образований». Дата введения 12.01.2017. Официальный сайт справочной правовой системы «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/

2. Отзыв на проект федерального закона № 556362 «О федеральном бюджете на 2019 год и на плановый период 2020 и 2021 годов», внесенный Правительством Российской Федерации, Комитета Государственной Думы по федеративному устройству и вопросам местного самоуправления. Официальный сайт Комитета Государственной Думы по федеративному устройству и вопросам местного самоуправления Государственной Думы Федерального собрания Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://komitet4.km.duma.gov.ru/

3. Письмо Министерства финансов России «О направлении методических рекомендаций органам государственной власти субъектов Российской Федерации и органам местного самоуправления по регулированию межбюджетных отношений на региональном и муниципальном уровнях" от 31.12.2014 № 06-04-11/01/69500. Официальный сайт справочной правовой системы «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/

УДК 331.1

Михалева О.М.

РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА ТЕРРИТОРИЙ

к.э.н., доц.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
michaleva130182@yandex.ru

В статье рассмотрена проблема формирования и развития человеческого капитала в целях устойчивого развития территорий. Изучено влияние человеческого капитала на ускорение экономического роста.

Ключевые слова: человеческий капитал, интеллектуальный капитал, развитие территорий

В настоящее время ключевое значение приобретают проблемы управления человеческим капиталом в качестве важнейшего фактора развития национальной экономически. Поскольку проблема формирования, развития и управления человеческим капиталом в настоящее время является актуальной, то вызывает интерес ученых-экономистов разных стран мира. По Г. Беккеру, человеческий капитал следует рассматривать в качестве имеющихся у каждого запаса знаний, умений, навыков и мотиваций. Инвестициями в человеческий капитал могут выступать накопление профессионального опыта и стажа работы, уровень образования, охрана здоровья, поиск информации о ценах и доходах, географическая мобильность.

Человеческий капитал как запас способностей, знаний, навыков, используемых в деятельности рассматривают такие исследователи, как Дж. С. Уолш, Л.С. Тороу, У. Боуэн, В.Н. Костюк, Т.Е. Дрок, Ю.П. Бойко и др.. С позиции Дж.С. Уолша в качестве капитала выступает не сам индивид, а его способности к труду, образование и квалификация, унаследованные им либо приобретенные. Согласно Л.С. Тороу человеческий капитал может быть представлен способностью человека к производству продукции, его производственные знания и способности.

В «Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» от 17.11.2008 №1662-р в качестве стратегии развития России определена качественно иная стратегия экономического развития, где ведущая роль отводится инновационному и интеллектуальному капиталу. На социально-экономическое развитие сельских территорий большое влияние оказывает человеческий капитал, поэтому жители сельских территорий с их знаниями, умениями, навыками и компетенциями, предпринимательской инициативой выступают в качестве главного фактора развития аграрной экономики [1].

Под человеческим капиталом сельских территорий следует понимать фундаментальную основу сельскохозяйственного производства, которая выражена в человеческих ресурсах, характеризующихся совокупностью индивидуальных и профессиональных характеристик работников, влияющих на

устойчивое социально-экономическое развитие сельских территорий.

Проблема формирования и развития человеческого капитала сельских территорий является особенно актуальной. Следовательно, необходимо осуществить поиск научно обоснованных рекомендаций и предложений по развитию человеческого капитала сельских территорий в целях создания благоприятных условий для увеличения объемов аграрного производства, повышения уровня товарности аграрного хозяйства, качества продукции, улучшения условий труда и повышения производительности труда на сельских территориях [2].

На формирование и развитие человеческого капитала оказывает влияние трудовой потенциал жителей сельских территорий, который может быть оценен через уровень занятости и уровень профессионального образования.

Для достижения устойчивого развития сельских территорий необходимо обеспечить прирост образовательного потенциала трудящихся в аграрном комплексе и повышение эффективности его использования. В связи с этим, к приоритетным направлениям государственной политики следует относить следующие направления:

1. Повышение профессионального уровня кадрового потенциала сельских территорий, предусматривающую раннюю профессиональную ориентацию школьников и молодежи, дополняющуюся средним и высшим образованием, а также непрерывным повышением профессиональной квалификации работников в ходе трудовой деятельности.

2. Развитие системы преемственности образовательных учреждений: сельская школа, сельскохозяйственных техникумы и вузы, школы управления АПК и другие институты послевузовского образования, что позволит повысить эффективность подготовки кадров для аграрного сектора экономики [3].

3. Необходимость создания при образовательных учреждениях аграрного профиля базовых кафедр в ведущих хозяйствах, что будет способствовать универсализации, повышению конкурентоспособности и высокому качеству подготовки рабочих кадров и специалистов сельского хозяйства.

4. Разработка программ приоритетного развития разных отраслей производства в российских регионах, что позволит системе профессионального образования реализовать опережающую подготовку кадров с учетом требований региональной экономики [4].

В заключении следует отметить, что реализация предложенных мероприятий будет способствовать не только повышению уровня человеческого капитала сельских территорий, но и устойчивому развитию села и аграрной экономики в целом.

Список использованных источников:

1. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 N 1662-р (ред. от 10.02.2017) «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» [Электронный ресурс]. URL : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82134/

2. Игольникова, И.В. Пространственная экономика / И.В. Игольникова, И.А. Матюшкина, О.М. Михалева. - Москва, 2017. - 166 с.

3. Михалева, О.М. Совершенствование системы мотивации труда профессорско-преподавательского состава вузов (на примере брянской области) / Михалева О.М. // автореферат дис. ... кандидата экономических наук / Моск. гос. гуманитар. ун-т им. М.А. Шолохова. Москва. - 2009. - С. 20.

4. Михалева, О.М. Формирование и развитие человеческого капитала сельских территорий / О.М. Михалева // Успехи современной науки. - Том 3. - № 1. - 2017. - С. 18-22.

УДК 338.22

Мыльникова Л.А.

УРОВЕНЬ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

к.э.н., доц.
Смоленский государственный университет
Россия, г. Смоленск

В статье рассматриваются проблемы и перспективы благосостояния населения, а также основные элементы, определяющие качество жизни, снижение бедности и неравенства доходов среди различных слоев населения страны. Решение проблем влияет на направленность и темпы экономических изменений в стране и регионах в перспективе.

Ключевые слова: уровень жизни, благосостояние, проблемы, качество жизни, государство, политика, население

Проблемы повышения уровня жизни населения, несомненно, являются наиболее важными и актуальными в современной экономике, что отражает множество работ в периодической литературе. Важны эти проблемы и для экономики нашей страны т.к. их решение влияет на направленность и темпы экономических изменений в перспективе.

«Уровень жизни — это уровень обеспеченности и благосостояния населения, потребления благ и услуг, комплекс условий и показателей, характеризующие меру удовлетворения ключевых жизненных потребностей людей» [5].

Основным показателем уровня жизни населения выступает индекс человеческого развития (ИЧР), который исчисляется на основе ВВП на душу населения, показателя ожидаемой продолжительности жизни при рождении и показатель достигнутого уровня образования.

Чтобы сравнить и проанализировать уровни жизни различных стран используются и другие показатели, такие как; ИПЦ; коэффициент смертности; рождаемости и другие.

Существуют различные рейтинги стран мира, предоставляющие информацию по уровню жизни населения и процветания. Одним из рейтингов является рейтинг, составленный агентством британского аналитического центра Legatum Prosperity Index. При подсчёте данных оно ориентируется кроме общегосударственных показателей, на качество жизни населения, в том числе учитывает уровни заработной платы, систему образования, соотношение цен в государстве и реального материального положения среднестатистического гражданина. Согласно приведенным данным, Россия в

2018 году занимала 96 место среди 149 стран мирового сообщества [8]. Понятие уровня жизни населения взаимосвязано с качеством, характеризуют нужды человека и способы их удовлетворения.

Безусловно, что низкое качество жизни негативно влияет на человека, в то время как высокий ее уровень, напротив, приносит удовлетворение как в личной, так и в экономико-социальной сфере. Главными показателями качества жизни населения является совокупность элементов, отражающих ее уровень, среди них можно выделить: доходы населения; питание; уровень здравоохранения; образование; качество социальных услуг; качество культуры; сферы обслуживания; безопасность и другое [5]. И уровень, и качество жизни являются основой благосостояния населения и первостепенной задачей государственной политики, направленной на удовлетворение нужд и потребностей человека, хотя и сам человек стремится улучшить свою жизнь.

Российская Федерация, согласно части 1 ст. 7 Конституции РФ является социальным государством, основная задача которого – формирование условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человеку [1].

Однако существует ряд проблем, отражающих широкий спектр все возрастающих потребностей в различных сферах (здравоохранения, образования, жилищно-коммунального хозяйства и другое), влияющих на уровень жизни населения и требующих принятия безотлагательных решений посредством государственной социально-экономической политики. Приоритетными направлениями проводимой политики является обеспечение доступности и бесплатности социальных услуг для всех граждан, более справедливое распределение доходов среди различных слоев населения с целью снижения социального неравенства среди населения и другое.

Государственные социальные и экономические программы стали важнейшей частью реформы социально-экономической сферы, которая связана с переходом общества к жизни в условиях рыночной экономики и социально-правового государства.

Как считает Д.А. Медведев, стимулированием для такого перехода выступила концепция национальных проектов. Большая часть идей, заложенных в национальных проектах, стала реализовываться, и оказалась стимулом для региональных инициатив по преобразованию в различных сферах народного хозяйства с целью экономического роста и повышения благосостояния [6].

Необходимо отметить, что проблемы в социальной сфере в России изначально связаны с адаптацией населения к новым условиям хозяйствования, в том числе социальным и экономическим для преодоления которых нужна помощь и поддержка государства.

Безусловно, для преодоления проблем необходимо тщательно разработать план по решению задач, направленных на обеспечение минимальных социальных гарантий, обеспечение роста оплаты труда, стимулирование заинтересованности работников в совершенствовании и росте интеллектуального капитала в соответствие с требованиями современной экономики и т.д. [7].

Изучение изменения уровня жизни населения является важной частью государственной политики, которая направлена на устойчивое и сбалансированное развитие, рост благосостояние населения страны, снижение бедности и неравенства доходов населения страны.

Список использованных источников:

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ)
2. Бобков, В.Н. О программе повышения уровня и качества жизни/ В.Н. Бобков // В сборнике: Проблемы теории и практики управления. – 2015. - №6(99). – С.3.
3. Гирилюк, В. Ю. Влияние экономического кризиса на уровень жизни населения России/ В. Ю. Гирилюк // В сборнике: Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки: сб. ст. по мат. XXXII междунар. студ. науч.-практ. конференции. – 2015. – № 5(32). – С. 8-11.
4. Караваева, А.С., Кадникова О.В. Рынок труда и причины безработицы в Германии и России/ А.С. Караваева, О.В. Кадникова //Вестник магистратуры. -2016.- №5-4(56). - С.14-17.
5. [Электронный ресурс]: http://www.grandars.ru/student/mirovaya-ekonomika/uroven-zhizni-naseleniya.html
6. [Электронный ресурс]: // Доступ https://studwood.ru/621360/sotsiologiya/problemy_perspektivy_ravitiya_prava_dos oynyy_uroven_zhizni
7. [Электронный ресурс]: // Доступ https://studwood.ru/736862/ekonomika/problemy_perspektivy_povysheniya_urovnya_kachestva_zhizni_naseleniya_rossii
8. [Электронный ресурс]: // Доступ https://www.prosperity.com/rankings

УДК 330.34

Мыльникова Л.А.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ

к.э.н., доц.
Смоленский государственный университет
Россия, г. Смоленск

В условиях развития экономики, основанной на знаниях для России и ее регионов в наибольшей мере, обострилась проблема инновационной активности. Инновационное развитие необходимо для стимулирования экономического роста, повышения жизненного уровня субъектов экономики, конкурентоспособности в стране и на мировом рынке. В статье рассматриваются проблемы и перспективы инновационной активности и пути решения.

Ключевые слова: инновации, экономика, активность, проблемы, развитие, государство

Роль инноваций в экономике нашей страны огромна. В долгосрочной перспективе без инновационной деятельности невозможен дальнейший экономический рост по интенсивному пути развития.

В современных условиях рост благосостояния населения наблюдается в странах с высоким уровнем инновационного развития.

К основным проблемам сдерживающим инновационную активность можно отнести несовершенство нормативно правовой базы, низкий спрос на отечественные инновационные продукты, незаинтересованность частного бизнеса в инновационном развитии, соответственно финансирование приоритетно из бюджета страны.

Негативно сказывается изменение общей численности трудоспособного населения в числе занятого населения в экономике страны, оказывает влияние старение трудовых ресурсов, наличие существенной прослойки населения с уровнем доходов ниже прожиточного минимума,

Низкий уровень инфраструктуры для инновационного развития, экологическая политика и другие факторы.

Перспективы развития инноваций и улучшение экономического положения во многом зависят от заинтересованности государства. В настоящее время Россия и ее регионы не занимают лидирующие позиции в развитии новых технологий, однако политика правительства направлена на стимулирование инновационной активности субъектов в различных направлениях в том числе посредством привлечения техники, технологий и инвестиций из других стран.

Например, недавно был построен и уже запущен в работу первый автомобильный завод «Mercedes» в Подмосковье.

Немаловажным успехом является развитие робототехники страны.

Ещё в 2013 году, в Перми была основана компания по внедрению идеи автономного искусственного интеллекта. Появились универсальные роботы-промоутеры, рекламщик, администратор и экскурсовод в одном корпусе. За 2 года компания успешно развернулась, было создано множество роботов, которых разработчики вскоре смогли представить на международном рынке. Роботы получились уникальными, способными самообучаться в процессе общения с человеком. Они отвечают на любые вопросы и даже шутят. Некоторые были направлены в московские государственные университеты в качестве преподавателей, что безусловно повлияет на развитие инновационного климата. Новое поколение работников будет выпускаться с новыми знаниями и ещё более интересными идеями.

Таким образом, для улучшения инновационной активности субъектов безусловно необходима поддержка со стороны государства. Важно разработать систему предоставления льгот и государственных выплат предприятиям, производящим инновационные продукты, поскольку они несут расходы и риски, зачастую большие, чем сами изобретатели. Каждый отдельный субъект не может обеспечить динамику развития, что приводит к концентрации всех ресурсов на межрегиональном уровне. Целесообразно создание обучающих институтов, по подготовке высококвалифицированных кадров в том числе экспертов в создании инновационных систем.

Экономика регионов нашей страны напрямую зависит от развития новых технологий. Внедряя свои инновации, мы сможем предоставить их затем на

международном рынке. Открытие новых предприятий по производству новых технологий, не только пополнит государственный бюджет за счёт налогов, но также поспособствует решению проблемы безработицы.

Список использованных источников:

1. Мыльникова, Л.А. Современные тенденции развития государственной инновационной политики. / Л.А. Мыльникова // В сборнике: Современные тенденции развития государственной инновационной политики. Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. - 2017. - № 2-3 (31). - С. 99

2. Мыльникова, Л.А. Инновации и интеграционные процессы в науке, образовании, производстве. / Л.А. Мыльникова // В сборнике: Теория и практика интеграционных процессов в региональном развитии. Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции: в 2х т. Российский университет кооперации, Смоленский филиал; Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации. - 2016.- С.126-129.

3. Рябцев, Н.Т. Инновационное развитие России: проблемы и перспективы [Электронный ресурс]: http://www.yurii.ru/ref11/rl-1990807.php

4. Концепция социально-экономического развития России на период до 2020 года. Президент России – молодым ученым и специалистам. 2009. Администрация Президента России. [Электронный ресурс]: // Доступ http://www.youngscience.ru/840/index.shtml,

УДК 336.747

Платоненко Е.И.

ХАРАКТЕРИСТИКА СОСТОЯНИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ И РАСЧЕТОВ ПОСРЕДСТВОМ ПЛАТЕЖНЫХ КАРТОЧЕК В ОАО «БЕЛИНВЕСТБАНК»

к.э.н., доц.
Гродненский государственный университет им. Я. Купалы,
Республика Беларусь, г. Гродно

Характеризуется карточная инфраструктура ОАО «Белинвестбанка». Анализируется склонность клиентов банка к осуществлению безналичных расчетов. Установлено, что создана развитая карточная инфраструктура, позволяющая удовлетворить потребности клиентов и обеспечить полноправное участие банка в межбанковских объединениях.

Ключевые слова: банковская инфраструктура, платежные карточки, эквайринг.

Эквайринг, как часть карточного бизнеса, возник и развивался в Республике Беларусь параллельно эмиссионной деятельности банков, проходя все свойственные этой деятельности этапы, прежде чем достиг современного состояния. Впервые, эквайринг как вид деятельности, появился в стране со второй половины 1993 года, когда Приорбанк, Промстройбанк, Беларусбанк организовали выдачу кассовых авансов держателям международных карточек VISA, MasterCard – через московские банки, членов данных международных систем. С февраля 1994 года Приорбанк, а несколькими месяцами спустя

Белвнешэкономбанк, на основе полученных лицензий от мировых платежных ассоциаций продолжили работу по созданию системы обслуживания платежей держателей международных пластиковых карточек в Беларуси не только в сфере выдачи наличных, но и организаций торговли и сервиса (далее – ОТС) [1, с. 8].

В ОАО «Белинветстбанк» создана развитая карточная инфраструктура, позволяющая полностью удовлетворить потребности клиентов в получении наличных и осуществлении безналичных платежей, а также обеспечить полноправное участие банка в межбанковских объединениях и положительное сальдо в межбанковских расчетах. Отдельным «карточным» направлением является эквайринг, в том числе интернет-эквайринг, включающий в себя прием к оплате банковских платежных карточек в предприятиях торговли и сервиса, интернет-магазины. Самым перспективным и быстро набирающим обороты является банковский сервис в каналах дистанционного банковского облуживания, к которому относится мобильный банкинг и интернет-банкинг. На сегодняшний день сохранилось незначительное число операций, осуществляемых посредством sms-банкинга.

Сеть периферийного оборудования ОАО «Белинвестбанк» состоит из пунктов выдачи наличных (ПВН), банкоматов и платежно-информационных терминалов (инфокиосков). Большинство инфокиосков и часть банкоматов оснащены устройствами Cash in, позволяющими принимать денежную наличность от юридических и физических лиц с зачислением на счет в режиме онлайн. По состоянию на 01.04.2018 года парк банкоматов ОАО «Белинвестбанка» насчитывал 494 единиц, информационно-платежных терминалов – 222 единицы, в том числе с функцией Cash in – 127 единиц. Операции по выдаче наличных денежных средств, а также списанию средств с текущих счетов с использованием карточки, как инструмента доступа к счету, осуществляются в кассах подразделений банка. В ОАО «Белинвестбанк» обслуживание физических лиц осуществляется в центральных офисах региональных дирекций и центров банковских услуг, а также на удаленных рабочих местах. Всего в банке 141 пункт банковского обслуживания, в которых терминалами оборудовано 298 касс [2].

Для характеристики функционирования «карточной» инфраструктуры используется ряд показателей. Наиболее общим показателем, характеризующим склонность клиентов банка к осуществлению безналичных расчетов, является соотношение суммы безналичных операций совершенных клиентам с использованием платежных карточек к сумме всех операций совершенных клиентами с использованием карточек. В профессиональной терминологии этот показатель называется «доля безналичного эмитентского оборота». Для более объективной оценки из сумм безналичных операций исключаются операции переводов «с карточки на карточку» и суммы безналичной купли-продажи иностранной валюты. По данным за 1 квартал 2018 года сумма безналичных операций составила 441 млн. рублей, общая сумма операций 1330,1 млн. рублей, доля безналичных операций в общем обороте – 40,22%. По данным Национального банка Республики Беларусь доля

безналичных расчетов по банковской системе за 2017 год составила 35,4% [2]. Разница в более чем 5 п.п. положительно характеризует банк, как в отношении уровня развития «карточных» сервисов, так и в отношении уровня финансовой грамотности клиентов.

Кроме «доли безналичного эмитентского оборота» для оценки структуры «карточных» операций банка рассчитывается «эквайерский оборот», который складывается из сумм всех наличных и безналичных операций, совершенных с использованием технических средств, принадлежащих банку, платежных терминалов, установленных по договорам эквайринга в ОТС, включает интернет-торговлю, а также операции, совершенные в каналах ДБО. В данном случае учитываются все операции, как совершенные держателями карточек ОАО «Белинвестбанк», так и держателями карточек других банков. Структура эквайерского оборота характеризует уровень развития «карточных» сервисов банка. Данные за первое полугодие 2018 года приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Эквайерский оборот ОАО «Белинвестбанк» за I полугодие 2018 г.

№	Наименование показателя	Сумма, млн. руб	Доля, %
1.	Общий эквайерский оборот	2761,8	100
2.	Обороты по выдаче наличных, всего	1544,7	55,9
	в т.ч. АТМ	1338,7	48,5
	ПВН	205,9	7,5
3.	Безналичные обороты, всего	888,1	32,2
	в т.ч. ОТС	582,5	21,1
	АТМ, ПСТС, ПВН	66,3	2,4
	e-comerce	4,2	0,2
4.	ДБО, всего	234,9	8,5
	в т.ч.SMS	0,15	
	интернет-банкинг и мобильный банкинг	234,8	8,5
5.	Переводы с карты на карту	329,1	11,9

Источник: собственная разработка на основании данных ОАО «Белинвестбанк»

Как показывают данные таблицы 1, в структуре эквайерского оборота наибольший удельный вес (более 55%) занимают обороты по выдаче наличных денежных средств. На долю безналичных оборотов приходится около 32%. Переводы с карты на карту занимают почти 12%, а на долю интернет-расчетов приходится немного больше 8%.

С приходом карточек в банки широкое распространение получило овердрафтное кредитование физических лиц. Овердрафт – это дебетовое сальдо по текущему (расчетному) счету или карт-счету, возникающее в течение банковского дня в результате проведения юридическим или физическим лицом операций по перечислению денежных средств в безналичном порядке, а также путем снятия наличных денежных средств на сумму, превышающую остаток денежных средств на его счете. Кроме того, платежные карточки активно применяются в потребительском кредитовании. В данном случае выделенная сумма кредита зачисляется на текущий счет, доступ к которому обеспечивается платежной картой.

Характеристика структуры активных операций «карточного» бизнеса

рассмотрена в таблице 2.

Таблица 2 – Активные операции «карточного» бизнеса ОАО «Белинвестбанк» в 2017 году

Наименование показателя	Количество, шт	Доля в общей эмиссии, %	Сумма задолженности, млн. руб.	Доля в кредитном портфеле физ. лиц, %
Карт-счета с краткосрочным офердрафтом	11591	1,2	16,7	5
Карт-счета с долгосрочным оверждафтом	10967	1,1	6,9	2,1
Кредитные карточки	22385	2,2	31,8	9,5
Общая эмиссия /портфель	990706	100	335,6	100

Источник: собственная разработка на основании данных ОАО «Белинвестбанк»

Таким образом, можно сделать вывод, что, занимая сравнительно невысокую долю в «карточном» портфеле (4,5%), «карточные» кредитные продукты играют существенную роль в совершении активных операций банка с физическими лицами (16,6%).

На практике банки сталкиваются с проблемой правильного расчета экономической эффективности от того или иного направления бизнеса. Особенно это актуально для оценки работы профильного подразделения либо для решения вопроса финансирования долгосрочных вложений. Сложности при расчете эффективности объясняются тесным взаимодействием служб, их персонала и материальных ресурсов при комплексном обслуживании клиентов. В этой связи нередки случаи установления клиентам нерентабельных тарифов по ряду банковских продуктов в случае наличия прибыли в целом от обслуживания этого клиента. В ОАО «Белинвестбанк» методика расчета эффективности «карточного» бизнеса, на наш взгляд, не учитывает расчетные доходы от привлечения и размещения ресурсов с помощью «карточных» инструментов.

Список использованных источников

1. Гусаров, В. Эквайринг в Беларуси: история становления и перспективы жразвития /В. Гусаров //Банковский вестник. – 1999. – № 31(105) декабрь. – С. 8-11.

2. Официальный сайт Национального банка Республики Беларусь. Режим доступа https://www.nbrb.by/payment/PlasticCard/ – Дата доступа: 25.12.2018.

УДК 332.13

Русак И.Н.

ПРОБЛЕМА РЕГИОНАЛЬНОГО НЕРАВЕНСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

к.э.н., доцент
Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет»,
Республика Беларусь, г.Минск

e-mail: RusakIN@mail.ru

В статье рассмотрены основные программные документы, касающиеся регионального развития в Республике Беларусь, проведен анализ валового регионального продукта и определены направления сокращения регионального неравенства.

Ключевые слова: регион, Республика Беларусь, валовой региональный продукт

Все большее значение в Республике Беларусь уделяется региональному развитию. Проблемами территориального развития, региональной политики и государственного регулирования регионального развития занимаются такие ученые Республики Беларусь как Богданович А.А., Шимов В.Н., Вертинская Т.С., Берченко Н.Г., Фатеев В.С., Дорина Е.Б., Герасенко В.П., Драгун Н.П., Богдан Н.И., Боровик Л.С. и ряд других [3, 4].

Государственное регулирование регионального развития занимает важное место в проводимой социально-экономической политике страны. Направления развития регионов определены в Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года, Программе социально-экономического развития на период до 2020 года, Программе деятельности Правительства Республики Беларусь на 2018-2020 годы, разработанных стратегиях устойчивого развития областей Республики Беларусь в рамках проекта ПРООН и ряде других нормативно-правовых документов (таблица 1).

Таблица 1 – Региональный аспект нормативных документов

№ п/п	Нормативно-правовой акт	Характеристика регионального аспекта
1	Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года	Подразумевается выравнивание социально-экономического развития областей Республики Беларусь, сокращение регионального неравенства по ряду основных индикаторов
2	Стратегии устойчивого социально-экономического развития областей Республики Беларусь на период до 2025 года	Разработаны стратегии, в которых определены будущее видение развития области и точки (центры) экономического роста.
3	Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 года	Разработаны направления развития областей и определены основные стратегические проекты, реализуемые на территории страны
4	Программа деятельности Правительства Республики Беларусь на 2018-2020 годы	Выделены города - центры экономического роста и определены территориально-хозяйственные комплексы

Источник: собственная разработка на основе нормативно-правовых документов [2]

Одной из проблем регионального развития является ярко выраженная дифференциация «центр-периферия». Столица – г.Минск – является бесспорным лидером по всем направлениям социально-экономического развития страны (рисунок 1).

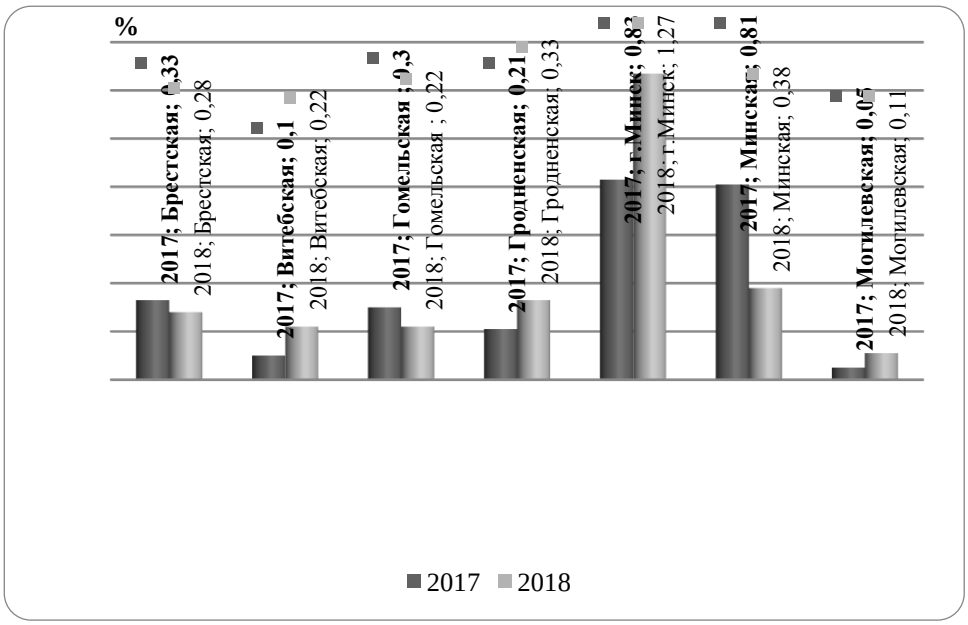

Рисунок 1 - Влияние областей и г.Минска на формирование ВВП в 2017-2018 гг., в %

Источник: собственная разработка на основе [1]

С 2015 по 2018 годы региональные различия в валовом региональном продукте увеличиваются, что является негативным фактором и сдерживание реализацию поставленных в Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития цели уменьшения разрыва по показателю ВРП на душу населения (с 2,0 раз в 2015 году до 1,4 раза в 2030 году) (таблица 2).

Таким образом, можно отметить, что на данном этапе развития Республики Беларусь существует ряд региональных диспропорций, основной из которых является опережающее развитие столицы.

Политика Правительства Республики Беларусь предполагает применение механизмов выравнивания регионального развития, однако, как показал анализ, дифференциация с каждым годом только увеличивается, что является угрозой региональному развитию страны.

В качестве перспективных направлений регионального развития и сокращения разрыва между столицей и областями можно определить:

- дальнейшую разработку стратегических документов на региональном уровне;

-применение опыта Российской Федерации в создании территорий с особым статусом;

- стимулирование конкуренции регионов за бюджетные ресурсы;

- наделение органов местной власти необходимыми полномочиями для принятия стратегических решений с целью социально-экономического развития регионов;

- дальнейшая политика по сокращению оттока трудоспособного населения из малых и средних поселений и ряд других направлений.

Для решения указанных проблем в Республике Беларусь целесообразно разработать ряд нормативных правовых документов (на основе опыта развитых государств), которые будут законодательно стимулировать развитие регионов,

учитывать проблемные направления региональной политики, сокращать региональное неравенство и способствовать повышению уровня и качества жизни населения Республики Беларусь.

Таблица 2 – Параметры изменения ВРП на душу населения, 2015-2018 гг.

Регион	ВРП на одного жителя								
	2015 г.			2017 г.			2018 г.		
	тыс.руб.	% к уровню по РБ	отрыв от максимума	тыс.руб.	% к уровню по РБ	отрыв от максимума	руб.	% к уровню по РБ	отрыв от максимума
Республика Беларусь	94745,1	100,0	1,29	11075,6	100,0	1,29	10,74	100,0	1,57
Брестская область	60142,6	63,5	2,02	7601,1	68,6	1,88	8,22	76,5	2,06
Витебская область	62432,8	65,9	1,95	7015,5	63,3	2,04	7,71	71,8	2,19
Гомельская область	66157,7	69,8	1,84	7871,9	71,1	1,82	8,56	79,7	1,97
Гродненская область	67928,8	71,7	1,79	8583,8	77,5	1,67	9,51	88,6	1,77
г. Минск	121769,6	128,5	1,00	14316,9	129,3	1,00	16,89	157,2	1,00
Минская область	96504,9	101,9	1,26	10760,7	97,2	1,33	12,27	114,2	1,38
Могилевская область	59843,4	63,2	2,03	7102,4	64,1	2,02	7,86	73,2	2,15
Различия max/min, раз			**2,03**			**2,04**			**2,19**

Источник: собственная разработка на основе [1]

Список использованных источников:

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь (официальный сайт) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://belstat.gov.by. – Дата доступа: 20.01.2019.

2. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. - Минск, 2019. - Режим доступа: http://www.pravo.by. - Дата доступа: 24.03.2019.

3. Фатеев, В.С. Перспективные направления совершенствования региональной политики и местного самоуправления в Республике Беларусь/ В.С. Фатеев// Проблемы прогнозирования и государственного регулирования социально-экономического развития: материалы IX Междунар. науч. конф. (Минск, 16–17 окт. 2008 г.): в 4 т. Т.1 / Редкол.: С.С.Полоник [и др.]. – Мн.: НИЭИ Мин-ва экономики Респ. Беларусь, 2008. – С. 66–78.

4. Русак, И.Н. Особенности региональной политики Республики Беларусь в рамках разработки НСУР-2035/ И.Н. Русак// Территории опережающего социально-экономического развития: вопросы теории и практики: материалы III Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, г. Набережные Челны, 05 марта 2019 г. – Казань:

Изд-во «Познание» Казанского инновационного университета, 2019. – 168 с. – С.93-96.

УДК 94 (470.6)

Сапожникова С.М.

РАЗВИТИЕ ТОРГОВЛИ И ОБЩЕПИТА СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ В ПОСЛЕВОЕННЫЙ ПЕРИОД

к.э.н., доц.
Смоленский государственный университет
Россия, г. Смоленск
Ssm0668@mail.ru

Смоленская область к 1966 г. восстановила госторговлю и общепит, продукты питания поставляли кооперативы и частники. Нехватка промтоваров привела к появлению «теневиков», что потребовало легализации их капиталов и созданию в будущем государственно-олигархического хозяйства.

Ключевые слова: розничная и оптовая торговля, общепит, колхозный рынок.

По мере освобождения Смоленщины торговые работники принимали меры к возрождению торговой сети и предприятий общественного питания. В этом деле им пришлось преодолеть огромные трудности – ведь территория области представляла собой выжженную землю. Были разрушены города и села, разграблено имущество колхозов и совхозов, уничтожены фабрики и заводы, столовые и магазины, а имеющиеся в них товары разграблены. Сумма убытков, понесенных государству от уничтожения и грабежа товаров и продуктов, находившихся только в государственной торговой сети области, составила 61659,5 тыс. руб.

За послевоенные годы в развитии торговли на Смоленщине сделан огромный шаг. Чтобы полнее оценить проделанную работу, достаточно вспомнить, что после освобождения вся розничная торговая сеть области была представлена 34 случайно оставшимися магазинами. Но и это были только стены. Не имелось оборудования, весоизмерительных приборов, застекленных рам, повсеместно недоставало транспорта.

Восстановленные магазины нередко заново разрушались в результате налетов вражеской авиации. Но, несмотря на все эти трудности, работники торговли выполняли поставленные перед ними задачи. План товарооборота за 1943 г. (4 мес.) был перевыполнен (таблица 1).

Таблица 1 – План товарооборота Смоленской области за 1943 г. (4 месяца)

Показатели	План, руб.	Факт, руб.	Процент выполнения
Торговля	48500	49708	102,5
Общепит	13000	13259	102
Итого	61500	62967	102,25

Безусловно, эти 102 % совсем не говорят об удовлетворительной постановке торговли. В то время было не только негде (плохая сеть), но и нечем торговать. В продуктах питания, которые составляли 59 %

товарооборота, ведущее место занимали хлеб и вино-водочные изделия. Очень узок был ассортимент промышленных товаров. Но с каждым годом положение резко менялось.

Наша промышленность давала все большее количество товаров, а сельское хозяйство – продуктов питания. В 1946 г. розничный товарооборот области достиг уже 312 511 тыс. руб., его база становилась прочной [2, С. 356]. В 1947 г. принимается Постановление о проведении денежной реформы и отмене карточной системы. Это было событие огромного исторического значения. Оно показывало неиссякаемые силы нашего государства. Всего лишь через 2 года после окончания войны и через год после сильной засухи Советское правительство нашло возможным перейти к новому этапу в развитии торговли – открытой торговле по единым государственным ценам. Денежной реформой 10 старых рублей обменивались на 1 руб. в новом исчислении. Реформа не затрагивала заработную плату рабочих, доходы крестьян от государственных заготовок и другие трудовые доходы всех слоев населения, они выплачивались в новых деньгах в прежнем размере.

Одновременно с проведением денежной реформы и ликвидации карточной системы на продовольственные и промышленные товары были отменены высокие коммерческие цены. Причем единые цены на хлеб и крупу устанавливались на более низком уровне, чем существовавшие до этого. На ткани, одежду и другие промышленные товары цены устанавливались значительно ниже коммерческих, хотя и несколько выше пайковых.

Перед торговлей выдвигались новые задачи: взамен распределения товаров по карточкам надо было развертывать их открытую продажу. Она вновь, как и до войны, становилась активным фактором развития производства. Это мы видим на примере Смоленщины. Если в 1947 г. товарооборот области составлял 1431 млн. руб., то в 1949 г. он уже достиг 1509 млн. руб. Выросло количество магазинов, ларьков и предприятий общественного питания. Заметные изменения произошли в структуре товарооборота (таблица 2).

Таблица 2 – Сравнение товарооборота до и после отмены карточной системы, тыс. руб.

Товар	1947 г.	1948 г.
Хлопчатобумажные ткани	63 951	106 655
Шерстяные ткани	11 182,8	14 767,9
Шелковые ткани	5 267,2	8 062
Швейные изделия	40 769	57 832
Чулочно-носочные изделия	5 329,9	9 751
Кожаная обувь	19 258	23 846

Во много раз увеличилась продажа товаров культурно-бытового назначения: патефонов, радиоприемников, велосипедов и др.

Положительные стороны в работе торговых организаций были налицо. Но возможности дальнейшего расширения торговли, улучшение ее особенно на селе, еще использовались не в полную меру. Объясняется это не только недостаточным развитием материально-технической базы и нехваткой товаров, но и слабостью торговых кадров. Из 45 заведующих городскими и районными

торговыми отделами высшее образование имел лишь 1, со специальным торговым образованием было всего 4 человека. В системе торговли из 2 936 работников торговое образование имели только 48. Мало осталось довоенных кадров. Со стажем свыше 5 лет в госторговле работало 555 чел.

Колхозный рынок серьезно дополнял государственную торговлю, помогал улучшать питание рабочих и служащих. Следует отметить, что реализация увеличивающегося количества продуктов на колхозных рынках происходило при снижении цен. Нередко цены на рынке были ниже государственных. Особенно это относилась к картофелю, овощам и мясу.

Несмотря на большую работу по развитию торговли на Смоленщине и безусловные успехи в этом деле в 50 – х годах торговля испытывала огромные трудности и не удовлетворяла растущие потребности людей. Особенно большие затруднения имелись с промышленными товарами. Сатин, например, поступал в пределах не более 10% потребностей населения, головные платки – не более 4 %, редкостью были пикейные одеяла. Крайне недостаточно имелось высокосортных набивных шелковых тканей. В узком ассортименте были льняные изделия, скатерти, полотенца и простыни. Трудности усиливались еще и потому, что торговля не имела хорошего складского хозяйства, базы ютились в приспособленных подвальных помещениях. Поэтому к завозу товаров относились очень настороженно, никакого запаса товаров на базах, как правило, не было. Розничную торговлю они снабжали, с колес.

Все эти вопросы требовали безотлагательного решения. И они решались. Была отменена разница в ценах на товары, реализуемые в городах и сельской местности, установлена пенсия для колхозников, все это способствовало быстрому росту покупательных фондов населения. Для примера, только за 2 года с 1963 по 1965 года доходы населения Смоленской области выросли на 76 млн. руб. Все это создало благоприятные условия для дальнейшего развития торговли. Только в 1965 г. в области заново построено 200 магазинов, из них 164 на селе. Кроме того построено 35столовых и 2 пекарни. Вместе с тем такое положение (при ликвидации артелей) приводило к появлению теневого производства недостающих промышленных товаров для населения и спекуляции в торговле. Наращиваемые «теневые» капиталы необходимо было вкладывать в ликвидные активы, весьма ограниченные в условиях государственной монополии на средства производства и запрете на хождение иностранной валюты, появились валютные спекулянты и прочие негативные элементы по легализации этих средств.

Розничный товарооборот Смоленщины в 1965 г. составил 468,1 млн. руб. или был в 3 раза больше, чем был в 1940 г. По сравнению с довоенным уровнем увеличилась также продажа и на душу населения – с 73 до 426 руб. в сопоставимых ценах. Розничный товарооборот кооперации в 1965 г. составил 223,9 млн. руб. против 150,3 млн. на начало семилетки. Темпы роста товарооборота кооперации на селе в последние годы были выше, чем в государственной торговле. В Смоленской области, как и во всей стране, была поведена большая работа по развитию общественного питания. В предвоенные годы была построена первая на Смоленщине Ярцевская фабрика кухни. Война

полностью разорила сеть общепита. Но уже на 1965 г. общественное питание области насчитывало 738 предприятий на 24 тыс. посадочных мест. По сравнению с 1940 г. это на 139 предприятий было больше.

Таким образом, за период с 1945 по 1965 года или за 20 лет была не просто восстановлена сеть предприятий торговли и общепита, но произошло ее расширение и быстрое развитие.

А потом произошла перестройка…

Список использованных источников:

1. Губенко, М.П. К экономической характеристике районов РСФСР, освобожденных от фашистской оккупации в 1943 г. (в свете нового источника) / М.П. Губенко // История СССР. - 1962. - № 1. С. 125-129.

УДК 94 (470.6)

Сапожникова С.М.

СОСТОЯНИЕ ТОРГОВЛИ И ОБЩЕПИТА СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ В ДОВОЕННЫЙ ПЕРИОД

к.э.н., доц.
Смоленский государственный университет
Россия, г. Смоленск
Ssm0668@mail.ru

После гражданской войны в Смоленской губернии сокращается частная торговля, но развиваются кооперативы, что позволило наладить систему розничной и оптовой торговли и общепита за 23 года, что говорит об эффективности системы управления народным хозяйством в регионе в то время.

Ключевые слова: розничная и оптовая торговля, общепит, государственная торговля, кооперативная торговля, частная торговля, город село, развитие, эффективность.

В первые годы советской власти, в условиях разрухи, голода, на Смоленщине основные силы были приложены на организацию общественного питания. Были открыты общедоступные столовые, пункты питания. Но эти меры не решали полностью вопроса: хлеба и других продуктов питания не хватало и в столовых. По данным Смоленского губернского статистического бюро, обследовавшего в марте 1919 г. 62 столовые общего пользования, известно, что в среднем на душу питающегося в них населения в день расходовалось 0,32 фунта хлеба, 0,36 – картофеля, 0,11 – мяса, 0,22 – рыбы и 0,03 фунта жиров. В пересчете на питательные вещества это 49 граммов белков, 27 граммов жиров и всего лишь 145 граммов углеводов. Таким образом, пищевой паек в столовых не давал населению даже половины потребного для организма количества питательных веществ. Как правило, в столовых Смоленска выдавалось два блюда – суп и селедка с кашей без хлеба, а в некоторых столовых Смоленского уезда – капуста, сбой и крупа.

В связи с голодом в Поволжье Советская власть вынуждена была увеличить запланированные в начале размер первого продовольственного налога, и по Смоленской губернии он оказался не меньше, а несколько больше продразверстки. Однако крестьяне в большинстве своем верили в декрет

Советского государства о продналоге, видели, что он дает им возможность развивать хозяйство, поднимать его товарность. Своими излишками (а они были значительно большими, чем при разверстке) крестьяне теперь могли распоряжаться по своему усмотрению. Но, давая хлеб, крестьянин требовал в замен промышленные товары. Встала задача организации социалистической торговли.

Основным методом освоения рынка были не меры административного воздействия, а усиление экономических позиций госторговли и кооперации. В их руках необходимо было сосредоточить основные массы продуктов, необходимых широким слоям потребителей. Действовать они должны были согласованно и планомерно. Исходя из этих задач, принимались меры к улучшению организационной структуры торговой системы. Постановлением Совета Народных Комиссаров от 20. 03. 1919 г. на базе существующих рабочих и общегражданских кооперативов создается единый распределительный орган – потребительская кооперация. Все население определённой местности, согласно этому Постановлению, становилось членом кооператива и приписывалось к одному из ее распределительных пунктов. Кооперативы объединялись в Губсоюзы, которые, в свою очередь, входили в Центросоюз. Отныне все дело распределения и заготовок возлагалось на потребительскую кооперацию.

Местные продовольственные органы получили право вводить в состав правлений кооперативных союзов по одному своему представителю, которые могли приостановить принимаемые решения, или обжаловать их в вышестоящие органы. Это давало им возможность направлять в необходимых случаях деятельность кооперации на выполнение государственных заданий.

Натурализация хозяйственных отношений в первые годы Советской власти серьезно ослабила такие экономические рычаги, как кредит, деньги и система расчетов, без которых нечего было и думать о стабилизации товарно-денежных отношений. Около 40% всех своих кредитов госбанк выдавал государственной и кооперативной торговле. Основной формой кредитования государственной торговли и потребительской кооперации был товарный кредит, предоставляемый им промышленностью. При помощи кредита промышленность оказывала влияние на торговые организации, вынуждая их быстро доводить товары до потребителя. Значительная часть этого коммерческого кредита покрывалось промышленностью за счет банковских кредитов.

Не менее важным вопросом, требовавшим незамедлительного решения, было укрепление денежной системы. Хотя в период военного коммунизма стоимость рубля основательно обесценилась и денежная система значительно ослабла, она применялась и действовала параллельно с системой натуральных отношений. Деньги использовались государством для частичной выплаты заработной платы и для закупки части продуктов сельского хозяйства. Но механизм денежного обращения был нарушен. Стоимость рубля не возможно было регулировать из-за отсутствия необходимого количества товаров. Поэтому Декрет Правительства от 15. 05. 1919 г. разрешил Наркомфину

выпускать денег в обращение столько, сколько их требовал рынок. Это привело к их обесцениванию. Коробка спичек стоила несколько тысяч рублей.

Развитие товарно-денежных отношений требовало укрепления стоимости денежных знаков. С этой целью Правительство провело две деноминации. По первой прежние денежные знаки заменялись новыми денежными знаками образца 1922 г. Один рубль образца 1922 г. был приравнен к 10 000 рублей прежних образцов. Но это не остановило обесценивания. Потребовался выпуск денежных знаков образца 1923 г., приравненных к знакам 1922 г. по соотношению 1:100. Таким образом, один новый рублю заменял миллион рублей денежных знаков до первой деноминации. Декретом Совнаркома от 11. 10. 1922 г. Государственному банку было предоставлено право выпуска банковских билетов. Они исчислялись в новой денежной единице – червонцы, который равнялся 10 рублям или одному золотнику 78,24 доли чистого золота. Декретом установлено обеспечение банковских билетов не менее, чем на ¼ драгоценными металлами и устойчивой иностранной валютой по курсу на золото, а в остальной части, легко реализуемыми товарами, краткосрочными векселями и иностранными краткосрочными обязательствами. Денежная реформа была завершена в марте 1924 г. Кроме червонцев выпускались билеты достоинством 1, 3, 5 рублей, а также разменная монета.

Крестьянское хозяйство в середине 20-х годов все больше приобретает товарный характер, увеличиваются его денежные доходы. Согласно отчету Смоленского внутторга за 1925 г. доходы сельского населения губернии составили свыше 36 млн. руб., что предъявляло новые требования к торговле. Необходимо было расширять торговую сеть, все больше завозить в нее промышленных товаров, и это постепенно осуществлялось. За период с 1923 по 1925 г. торговая сеть губернии увеличилась с 5 600 торговых единиц до 7000. Примечательно то, что ее расширение происходило главным образом на селе, охватывая своим влиянием крестьянские хозяйства. Хуже обстояло дело с промышленными товарами. Заводы и фабрики губернии, хотя в основном и были восстановлены, не могли удовлетворить повышенный спрос на промтовары. По данным губвнутторга, потребность в хлопчатобумажных тканях удовлетворялось на 30 – 35%, суконных – на 35 – 40%, махорке – на 20 – 25%. Острый недостаток ощущался в хозяйственном инвентаре. Все это отрицательно сказывалось на состоянии торговли. В обороте появились лишние деньги, развивалась спекуляция.

В 1924 г. доля частника в обороте розничной торговле на Смоленщине составляла 43 %. Несколько иным было положение оптовой торговли. Здесь из 40 млн. руб. – 26 млн. или 67 %, принадлежало госторговле, 8 млн. или 17% – кооперации и лишь 6 млн. или 16% - частнику.

Вместе с развитием кооперативной сети растет обороты кооперации, укрепляется ее финансовое положение. Паевой капитал увеличился с октября 1924 г. по апрель 1925 г. с 70,3 тыс. руб. до 99,5 тыс. в городе и с 42,4 тыс. до 76,7 тыс. руб. в селе. Остальные капиталы сельской кооперации увеличились соответственно с 576,332 тыс. до 804,9 тыс. руб.

В конце 1928 г. Правительство вынуждено было ввести нормирование

продуктов питания, обеспечивая преимущественное снабжение рабочих промышленных предприятий, строек, важнейших участков народного хозяйства. Все население Смоленской губернии было разбито на 4 группы, в соответствии с которыми и устанавливались дневные нормы отпуска хлеба. Введение карточной системы было подкреплено созданием закрытых форм торговли (закрытых кооперативов ЗРК и распределителей ЗР).

Все эти мероприятия дали положительные результаты. С каждым годом государство все больше контролировало продовольственный рынок, особенно хлебный. По данным отчета губвнутторга, снабжение городского населения основными продуктами питания по линии госсектора торговли: мука, хлеб – 100 %, мука, крупа – 98,3 %, капуста, говядина, баранина, масло растительное – боле 80 %, остальные продукты от 25 до 60 %. Объем товарооборота в обобщенной торговле в сопоставимых ценах в 1932 г. к 1928 г. составил 175 %. Доля частника падает с 20,7 до 7,2% (с 1927г. по 1930 г.).

Товарооборот в деревне вырос с 146,9 млн. до 28,1 млн. руб., хотя на душу населения ниже, чем в городе (таблица 1).

Таблица 1 – Показатели состояния торговли Смоленской губернии*

	1927/1928г.		1928/1929г.		1929/1930г.	
	сумма	структура, %	сумма	структура, %	сумма	структура, %
Розничный торгово-посреднический оборот, млн. руб.						
Госторговля	36,8	10	42	10,2	43,3	9
Кооперативная торговля	253,3	69,3	320	77,7	402	83,8
Частная торговля	75,2	20,7	50	12,1	35	7,2
Итого	365,3	100	412	100	480,3	100
Розничный оборот города и села, млн. руб.						
Город	218,4	59,8	225,3	54,6	252,2	52,5
Село	146,9	402	186,7	45,4	228,1	47,5
Итого	365,3	100	412	100	480,3	100
Розничный оборот на душу населения, руб.						
Город	310		310,9		339,4	
Село	24,4		30,8		36,3	

*Контрольные цифры народного хозяйства и социалистической культуры Западной области на 1929 – 1930 гг.

Розничная торговля имела 3201 торговую точку (1982 магазина и 1219 палаток), в том числе в городах и рабочих поселках насчитывалось 1024, в сельской местности – 2177 торговых точек. В 1940 г. увеличилось до 3762 (2413 магазинов и 1349 палаток). В городах и рабочих поселках торговых точек было 909, а на селе – 2853. Если в 1937 г. весь розничный оборот торговли в области составил 883 млн. руб., то в 1940 г. он вырос до 1192 млн. руб. В общем товарообороте меняется соотношение между городом и деревней. В 1937 г. доля сельской торговли выросла с 45% до 47% в 1940 г.

Развивается общепит (в 1937 г. в городах и рабочих поселках – 223, на селе – 167, в 1940 г. соответственно 395 и 245). Возросла сеть столовых и ресторанов с 1937 г. по 1940 г. с 239 до 324, чайных – с 28 до 43, закусочных и буфетов – с 123 до 273. Увеличился удельный вес общепита в общем объеме товарооборота с 8 % в 1937 г. до 15 % - в 1940 г. Таким образом, к 1940 г.

Смоленщина уже имела высокоразвитые промышленность и сельское хозяйство, работники которых могли себе позволить приобретать необходимые товары и питаться вне дома.

Все шире применялись новые, прогрессивные формы торговли и общепита, росло качество обслуживания, повышалась квалификация работников и эффективность работы предприятий торговли и общепита.

А потом началась война…

Список использованных источников:

1. Губенко, М.П. К экономической характеристике районов РСФСР, освобожденных от фашистской оккупации в 1943 г. (в свете нового источника) / М.П. Губенко // История СССР. - 1962. - № 1. С. 125-129.

2. Комаров, Д.Е. Население оккупированных территорий: между коллаборационизмом и сопротивлением (на материалах Смоленской области) / Д.Е. Комаров // Приволжский научный вестник. - 2012. - №10(14). - С.32-34.

УДК 311.313

Селюжицкая Т.В.

ОЦЕНКИ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА НА ОСНОВЕ ИНТЕГРАЛЬНЫХ ИНДИКАТОРОВ

Гродненский государственный университет им. Янки Купалы,
Беларусь, г. Гродно
tatyana.selyuzh@mail.ru

В статье приведены наиболее известные методики расчета интегральных индикаторов, оценивающих влияние экологического фактора на экономическое развитие страны. Проанализирована возможность их адаптации на региональном уровне. Проведен расчет индекса скорректированных чистых накоплений для регионов Беларуси за 2010-2016 гг.

Ключевые слова: экологически скорректированный валовой региональный продукт, скорректированные чистые сбережения, индекс скорректированных чистых накоплений.

Традиционные макроэкономические показатели, характеризующие уровень экономического развития и благосостояния как страны в целом, так и региона, в современном мире не оправдывают своего предназначения, поскольку не учитывают социальной и экологической составляющих этого процесса и его результатов. Следовательно, необходимо разработать и внедрить такие интегральные показатели, которые способны дать оценку влияния, в частности, экологического фактора на экономическое развитие как страны, так и региона.

В настоящее время не существует единого общепризнанного интегрального индикатора, с помощью которого можно было бы оценить влияние экологического фактора на экономику страны или региона, т. е. характеризующих их устойчивое развитие. Вместе с тем ведущими международными организациями, такими как ООН и Всемирный банк, разработаны и достаточно успешно внедрены методики расчета данных индикаторов.

Специалистами Статистического отдела Секретариата ООН в 1993 году была предложена и в последующем претерпела существенные изменения Система эколого-экономического учета (*СЭЭУ*), одним из центральных показателей которой является экологически скорректированный чистый внутренний продукт (*Environmentally Adjusted net Domestic Product – EDP*) [1]:

$$EDP = (NDP - DN) - ED, \quad (1)$$

где *NDP* – чистый внутренний продукт;

DN – стоимостная оценка истощения природных ресурсов;

ED – стоимостная оценка эколого-экономического ущерба.

Данный подход к экологизации макроэкономического показателя может быть использован и на уровне региона при условии разработки методик стоимостной оценки истощения природных ресурсов и экологического ущерба. В работе [2] учеными Е. В. Рюминой и А. М. Аникиной была предложена и реализована методика расчета экологически скорректированного валового регионального продукта и экологически скорректированного чистого внутреннего продукта.

Для регионов Республики Беларусь на данный момент произведена корректировка валового регионального продукта только путем вычитания из него стоимостной оценки экологического ущерба на примере Гродненской области [3]. Суть данной методики состоит в том, что на основании полученных коэффициентов, характеризующих величину ущерба на единицу стоимости объема произведенной продукции по видам экономической деятельности, были получены стоимостные объемы ущерба от загрязнения окружающей среды по каждому виду экономической деятельности, а затем суммарная величина его на уровне региона. В результате апробирования данной методики было установлено, что общая стоимость ущерба, нанесенного экономике Гродненского региона в 2014 году, составила 10,3 трлн. руб., величина валового регионального продукта (ВРП) за этот же период достигла 66,4 трлн. руб. Таким образом, доля ущерба от загрязнения окружающей среды составила около 15 % от ВРП Гродненской области в 2014 году. Проведенные расчеты в 2016 и 2017 гг. показали, что доля ущерба от загрязнения окружающей среды составила 13,0 % в 2016 г., в 2017 г. – 12,7 % от ВРП Гродненской области. Таким образом, можно отметить положительную тенденцию снижения отрицательной корректировки ВРП на величину ущерба от загрязнения окружающей среды региона.

Другим вариантом интегрального индикатора, который можно использовать для характеристики устойчивого развития страны или региона, является показатель скорректированных чистых сбережений (*Adjusted Net Saving – ANS*), разработанный специалистами Всемирного Банка. К преимуществам данного индикатора можно отнести то, что он дает возможность лицам, принимающим решения на национальном или региональном уровне, достаточно четко и относительно просто оценить насколько устойчивой является инвестиционная политика их территории. На основе данного показателя группой российских ученых была разработана методика эколого-экономического индекса регионов России [4]. Данная методика была адаптирована к условиям

использования данных официальной статистики и проведен расчет и анализ индекса скорректированных чистых накоплений для регионов Республики Беларусь [5]. Результаты расчета по данной методике для регионов Республики Беларусь за 2010-2016 гг. представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Динамика скорректированных чистых накоплений по областям Республики Беларусь и г. Минск за 2010-2016 гг., млрд руб

Области	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**
Брестская	15601,1	21796,5	32951,5	45127,1	49443,7	47567,2	4782,5
Витебская	10123,9	15988,3	26960,2	38370,4	38464,2	39707,3	3984,4
Гомельская	12329,9	17041,4	30031,7	46825,4	57184,5	59008,1	4848,4
Гродненская	10149,9	17803,4	31745,9	41340,5	47802,7	50988,2	5487,9
г. Минск	15754,5	28703,0	51340,3	69702,8	77350,2	70476,7	6896,1
Минская	15564,5	30735,5	48509,2	62597,4	67591,7	75223,8	7966,0
Могилевская	8828,0	16751,8	26325,2	29055,0	32577,3	33297,5	2830,4

В соответствии с методикой Всемирного Банка все элементы корректировки и скорректированные чистые накопления рассчитываются в процентах к ВРП. Результаты этой оценки приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Динамика индекса скорректированных чистых накоплений по областям Республики Беларусь и г. Минску за 2010-2016 гг., % к ВРП

Области	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**
Брестская	**86,1**	78,3	66,3	71,5	63,7	57,0	52,9
Витебская	66,8	60,5	51,1	**68,1**	56,2	53,2	53,2
Гомельская	63,4	50,5	48,3	62,7	**64,6**	62,7	49,6
Гродненская	74,2	**76,2**	74,1	72,6	69,5	71,4	69,2
г. Минск	38,7	34,5	37,6	41,0	36,9	29,7	27,0
Минская	66,2	**68,1**	61,8	67,1	55,3	55,2	59,8
Могилевская	65,3	**76,5**	65,6	58,7	56,1	52,0	41,4

По данным, представленным в таблице 2, можно отметить, что наибольшее значение индекса скорректированных чистых накоплений наблюдалось в 2010 году в Брестской области. В 2011 году наблюдались наибольшие значения интегрального показателя по сравнению с другими периодами в Могилевской, Гродненской и Минской областях. В Витебской области значение показателя достигло своего максимума за анализируемый период в 2013 году, в Гомельской в 2014 году. Следует отметить, что в г. Минске за все рассматриваемые годы наблюдались наиболее низкие значения индекса скорректированных чистых накоплений по сравнению с областями. Это объясняется более высокой антропогенной нагрузкой на единицу площади в столице и отсутствием некоторых элементов положительной корректировки чистых накоплений, например, отсутствием особо охраняемых природных территорий. В целом следует отметить негативную динамику снижения в последние годы анализируемого интегрального индикатора, что обусловливает более подробный анализ по каждой области динамики отдельных элементов корректировки.

Проведенный в статье анализ существующих методик расчета интегральных индикаторов устойчивого развития, разработанных

международными организациями, показал, что они достаточно успешно могут быть адаптированы и применены с целью получения единой обобщающей оценки экологической составляющей экономического развития региона.

Список использованных источников:

1. System of Environmental-Economic Accounting: Central Framework/White cover publication, pre-edited text subject to official editing. - European Commission, FAO, International Monetary Fund, OECD, United Nations, World Bank, 2012.

2. Рюмина, Е.В. Экологически скорректированная оценка экономического развития регионов / Е.В. Рюмина, А.М. Аникина // Проблемы прогнозирования. - 2009. - №2. - С. 78-94.

3. Селюжицкая, Т.В. Оценка ущерба от загрязнения окружающей среды с целью экологической корректировки валового регионального продукта / Т.В. Селюжицая // Экономика и управление. - 2016. - № 4(48). - С. 106-109.

4. Эколого-экономический индекс регионов России / С.Н. Бобылев [и др.]; под ред. А.Я. Резниченко, Е.А. Шварц, А.И. Постнова - М: WWF России, РИА Новости, 2012. - 147 с.

5. Селюжицкая, Т.В. Статистическая оценка устойчивого развития региона / Т.В. Селюжицая // Веснік Гродзенскага дзяржаўнага ўніверсітэта імя Янкі Купалы. Серыя 5. Эканоміка. Сацыялогія. Біялогія. - 2015. - № 3(202). - С. 53-64.

УДК 338.012

Сидунова Г.В.
Рощенко А.В.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА ОТРАСЛИ ЖИВОТНОВОДСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

к.э.н., доц.
УО «Белорусский государственный экономический университет»
Республика Беларусь, г. Минск
galina.sidunova@mail.ru
к.э.н., доц.
УО «Белорусский государственный экономический университет»
Республика Беларусь, г. Минск

В статье выполнен анализ эффективности использования производственного потенциала отрасли животноводства. Оценка производственных возможностей отрасли по регионам Беларуси произведена с помощью таксонометрического способа, учитывающего степень отклонения фактических показателей от эталонной модели.

Ключевые слова: производственный потенциал, отрасль животноводства, индексный метод, эффективность.

Необходимым условием экономического роста и эффективного функционирования отрасли является рациональное использование производственного потенциала, который определяется как имеющиеся и

потенциальные возможности выпуска конкурентоспособной продукции в условиях рациональной организации производства и взаимодействия хозяйствующих субъектов, входящих в отрасль [5].

Проблемы оценки производственного потенциала и эффективности его использования приобретают особую актуальность на современном этапе развития экономики, в условиях глобализации, существующих торговых и экономических ограничений, обостряющейся конкуренции на внутреннем и внешнем рынках. Объективная оценка производственных возможностей отраслей и отдельных предприятий, а также параметров и характеристик их производственного потенциала имеют большое значение для принятия своевременных экономических, технических и социальных решений, как для текущего, так и для перспективного развития отрасли.

Обобщающими показателями эффективности функционирования отрасли являются рентабельность: производства, реализованной продукции, продаж. Рентабельность реализованной продукции в сельскохозяйственных организациях Республики Беларусь в 2017 г. составила 7,7% и выросла по сравнению с 2016г. на 5,2 п.п., рентабельность продаж – 6,4% (прирост 4,2 п.п.) [2, с.174].

В 2007, 2009, 2010 и 2015 гг. производство и реализация сельскохозяйственной продукции приносили организациям системы Минсельхозпрода Республики Беларусь только убытки. В большей степени окупается производство продукции растениеводства по сравнению с трудоемкой отраслью животноводства [4, с.100]. В 2017 г. рентабельность реализованной продукции растениеводства была на уровне 19,8%, животноводства – 4,3% [2, с.182].

В тоже время в структуре экспорта агропродовольственной продукции наибольший удельный вес занимают молочные и мясные продукты [6, с.127].

На практике при определении индекса величины потенциала чаше всего используют такой показатель как выход валовой продукции. Справедливость такого подхода правомерна, поскольку валовая продукция является синтетическим показателем уровня хозяйствования. Более того, на конечной стадии производства она сводит к единству все элементы использованных ресурсов. По нашему мнению, стоимость валовой продукции следует рассматривать не по себестоимости, так как, чем выше затраты, тем больше валовая продукция, а в сопоставимых ценах. Таким образом, с целью более объективной и всесторонней оценки уровня производственного потенциала отрасли животноводства были рассчитаны частные индексы по таким показателям, как производство валовой продукции и продукции животноводства в сопоставимых ценах на: одного среднегодового работника, занятого в сельском хозяйстве; 1 рубль основных средств; 1 балло-гектар; на 1 условную голову скота. Частные индексы были определены как отношение регионального показателя к соответствующему значению в среднем по республике (табл. 1).

Таблица 1 – Частные и интегральный индексы эффективности производства в сельскохозяйственных организациях системы Минсельхозпрода Республики

Беларусь

Области	Частные индексы эффективности сельскохозяйственного производства				Интегральный коэффициент
	на 1 работника	на 1 балло-га	на 1 руб. основных средств	на 1 усл. гол. скота	
Брестская	1,018	1,185	1,075	1,066	1,086
Витебская	0,802	0,804	0,860	0,879	0,836
Гомельская	1,006	0,956	0,907	0,990	0,965
Гродненская	1,030	1,108	1,106	1,209	1,113
Минская	1,183	1,142	1,187	0,849	1,090
Могилевская	0,889	0,706	0,756	1,157	0,877

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных годовых отчетов Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь.

Частные индексы производства валовой продукции сельского хозяйства выше по всем анализируемым показателям в Брестской и Гродненской областях. В Минской области ниже, чем в среднем по республике только производство продукции на 1 условную голову скота. В Витебском регионе все рассмотренные относительные показатели производства валовой продукции, а, следовательно, и частные индексы уступают республиканским. Аналогичным образом сложилась ситуация и с производством продукции животноводства (табл. 2).

При расчете интегральных индексов производства валовой продукции сельского хозяйства и продукции животноводства исходили из равнозначности всех рассмотренных факторов, характеризующих эффективность использования потенциала животноводческой отрасли. Интегральные индексы определили по формуле (1):

$$I = \sum_{i=1}^{n} \frac{Ki}{N} \quad (1)$$

где I – интегральный индекс производства валовой продукции сельского хозяйства (производства продукции животноводства) в регионе;

K_i – частный индекс эффективности использования ресурса i в регионе;

N – количество частных коэффициентов.

Для усреднения результатов рассчитали индекс производственного потенциала как среднее геометрическое произведения двух интегральных индексов [3, с.81]:

$$Ipp = \sqrt{I_1 I}_2 \quad (2)$$

где I_{PP} – интегральный индекс эффективности использования потенциала отрасли животноводства в регионе;

I_1 – интегральный индекс производства валовой продукции сельского хозяйства;

I_2 – интегральный индекс производства валовой продукции животноводства.

Таблица 2 – Частные и интегральный индексы эффективности производства в животноводстве в сельскохозяйственных организациях системы Минсельхозпрода Республики Беларусь

Области	Частные индексы эффективности животноводства				Интегральный коэффициент
	на 1 работника отрасли	на 1 балло-га	на 1 руб. основных средств	на 1 усл. гол. скота	
Брестская	1,223	1,265	1,147	1,138	1,193
Витебская	0,726	0,786	0,840	0,858	0,803
Гомельская	0,873	1,008	0,954	1,043	0,969
Гродненская	1,166	1,033	1,030	1,126	1,089
Минская	1,171	1,144	1,188	0,850	1,088
Могилевская	0,767	0,665	0,711	1,088	0,808

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных годовых отчетов Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь.

Если по производству валовой продукции сельского хозяйства первенство принадлежит Гродненской области, затем следуют Минский и Брестский регионы, то по производству продукции животноводства в сопоставимых ценах 2014 г. лидирует Брестская область (табл. 3).

Таблица 3 – Интегральные индексы эффективности использования производственного потенциала отрасли животноводства

Области	Интегральный индекс		
	по производству валовой продукции		эффективности использования потенциала отрасли животноводства
	сельского хозяйства	животноводства	
Брестская	1,086	1,193	1,138
Витебская	0,836	0,803	0,819
Гомельская	0,965	0,969	0,967
Гродненская	1,113	1,089	1,101
Минская	1,090	1,088	1,089
Могилевская	0,877	0,808	0,842

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных годовых отчетов Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь.

В зависимости от значений индекса производственного потенциала, отражающего эффективность использования ресурсов отрасли животноводства, области расположились следующим образом: 1 место – Брестская область; 2 – Гродненская; 3 – Минская; 4 – Гомельская; 5 – Могилевская; 6 – Витебская область. Таким образом, 3 области – Брестская, Минская и Гродненская– имеют преимущества по обеспеченности ресурсами и характеризуются сравнительно высокой эффективностью их использования, что свидетельствует о высоком качестве производственного потенциала.

Для расчета резервов повышения эффективности производственного

потенциала нами был использован таксонометрический способ [1, с.85], учитывающий степень отклонения фактических показателей от эталонной модели:

$$R = \left(\frac{Зэт - Зф}{Зф} \right) * 100\% \quad (3)$$

где R – резерв роста эффективности использования ресурса, %

Чем выше фактическое значение показателя, тем сложнее обеспечить его прирост в перспективе. Если в среднем по республике резерв роста производительности труда работника, занятого в отраслях животноводства, составляет 22,5%, то в областях, где показатель выше республиканского, а это – Брестская, Гродненская и Минская области – резерв роста колеблется от 18,4% до 19,3%. В Витебской и Могилевской областях необходимо увеличить производительность труда в отрасли на 30%, в Гомельской – на 25,7% (табл. 4).

Эффективность использования земельных ресурсов ниже эталонного значения показателя на 20,5%, в Могилевской и Витебской областях – на 30,8% и 26,1% соответственно. Резерв роста фондоотдачи в среднем по отрасли составляет 17,9%. Самый значительный прирост должен быть обеспечен в Могилевской области – 25,1%, в Витебской – 21,3%, Гомельской – 18,7%. Резервы роста продуктивности животных ниже по сравнению с рассмотренными факторами и составляют 13,2%. Более чем на 15% необходимо обеспечить прирост этого показателя в Витебской и Минской областях [3, с.82-83].

Таблица 4 - Резервы роста эффективности использования ресурсов в животноводстве

Области	Резерв роста эффективности использования ресурсов в животноводстве, %			
	Производительности труда	Производительности 1 балло-га	Фондоотдачи	Продуктивности животных
Брестская	18,37	16,20	15,56	11,60
Витебская	30,94	26,08	21,25	15,37
Гомельская	25,74	20,33	18,71	12,66
Гродненская	19,26	19,85	17,34	11,72
Минская	19,18	17,91	15,04	15,53
Могилевская	29,29	30,84	25,11	12,13
Республика Беларусь	22,46	20,47	17,85	13,20

Примечание - Источник: собственная разработка на основе данных годовых отчетов Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь.

Предложенную методику целесообразно применять для оценки и выявления резервов повышения эффективности использования элементов производственного потенциала не только отрасли животноводства, но и других сфер агропромышленного комплекса, отдельных предприятий, регионов страны. Результаты исследования могут быть использованы при формировании и реализации отраслевой политики, для оценки состояния и определения перспектив развития различных отраслей экономики.

Список использованных источников:

1. Барашкова, О.В. Методика оценки ресурсного потенциала сельскохозяйственного предприятия / О. В. Барашкова, В.Н. Острецов // Молочнохозяйственный вестник. – 2012. – № 4 (8). – С.84–89.
2. Сельское хозяйство Республики Беларусь: стат.сб. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2018. – 234 с.
3. Сидунова, Г.В. Производственный потенциал отрасли животноводства: методика оценки и анализ в Республике Беларусь/ Г.В. Сидунова //Актуальные вопросы образования и науки.–2018. –№ 1 (63).– С. 76–84.
4. Сидунова, Г.В. Тенденции развития аграрного сектора в Республике Беларусь/ Г.В.Сидунова, А.И.Сакович //Актуальные вопросы образования и науки. – 2017.–№ 4(62). – С. 98–104.
5. Сухорукова, О. А. Регулирование производственного потенциала отрасли: автореф. дис. канд. экон. наук/ О,А.Сухорукова. [Электронный ресурс]. – URL: http://economy-lib.com/regulirovanie-proizvodstvennogo-potentsiala-otrasli.
6. Филипцов, А.М. Импортоемкость производства и роль агропродовольственного сектора во внешней торговле Республики Беларусь/А.М. Филипцов, И.В. Горбатенко // Белорусский экономический журнал. –2017. – № 2.– С.117–128.

УДК 338.1(4Луг)

Сулейманова Т.А.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕГИОНЕ С ОСОБЫМ СТАТУСОМ

асс.
ГОУ ВПО ЛНР «Донбасский государственный технический университет»,
Луганская Народная Республика, г. Алчевск
sta2018-10@mail.ru

Малое и среднее предпринимательство является важной составляющей экономики региона с особым статусом. В данной статье рассматривается проблематика эффективного функционирования предприятий малого и среднего предпринимательства и перспективы их развития в регионе с особым статусом.

Ключевые слова: МСП, развитие, регион с особым статусом, кластерный подход, поддержка МСП, законодательная база.

Эволюция рыночной экономики значительно усилила роль малого и среднего предпринимательства (далее – МСП), которое в современном мире становится ведущим субъектом хозяйственной деятельности. Для современной экономики характерны сложные сочетания различных по формам и масштабам производств.

В зависимости от размеров существует общепринятая классификация МСП: малые, средние и крупные предприятия, которые имеют отличительные черты по объёмам оборотов, прибыли и по количеству работающих на

предприятии сотрудников. Нередко упоминается и микропредприятие, к которому относят микрофинансовые организации, индивидуальных предпринимателей, фермеров и отчасти самозанятых граждан [1].

Роль МСП в развитии экономики региона с особым статусом очень существенна. Поскольку без активной деятельности предприятий малого бизнеса экономика региона не может выполнять свои функции и динамично развиваться [2].

В регионе с особым статусом предприятия МСП могут стать надежным источником пополнения государственного бюджета и уменьшить социально-экономическую напряженность.

Также, МСП может стать локомотивом для выхода из кризисных ситуаций и ускорения социально-экономического развития региона с особым статусом через реализацию кластерного подхода, который включает в себя эластичное и самостоятельное объединение предприятий по географическому принципу.

Применение процессов кластеризации позволит успешно взаимодействовать некоторым крупным предприятиям с большим количеством малых предприятий на взаимовыгодных условиях, тем самым создавая внутреннюю кооперацию в регионе с особым статусом.

Как показывает мировая практика, такая форма объединения может повысить показатели конкуренции, кооперации и эффективности экономики [3].

Крупные фирмы располагают большими материальными и трудовыми ресурсами, финансами, квалифицированными кадрами и способны вести масштабные научно-технические разработки, которые и определяют важнейшие технологические сдвиги.

Однако, в сложившихся условиях, рост МСП в тех сферах, где не требуется значительных капиталов, больших объемов оборудования и кооперации труда может способствовать успешному функционированию в отраслях, связанных с производством потребительских товаров и оказанием услуг.

Следует отметить, что становление МСП в Луганской Народной Республике – длительный процесс, который стоит на стадии своего зарождения и должен иметь определенную этапность, исходя из экономического состояния региона, существующих проблем на макро- и микроуровнях.

Государственная поддержка в регионе с особым статусом находится еще на довольно слабом уровне для упрощения ведения бизнеса и устранения административных ограничений, сдерживающих развитие предпринимательской деятельности.

Невзирая на принятие высшими органами государственной власти нормативных документов, развитие МСП в Луганской Народной Республике осуществляется при неблагоприятных внешних и внутренних условиях, есть много проблем, которые необходимо решать на разных уровнях. Большое количество малых и средних предприятий вынуждены находиться в нелегальном бизнесе из-за несовершенства законодательства, вследствие чего

открываются безграничные возможности для коррупции.

Значительное количество малых предприятий не может начать свою работу из-за отсутствия стартового капитала, производственных запасов и площадей, практических знаний и инициативности работников в осуществлении бизнеса. Имеют трудности в реализации продукции и создании соответствующей клиентской базы. Негативно влияют на развитие малого бизнеса такие сдерживающие факторы, как политическая нестабильность, общий спад товарного производства, рост цен, инфляция, низкий уровень платежеспособности населения, коррупция.

Для дальнейшего эффективного развития МСП в ЛНР в ближайшей перспективе необходимо [4]:

- сформировать надлежащую нормативно-правовую базу для создания благоприятных условий развития МСП, в том числе и скорректировать критерии отнесения хозяйствующих субъектов к категориям МСП с учетом ориентации ЛНР на интеграцию с Российской Федерацией и реальной экономической ситуации в Республике на макро- и микроуровнях;
- снизить финансовую нагрузку, препятствующую эффективному развитию бизнеса в регионе и расширить доступ субъектов МСП к финансовым ресурсам;
- оказывать субъектам МСП информационно-консультационную поддержку;
- создавать и развивать объекты инфраструктуры поддержки МСП;
- содействовать субъектам МСП в продвижении производимых ими товаров (работ, услуг) на рынок.

Эффективная деятельность МСП в регионе с особым статусом является незаменимым элементом экономики и определяется рядом преимуществ:

- способствует более полному удовлетворению потребительского спроса населения, предлагая свою продукцию на товарный рынок;
- вносит определенный вклад в увеличение общих объемов производства;
- создает благоприятную среду для развития конкуренции и устранения монополизма в осуществлении предпринимательской деятельности;
- создает новые рабочие места;
- способствует формированию среднего класса общества.

Развитие малого бизнеса ведет к насыщению рынка товарами и услугами, к повышению экспортного потенциала, лучшему использованию местных сырьевых ресурсов.

Список использованных источников:

1. Лапуста, М.Г. Предпринимательство: учебник / М.Г. Лапуста. - Изд. испр. - М.: ИНФРА-М, 2017. - 384 с.
2. Стенькина, Е. Н. Роль малого и среднего предпринимательства в социально-экономическом развитии территории / Е.Н. Стенькина, Е.Э. Котляр // Молодой ученый. -2018. - №19. - С. 73-75.
3. Доржиева, Е.В. Процесс кластеризации российских регионов/ Е. В. Доржиева // Вестник Бурятского государственного университета. Выпуск 2: Экономика. Право.- 2012. - С. 128-132.

4. Программа социально-экономического развития Луганской Народной Республики на 2019 год [Электронный ресурс]: Закон Луганской Народной Республики от 05.03.2019 № 36-III // Доступ с официального сайта Главы Луганской Народной Республики.

УДК 332 .14

Тачкова И.А.,
Фещенко В.В.

ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНОМ

к.э.н., доц.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
к.п.н.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
fetschenko-val@mail.ru

Предметная область изысканий на уровне антикризисного управления в регионах (как прикладного варианта и частного случая теории управления) находится в нахождении точек взаимосвязи и отношений их типов между различными уровнями системных единиц антикризисного управления в регионе.

Ключевые слова: управление, региональное развитие, антикризисное управление

Определение антикризисного управления на региональном уровне можно охарактеризовать как вид управления, направленный на предикторный анализ кризисных экономических явлений, определение целевых показателей кризиса, причин и факторов их снижения, нивелирование кризисной ситуации и возможности использования её факторов в эффекте роста региональной экономики. Основными факторами при применении методов антикризисного управления являются человеческие. Накопленный тысячелетний опыт, знания, созданные теории, постоянный процесс адаптации к новым условиям в процессе мирового существования человека, приводит к тому, что все более сложные задачи находят свое решение и при этом кризисные ситуации разрешаются новыми вариантами, позволяющими оптимизировать потери от них [2].

Создаваемые антикризисные программы являются лишь частью более широкой категории регионального или национального антикризисного управления. Охват тематик управления кризисами на национальном и региональном уровнях содержит в себе так же процесс разработки защит для векторов роста макро- и микро- уровневых социально–экономических явлений.

Различные виды деятельности, определяющие результат воздействия на предмет управления, называются функциями антикризисного управления. Их основной целью является определение правильных и оптимальных действий по управлению в случаях прогноза кризиса, нахождении в кризисе или в рамках

излечения от последствий кризисной ситуации. Основными видами функций предкризисного управления являются: прогнозное предкризисное управление, управление в условиях кризисной ситуации, управление процессами вывода объекта из кризиса, процесс стабилизации неустойчивых ситуаций (обеспечение адекватной управляемости объектом), нивелирование влияний кризиса с минимизацией потерь и упущенных возможностей, своевременное принятие решений [1].

Региональное антикризисное управление должно руководствоваться теоретическими аспектами антикризисного управления, основные постулаты которых можно охарактеризовать следующим образом:

– кризисы возможно прогнозировать, ожидать и вызывать;

– кризисами в некоторой степени можно управлять, осуществляя их ускорение, смещение и торможение;

– к кризисам нужно подготавливаться и это возможно;

– кризисы возможно нивелировать и снижать их пагубное влияние;

– процесс антикризисного управления на практике заключается в применении специальных подходов, опыта и знаний;

– процессы кризиса в некоторой степени являются управляемыми с некоторыми ограничениями;

– адекватная реализация управления процессов выхода из кризисных явлений позволяет снизить их временные рамки и уменьшить эффект пагубного влияния.

Основным различиями в региональном антикризисном управлении и антикризисном управлении предприятием во временных рамках стадий кризиса. При выводе региона из кризисного состояния в нормальное, а затем на вектор постепенного развития иногда уходят десятилетия. При этом расширяется во времени депрессивный период [3].

В момент нахождения региона в кризисе быстрый отклик и принятие немедленных решений порой не доступны, так регион ограничен в бюджетных ресурсах в этот момент и их перераспределение по разным направлениям зачастую невозможно.

Предприятие можно всегда ликвидировать, а вот регион нет. Регион не возможен к ликвидации, так как это в сумме территория и население, проживающее на ней. Возможен процесс переселения, но это требует еще больших бюджетных вливаний и возможно только лишь для небольших поселений. Территорию же вообще невозможно ликвидировать. Социальная политика является одним из ключевых инструментов управления регионом как в рамках кризисной ситуации, так и при отсутствии таковой.

Антикризисное региональное управление схематически можно представить на рисунке 1.

Региональное антикризисное управление с точки зрения своей структуры состоит из проектирования и построения специальных мер, позволяющих найти выходы из кризисных ситуаций, использования устоявшихся стратегий и рекомендательных тактик в процессе перехода к дальнейшему развитию региона.

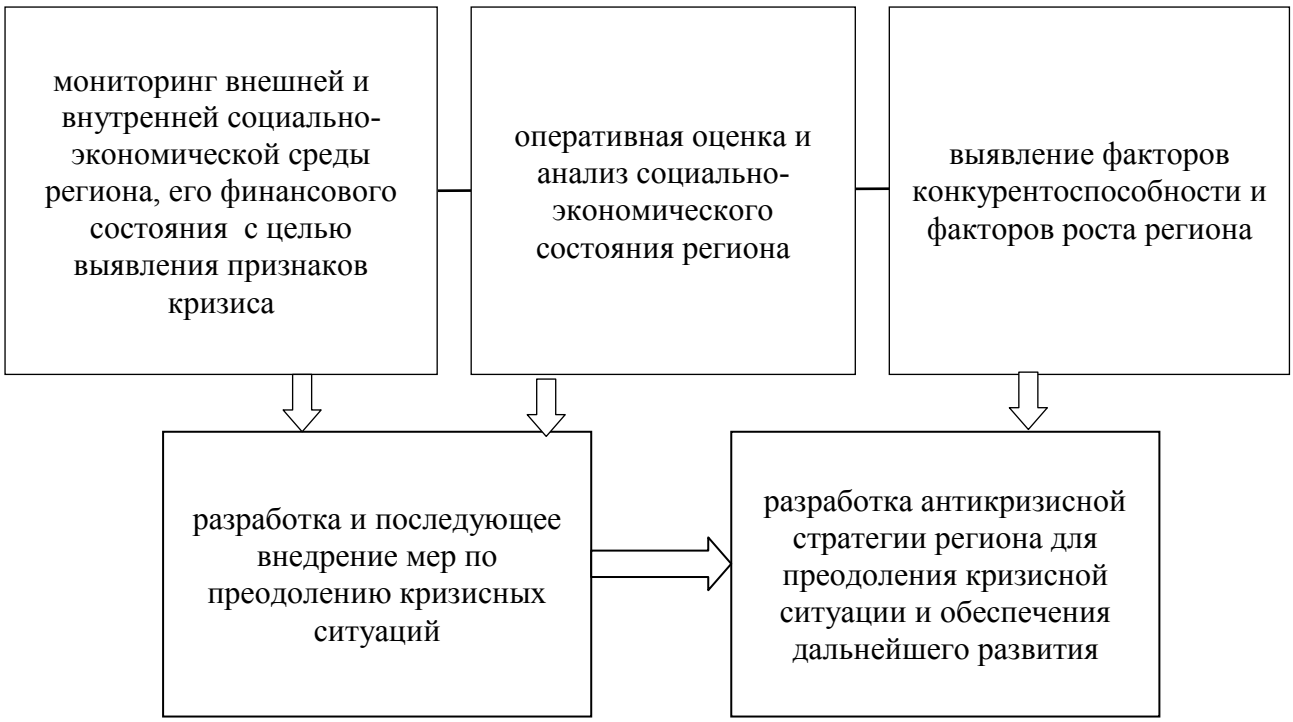

Рисунок 1– Схема механизма антикризисного управления региона

Структура работы антикризисного управления предприятий в регионе должна опираться на следующие позиции:

- мотивация людей, выработка поведенческих паттернов экономии, анализирования и поиска оптимальных и менее затратных вариантов, анализ предыдущего опыта и ухода от ошибок;
- создание позитивного оптимистичного эмоционального фона и снятие психологического напряжения;
- социальная интеграция традиционных ценностей, профессионализма;
- поощрение инициативности по решению проблем и нахождению оптимальных сценариев роста и развития;
- корпоративная культуру, взаимное вовлечение в принятие решений, поиск и поддержка инновационных видов деятельности;
- процесс мониторинг и анализа внешних и внутренних факторов социально-экономической среды.

В настоящее время кризисное управление в регионах России является достаточно насущной проблемой, остро стоящей перед властями РФ. Сейчас, когда российская экономика находится под санкциями, а кризис угрожает развитию различных видов предприятий и, следовательно, вредит общей экономике страны, необходимо сформировать потенциал стабилизации российской экономики и её позитивного роста, причиной которому должен являться правильный процесс антикризисного регионального управления социально-экономическими системами в субъектах РФ [5].

Основными средствами в нивелировании влияний кризисов являются правильно и вовремя созданные резервные фонды. В случаях возникновения кризисных ситуации средства из резервов должны восполнять нехватку основных и быть подушкой безопасности для выполнения социальных обязательств. Повышение фактора устойчивости региональной экономики

перед кризисными явлениями является важнейшим направлением антикризисного управления в регионе. Выделяют следующие факторы, приводящие к региональным кризисам (рис. 2).

На каждой стадии кризиса региональное антикризисное управление должно быть специфическим для стабилизации социально-экономического развития.

На каждом этапе кризиса региональные власти должны использовать весь набор методов управления кризисами, который не только направлены на антикризисное управление, но и определяют будущую модель его социально-экономического развития.

Однако использование эффективного регионального механизма антикризисного управления в этом случае невозможно без учета двух составляющих: экономического потенциала региона и стратегии его инновационного развития.

Внедрение комплексного антикризисного управления предполагает специфические формы сотрудничества на региональном уровне, обеспечивающие взаимодействие государства и бизнеса – структуры и населения. Этот проект сможет организовать инновационные антикризисные программы, представленные в виде различных комиссий, комитетов, советов и конференций, которые будут сосредоточены на региональном кризисном управлении [4].

Итак, региональный антикризисный менеджмент имеет следующие характеристики:

- основная цель – обеспечить стабильное социально-экономическое развитие при любых экономических, политических и социальных кризисах.

- использование инструментов борьбы с кризисом, наиболее эффективные для устранения кризисных явлений и решения текущих проблем региона;

- ключевым показателем в антикризисном управлении региона является правильный и своевременный отклик на возмущения внешней среды.

- центральным аспектом в региональном антикризисном управлении является внедрение инноваций во все сферы региональной экономики.

- антикризисное управление в регионах должно быть направлено на создание, даже при минимальных доходах бюджета, таких управленческих и экономических механизмов, которые устраняют кризисные явления с минимальными бюджетными расходами.

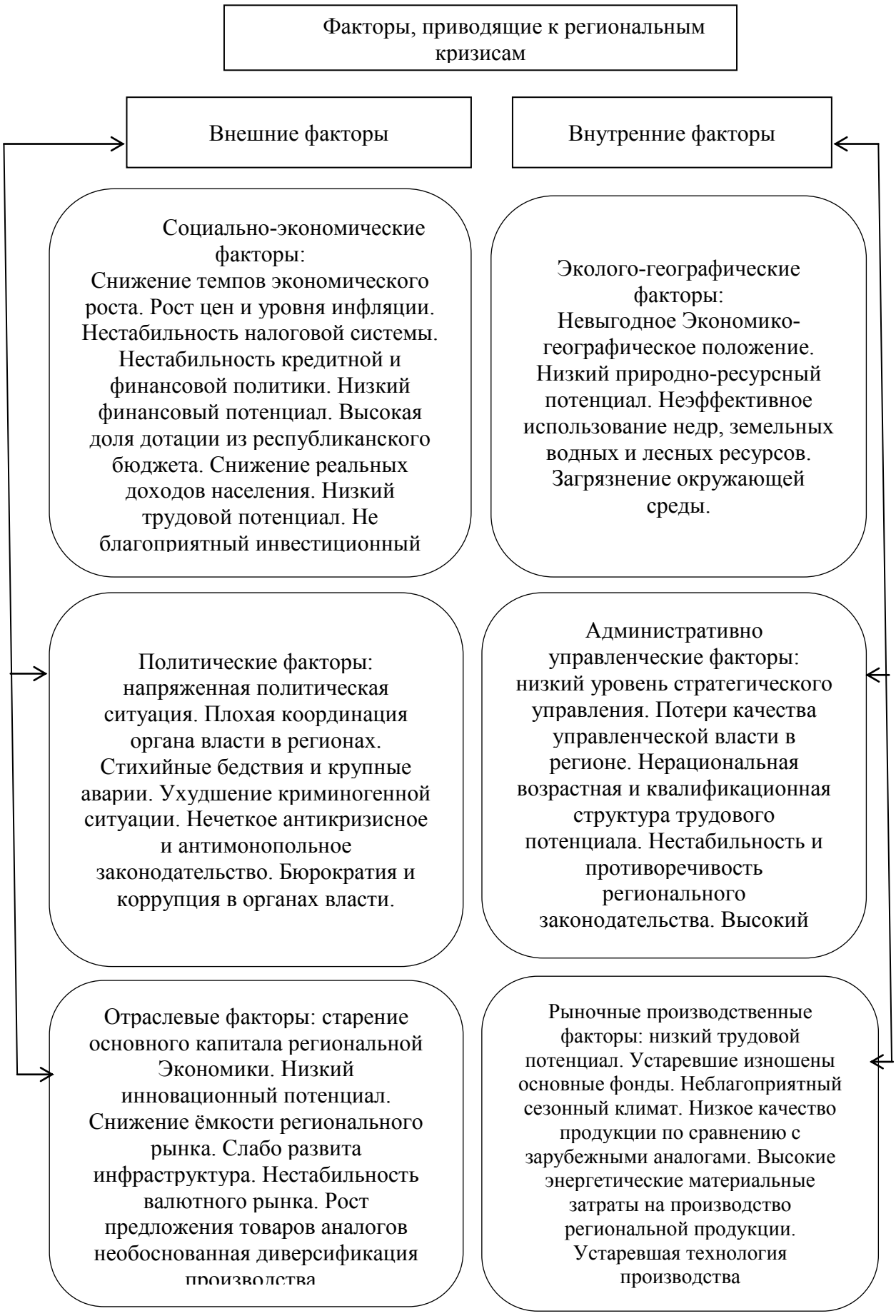

Рисунок 2 – Классификация факторов региональных кризисов

Список использованных источников:

1. Fetschenko, V. Management of innovative integrated structures of education, business and science at the regional level / V. Fetschenko, E. Shadoba, Y. Katkow, N. Shchelikova, N. Glushak // Procedia - Social and Behavioral Sciences. - 2015. - Т. 214. - С. 243.

2. Тачкова, И.А. Внедрение инноваций в пищевой промышленности как фактор развития продовольственного рынка / И.А. Тачкова // В сборнике: Современная наука: идеи, которые изменят мир Материалы Всероссийской научно-практической конференции. - 2018. - С. 267-270.

3. Тачкова, И.А. Оценка эффективности налогового администрирования в регионе / И.А. Тачкова, А.О. Ястребова // Финансовая экономика. - 2018. - № 8. - С. 368-370.

4. Фещенко, В.В. Барьеры формирования аналитической платформы национальной инновационной экономики / В.В. Фещенко // Международный научный журнал. - 2015. - № 4. - С. 7-12.

5. Фещенко, В.В. Управление инновационным развитием агропромышленного комплекса в современных экономических условиях / В.В. Фещенко, И.А. Тачкова // Экономика и предпринимательство. - 2017. - № 10-2 (87). - С. 174-177.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ СФЕРЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ: ЭКОНОМИКА, УПРАВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ

УДК 658 (075.8)

Баранова И.А.

РАЗВИТИЕ СЕРВИСНОЙ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

к.э.н., доц.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
ira-bar@yandex.ru

В работе рассмотрены понятие и сущность сервисной экономики. Цель исследования – изучение развития сервисной экономики в условиях технологического процветания, её интеграция в цифровую экономику. Цифровые технологии постепенно приводят к изменению человеческого восприятия и поведения, благодаря новейшим технологиям, которые успешно развиваются в условиях цифровой экономики. Описаны направления внедрения новых технологий, таких как нейросети, нанотехнологии, мобильные приложения, в инфраструктуру сервисной экономики. Ключевой особенностью цифровой экономики является то, что её основой является информация и человеческие ресурсы. В условиях автоматизации процессов в производстве многие профессии, с большой долей вероятности, будут вытеснены с рынка, на их смену придут роботизированные системы. В то же время профессии, связанные с компьютерными технологиями, увеличатся.

Ключевые слова: технологии, сервис услуг, сервисная экономика, рынок труда.

Сервисная экономика является одним из самых важных и перспективных видов экономической деятельности нынешнего столетия. 26 января, в швейцарском городе Давос завершился 48-й Всемирный экономический форум (ВЭФ), проходивший под лозунгом «Создание совместного будущего в раздробленном мире». «Мы вышли за границы классического цифрового века и приблизились к чему-то более радикальному – появился искусственный интеллект, технологии многопоточного обмена данными» – предполагает Основатель ВЭФ Клаус Шваб. Все больше развитых стран ставят сферу сервиса на один уровень с другими. По данным Всемирной торговой организации, сервисная экономика включает более 150 различных видов услуг, из них можно выделить финансовые, образовательные, туристские, транспортные услуги [6, с. 58].

С появлением цифровой экономики, появились виртуальные деньги (криптовалюта). На фоне появления электронных денег реальная экономика продолжает своё развитие. Однообразная механическая работа, выполняемая человеком, легко заменяется робототехникой, что сокращает время и увеличивает производительность труда. Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, что сфера сервиса в настоящее время является важнейшей составляющей экономической деятельности.

Цифровая экономика – это фундаментальная часть архитектуры четвертой промышленной революции. Основатель Всемирного экономического форума К. Шваб, отмечает, что четвертой промышленной революции по масштабу, объему и сложности, нет аналогов за всю историю развития человечества. Она основана на технологиях, которые появляются в последние годы, включая искусственный интеллект, технологии работы с большими

массивами данных, роботизацию, криптовалюту и др. «В последние три-четыре года фокус саммитов ВЭФ сместился с геополитических и экономических проблем на вызовы, связанные со стремительными темпами развития технологий», – говорит Эндрю Мэйнард, директор Инновационной лаборатории в Университете штата Аризона. Цифровая экономика повлияет на все сферы жизни человека, что явно ощущается уже сейчас. В наше время сложно найти человека, который тем или иным образом не вовлечен в виртуальный мир, называемый интернетом. Посредством него люди получают новую информацию, приобретают товары, услуги, получают высококлассную классифицированную помощь. К концу 2016 года половина населения Земли, являлись пользователями всемирной паутины [1, с. 20].

Цифровая экономика отличается от остальных экономик тем, что в ней главную роль играет цифровая информация, а также методы управления ею. Цифровая трансформация происходит также в сфере сервиса.

Согласно исследовательской компании McKinsey, с 2011 по 2015 год совокупный объем цифровой экономики России увеличился на 1,2 трлн руб., это в 9 раз быстрее роста ВВП страны. В 2015 году доля цифровой экономики достигла 3,9% ВВП. Исходя из этого, можно утверждать, что возможен дальнейший рост этих показателей [4, с. 145]. «Сложная, но достижимая цель – утроение объема цифровой экономики с 3,2 трлн руб. в 2015 году до 9,6 трлн руб. в 2025-м, в ценах 2015 года», – предполагают эксперты McKinsey. В условиях автоматизации процессов в производстве многие профессии, с большой долей вероятности, будут вытеснены с рынка, на их смену придут роботизированные системы. В то же время профессии, связанные с компьютерными технологиями, увеличатся. Цифровая трансформация является очень длительным и важным процессом, который кардинально меняет стратегию компании по вопросам бизнес-модели.

Мир современных цифровых технологий довольно разнообразен. Его составляют: технологии больших данных, технологии Blockchain, искусственный интеллект, технологии виртуальной и дополненной реальности, 3D печать, мобильные устройства, интеллектуальные датчики [2] и многое другое. Данные технологии входят в цифровую инфраструктуру новой экономики. Современные цифровые технологии активно внедряются и в сферу сервиса. Многие бизнес-процессы, такие, например, как, услуги связи, мобильные сервисы, банковские услуги, в сервисной экономике уже перестроены в соответствии с новой моделью развития цифровой экономики. Рынок мобильных услуг постоянно растет, развитие данного направления стало приоритетным. При этом широкое распространение получают как сами мобильные устройства, так и сервисы для них. Это связано с тем, что мобильные сервисы, являются одним из элементов комплекса маркетинга разных компаний, новым эффективным инструментом в борьбе за потребителя, что очень важно в сервисной экономике. Именно мобильные устройства и приложения к ним позволяют дополнить возможности каналов мобильной связи своими коммуникативными возможностями в различных сферах бизнеса. Предполагается, что число активных пользователей мобильных устройств к

2020 г. превысит 6,1 млрд человек [2, с. 255].

Главные преимущества использования мобильных сервисов:

- постоянная доступность для пользователя;
- предоставление неограниченного объема информации значительному кругу потребителей;
- возможность скачивания и сохранения информации любое необходимое время.
- возможность поиска информации;
- автоматическая идентификация пользователей и организация оперативного получения микроплатежей.

Многие сервисные компании не мыслят своего существования без наличия собственного мобильного приложения, так как именно оно помогает организовать индивидуальный подход к клиенту за счет персонификации доставляемой ему информации, например, информации о новых услугах, скидках, программах лояльности и др. Оно обеспечивает удобное общение с клиентом, способствует привлечению новых клиентов, повышению имиджа компании, созданию индивидуального образа и выполнению миссии компании. Таким образом, можно смело предположить, что эта сфера использования мобильных услуг сулит нам много нового. В конце 2017 г. предлагалось более 2 млн приложений в iOS App Store и более 3,5 млн приложений в Google Play, причём число новых приложений продолжает расти в геометрической прогрессии. Однако, в связи с расширением областей использования, изменяются требования к функционалу мобильных приложений, который должен постоянно совершенствоваться и обновляться.

Следовательно, для внедрения новых сервисных технологий и перехода к цифровой экономике потребуются большие инвестиционные вложения, результат которых может быть получен не сразу.

Развитие экономики сервиса очень сильно изменит рынок труда и коснется всех сфер деятельности. Прежде всего будет развиваться новый вид трудовой деятельности, называемый экономикой по требованию [8]. Также, увеличится мобильность персонала, изменится в большую сторону технология вне офисной работы, в первую очередь это отразится на сфере сервиса. В организациях сферы информационных технологий количество работников, имеющих высшее образование составляет три четверти от общего числа работников, что доказывает нужду в информационно-коммуникационных компетенциях работников для спокойного ориентирования в условиях цифровой экономики [8]. Если рассмотреть структуру занятости передовых стран, то можно увидеть, что больше четверти рабочих мест, которые в мире относятся к категории «Знание»», т.е. такие, предполагают собой решение сложных задач, требующих индивидуального творческого подхода. Количество работников данной категории является одним из основных показателей мировой конкурентоспособности стран и в процессе перехода к цифровой экономике сила влияния этого фактора будет только расти. В России это показатель едва достигает 17 % от всего количества рабочих мест [5, с. 380].

По информации предоставленной Агентством стратегических инициатив

и МШУ «Сколково» делается прогноз, что к 2030 г. полностью исчезнут 57 традиционных профессий и появится 186 новых, на четверти всех профессий будут работать роботы [3, с. 20]. Для работы в условиях цифровой сервисной экономики необходимы новые профессиональные качества, а при подборе кадров основным фактором станет талант работника. В программе «Цифровая экономика Российской Федерации», утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. №1632-р, базовым направлением названы кадры и образование. Основные цели программы — это усовершенствование образовательной системы для подготовки кадров, отвечающих требованиям цифровой экономики, создание стимула для работы в условиях цифровой экономики, а также способность конкурировать на рынке труда цифровой экономики.

Сервисная экономика целиком основывается на современных технологиях, таких как: искусственный интеллект, роботизация, технология работы с большими данными. В сферу цифровой сервисной экономики, помимо работников, также вовлечены все потребители, которые активно пользуются интернетом, извлекая из него нужную для себя информацию, также покупают товары и услуги. Под воздействие цифровой экономики попадают все сферы человеческой жизни, что приводит к изменению поведения самого человека.

Главной отличительной чертой цифровой экономики является то, что ресурсом является цифровая информация. Информация, приносящая новые знания, становится активом, цена которого только растет. Сервисная экономика перестраивается на активное внедрение цифровых технологий, в первую очередь речь идет об услугах связи, банковских услугах, туристских услугах и др. Это повлечет за собой изменения на рынке труда. Поменяется структура рынка труда в данной сфере, так как исчезнут одни профессии и появятся другие. Для успешной работы в сфере сервиса, необходимо развитие цифровых навыков, которые необходимо развивать в процессе обучения новых кадров.

Список использованных источников:

1. Авдеева, И.Л. Анализ перспектив развития цифровой экономики в России и за рубежом / И.Л. Авдеева // в сборнике: Цифровая экономика и индустрия 4.0: проблемы и перспективы Сборник материалов науч.-практ. конф. с междунар. участием. – СПб.: Изд-во Политехнического ун-та, 2017. - С. 19–25.

2. Анохина, Я.В. Развитие «зеленой» экономики в России / Я.В. Анохина Я.В., И.А. Баранова // В сборнике: Комплексное развитие сельских территорий и инновационные технологии в агропромышленном комплексе Сборник материалов II международной очно-заочной научно-методической и практической конференции. – Новосибирск: Издательский центр НГАУ «Золотой колос», 2016. - С. 253-257.

3. Баранова, И.А. Управление институциональными преобразованиями жилищно-коммунального хозяйства / И.А. Баранова // Экономика, социология, право. – 2019. - №1(13). – С. 16-21.

4. Савинова, Е.А. Дата-аналитика и статистика как инструменты

цифровой трансформации экономики / Е.А. Савинова // В сборнике: Актуальные проблемы и перспективы развития государственной статистики в современных условиях Сборник материалов V Международной научно-практической конференции. – Саратов: Изд-во Саратовский социально-экономический института (филиала) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», 2019. – С. 144-146.

5. Сизова, И.Л. Труд и занятость в цифровой экономике: проблемы российского рынка труда / И.Л. Сизова, Т.М. Хусяинов // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. - 2017. - Т. 10, вып. 4. - С. 376–396.

6. Шваб, К. Четвертая промышленная революция. / К. Шваб. - М.: Эксмо, 2016. - 138 с.

УДК 656.07

Гнездова Ю.В.

ОСОБЕННОСТИ ЦИФРОВИЗАЦИИ АВТОТРАНСПОРТНОЙ ОТРАСЛИ

д.э.н., доц.
ФГБОУ ВО «Смоленский государственный университет»
г. Смоленск, Россия
iuliy_67@mail.ru

В условиях цифровой экономики транспорт является одним из ключевых звеньев всех социально–экономических отношений, обеспечивая мобильность населения, создавая новые продукты, что отражается на модернизации транспортных систем, управлении ими, организации дорожного движения.

Ключевые слова: транспортная система, цифровизация, транспорт, регион.

Транспортная система России, представляя собой кровеносную систему экономики государства, в то же время является и драйвером инноваций. Росавтодор второй год подряд реализует проект «Караван», который подразумевает подготовку дорожной инфраструктуры для движения беспилотных автомобилей.

Дистанционный контроль за транспортными средствами – это сегодня в порядке вещей. Так, например, Максим Ликсутов, в рамках совещания президиума Госсовета демонстрировал на планшете в онлайн–режиме передвигавшиеся по Москве транспортные средства, снабженные оперативной функцией наблюдения как внутри салона, так и на дороге. Кроме того, этот режим позволяет считать число пассажиров, которые перемещаются по городу в общественном транспорте, а также количество транспортных средств личных пользователей и число пассажиров в них [2].

Несмотря на то, что личным автотранспортом трафик был загружен в два с лишним раза больше, чем транспортом общественным, именно его для передвижения предпочитают три четверти пассажиров. Развитие ИТС позволит обеспечить транспортный комплекс системами сбора информации о потоках, создать единые системы продажи билетов и оплаты проезда на различных

видах транспорта. Это в свою очередь даст возможность поддерживать здоровую конкуренцию, снижать стоимость предоставляемых услуг и улучшать их качество для пользователя.

Построение оптимальных маршрутов, информирование о ДТП в режиме реального времени – все это дает масштабный объем уникальных данных, обработка которых позволяет сделать процесс перевозки эффективным, доступным, экологичным, комфортным и, что самое главное, более безопасным для пассажиров.

«Искусственный мозг» для езды без рук. Активное обсуждение у ученых вызвала тема скорого появления на отечественных дорогах беспилотного транспорта, для функционирования которого ИТС жизненно необходимы. О том, как развиваются система автономного управления, роботизированные системы и на какие уровни специалисты делят такие машины, компания которой является одним из лидеров по производству программного обеспечения для беспилотных машин.

Всего существуют шесть уровней, и все они соответствуют мировым стандартам. Нулевой – это просто системы предупреждения об опасности, существующие на многих автомобилях уже сейчас. Первый уровень тоже ничем особым не отличается, он управляет скоростью. Ко второму уровню относятся системы, позволяющие автомобилям самостоятельно парковаться и совершать другие простейшие маневры. Но, к сожалению, они не обеспечивают безопасность.

Поэтому убирать руки с руля, используя второй уровень системы, ни в коем случае нельзя. Ездить, что называется, без рук можно на машинах третьего уровня. На этот уровень только что перешли, и особенно приятно констатировать, что Россия, а точнее ряд отечественных производителей, находится в первых рядах среди мировых производителей.

Аппаратура третьего уровня позволяет полноценно вести автомобиль в ситуациях, к которым относятся медленная езда или, наоборот, быстрая – по качественному хайвею, правда, при определенных погодных условиях.

В этом случае, что водитель может убрать руки с руля, смотреть кино, читать книжку, и у него будет три секунды в случае экстремальной ситуации, чтобы перейти на ручное управление.

Важно, что автопроизводители готовы выпустить такие машины на дороги уже в 2019 году. Текущий заказ «искусственных мозгов» к 2019 году составляет 22 млн копий, а значит, через полтора года 22 млн машин поедут в роботизированном режиме по дорогам мира [1].

Что касается четвертого уровня, то он аналогичен третьему, но допускает еще более сниженное внимание водителя. И, наконец, пятый уровень предусматривает отсутствие водителя, однако прогнозов на его внедрение производители пока не дают.

Если говорить с разработчиками «искусственных мозгов», то необходимо обозначить три ключевых вопроса, которые резко снизят риски для людей на дорогах. Это цифровые 3D–карты, цифровые знаки и метки на одежду для более четкого распознавания пешеходов. Их введение не требует существенных

инвестиций, но организационные усилия необходимы, и сейчас самое время их приложить.

По мнению Бориса Глазкова, вице–президента ПАО «Ростелеком», крайне важным является то, что уже сейчас беспилотный транспорт работает в локальных зонах, таких как аэропорты. Это значит, что человеческие жизни стали доверять беспилотному транспорту.

На уровне регионов внедрение ИТС идет локально и неравномерно. Системы не связаны между собой, разрозненны, не имеют должной научной и концептуальной проработки. Нет и последовательного, целевого финансирования.

Необходимо выравнивание регионов с точки зрения развития ИТС, то есть внедрение систем должно идти во всех регионах без исключения. Сегодня же внедрение элементов ИТС, цифровых технологий идет только в 38 городских агломерациях, которые вошли в приоритетную программу «Безопасные и качественные дороги». Второй этап программы как раз и предусматривает внедрение интеллектуальных систем управления дорожным движением и объектами транспортной инфраструктуры. Один из таких регионов – Рязанская область.

Именно в Рязанской области развитие ИТС идет успешно, и регион сегодня по праву считается передовиком в этой области. Здесь работает Региональная навигационно–информационная система (РНИС), которая создавалась с 2009 по 2015 год [3].

РНИС сегодня состоит из десяти подсистем, восемь из которых – подсистемы мониторинга и управления транспортом различного назначения и две – специализированные: автоматизированного управления дорожным движением и информирования населения.

Основную роль в обеспечении безопасности пассажирских перевозок играет подсистема мониторинга и управления.

Автотранспортные предприятия оснастили свои транспортные средства аппаратурой спутниковой навигации и подключили их к РНИС. Весьма востребована и подсистема информирования населения. Все данные о движении пассажирского транспорта поступают в эту подсистему и отражаются в интернет–приложении пользователей. Сегодня к системе подключены более 3,5 тыс. транспортных средств различного назначения.

Система спроектирована российскими разработчиками с учетом потребностей отечественных операторов магистралей и Федеральной целевой программы «Развитие транспортной системы России (2010–2020 годы)». Проекты по внедрению реализуются по принципу «под ключ», от проектирования до обучения персонала и последующей технической поддержки [3].

В России АСУДД «Атлас» уже внедрена в Республике Удмуртия, на мостовых переходах через реки Кама и Буй на участке автодороги Ижевск – Сарапул – Камбарка – граница Республики Башкортостан.

Инновационную систему, не имеющую аналогов в мире, под названием SkyWay («Небесная дорога») представило ЗАО «Струнные технологии». Эта

транспортная система способна переносить грузопассажирские потоки в отдельное пространство – на «второй уровень». Транспортные средства SkyWay перемещаются над землей по специальной рельсо–струнной эстакаде, благодаря чему обеспечиваются беспрецедентная безопасность и рациональное использование земли и ресурсов, увеличивается скорость передвижения людей и грузов, сводится к минимуму наносимый транспортом вред окружающей среде, так как система использует для своего питания электроэнергию. Основные элементы транспортно–инфраструктурного комплекса SkyWay – неразрезная предварительно напряженная рельсо–струнная эстакада, а также рельсовые автомобили на стальных колесах. Эта технология в начале 2016 года признана инновационной. Сейчас идет процесс сертификации подвижного состава и разработка специальных технических условий на этот вид транспорта [4].

Таким образом, будущее, которое состоит из взаимодействия больших массивов информации и киберфизичних систем, формируется уже сегодня. Развертывание четвертой промышленной революции продиктовано стремлением экономики в двух основных факторов - снижение производственных затрат с параллельным повышением эффективности и безопасности всей производственнойо и логистической цепи.

В современном мире умение вовремя использовать возможности, которые ежедневно предлагает эволюция техногенной цивилизации - это непременное условие успешности бизнеса. Основными источниками здесь есть роботизация, искусственный интеллект, удаленный контроль и управление оборудованием, машинное обучение, повышение эффективности труда сотрудников за цифровизацию, внедрение интегрированных платформ, глубокая аналитика данных и интеллектуальные (предиктивные) инструменты.

Применение цифровизации в транспортной отрасли, где на первом месте стоит дисциплина, а любая неточность в эксплуатации дорогостоящего оборудования может привести к значительным потерям, что имеет свою специфику. Внедрение той или иной технологии иногда занимает годы, в основном объясняется стереотипным мышлением, завязанным на не лучшие культурные традиции, в частности, страхом брать на себя риски и экспериментировать.

Список использованных источников:

1. Якупов, Д.И. Информационные технологии в транспорте / Д.И. Якупов, В.В. Епанешников// Международный студенческий научный вестник. – 2015. – № 5-3.

2. Driffield, N. Nht impact on domestic productivity of inwart investment in the UK/ N. Driffield // Manchester schjjl.2001. №69.-P.103-119/

3. Lipsey, R. Home and host country effects of FDI/ R. Lipsey// NBER working paper.№ 9293. 2002.

4. Moosa, L. FDI: Theory, Evidense and Practice. / L. Moosa. -N.Y.: Palgrave.2002.-329 p.

5. Parikh. K.S. India development report. / K.S. Parikh. -New Delhi: Oxford university press, 1997.

УДК 338.48

Дьяченко О.Н.

КОМПЕТЕНЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ СПЕЦИАЛИСТА СФЕРЫ ТУРИЗМА

к.э.н.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
dyachenko.oly@yandex.ru

Профессиональная культура специалиста сферы туризма складывается с учетом различных компетенций. В представленной статье рассматриваются вопросы значимости деловой, личностной и лидерской компетенций будущего работника туристской отрасли. Определяется роль учебного учреждения в подготовке специалистов по туризму.

Ключевые слова: профессиональная культура, компетенции специалиста по туризму.

Велики возможности туризма как отрасли экономики, сферы досуга, средства духовного развития личности, способа сближения и взаимопонимания людей в современном мире. Туризм (въездной, выездной и внутренний) можно рассматривать как одно из перспективных направлений взаимодействия локальных культур. Специалист по туристским услугам - своего рода дизайнер пространства диалога. Его деловая, личностная и лидерская компетенции должны способствовать как процветанию туристского предприятия, так и интеграционным процессам в обществе. В целом, можно говорить о диверсификации сферы туризма в образовательную систему [1]. В этой связи большое значение приобретает подготовка кадров для сферы туризма.

Профессиональная культура специалиста сферы туризма как совокупность специальных теоретических знаний и практических умений формируется под воздействием целого ряда факторов, в том числе под влиянием организационной культуры, качества преподавания профессиональных дисциплин (вариативного компонента), содержания национально-регионального компонента (дисциплин по выбору студента), результативности практики.

Организационная культура — деятельность, характеризующая поведение большинства членов организации, подходы к решению проблем, отношение к внешним воздействиям. Её ядро - ценности, на основе которых формулируются нормы, правила, стандарты деятельности и поведения. В образовательных учреждениях и на туристических предприятиях могут доминировать различные типы культуры. Формированию современного специалиста в туристкой сфере способствуют культуры гибкие, открытые, быстро реагирующие на изменения, поощряющие лидерство, кооперацию, интеграцию, заботящиеся о персонале и потребителях услуг, уделяющие внимание учёбе (в том числе повышению квалификации) и продвижению работников. Обучение преподавателей (через тренинги, семинары, курсы, стажировки), их научный рост - один из важных путей к повышению качества будущего специалиста.

Данные подходы должны согласовываться с общей стратегией развития

туристской отрасли в региональной экономике [2].

Реализация в российских вузах и колледжах государственных образовательных стандартов нового поколения предполагает введение дисциплин по выбору образовательного учреждения, разработку и содержательное наполнение национально-регионального компонента. В базовом блоке для изучения студентам предлагаются курсы, развивающие их мышление, общую культуру, коммуникативные умения и навыки самоорганизации. Так, в Брянском государственном университете имени академика И.Г. Петровского, с 2015 года осуществляющем подготовку бакалавров по направлению «Туризм», предлагаются такие дисциплины, как «Основы научных исследований», «Психология», «Профессиональная этика», «Логика», «Культурология» и др. Курс «Мотивационный тренинг», например, показывает ценность лидерского феномена для личности, организации и общества, знакомит с лидерскими ролями и функциями, подчёркивает значение работы в команде, определяет лидерскую компетентность как важную характеристику современного специалиста.

Дисциплины вариативного блока - «Управление туристско-рекреационными ресурсами Брянской области», «Организация экскурсионной и выставочной деятельности» - способствуют расширению представлений студентов о туристско-рекреационных ресурсах Брянской области, ориентируют их на работу по развитию внутреннего и въездного туризма. К сожалению, таких дисциплин мало, так как больше внимания уделяется управленческо-организационным дисциплинам, предполагающим получение знаний в сфере создания и функционирования самого предприятия туризма.

Практические умения приобретаются студентами в ходе профессиональной практики (учебной и по профилю специальности, а также преддипломной). Практика студентов ориентирована в соответствии с государственными требованиями на (организационно-управленческую и сервисную профессиональную деятельность выпускника). Студенты в ходе практики должны знакомиться с туристским потенциалом своего региона, с предприятиями сферы туризма, учиться работе с клиентами на специализированных выставках, в гостиницах, туристских комплексах, туристских фирмах. Ряд студентов после практики в свободное время может продолжать работу в туркомпаниях в качестве менеджера по продажам или консультанта.

При освоении программы профессиональной практики студент должен закрепить и углубить знания, приобрести умения и навыки по всем видам профессиональной деятельности. Студенты ориентированы на соблюдение профессиональной этики, развитие интереса к профессиональной деятельности, использование информационных технологий, на закрепление и применение знаний в области менеджмента, маркетинга, рекламы, связей с общественностью, экономики туристической отрасли и др.; на применение при необходимости иностранного языка. Программа и задания по практике имеют как универсальную, общую для всех, так и индивидуальную часть, составляемую с учётом выбора студентом базы практики, что способствует

реализации личностно ориентированного подхода в образовании.

За время теоретического и практического обучения студент приобретает формальную квалификацию, отражающую степень владения им профессиональной культурой. Реальная квалификация - профессиональный опыт - приобретается после нескольких лет работы в сфере туризма. Однако именно в студенческие годы закладываются интерес к избранной сфере деятельности, основы профессиональной культуры. Этическая, информационная, коммуникативная компетенции современного специалиста должны быть дополнены лидерскими навыками, умениями действовать в различных лидерских ролях, требующихся команде и организации. Способствовать формированию деловой, личностной и лидерской компетенций будущего работника сферы туризма – главная задача образовательного учреждения.

Список использованных источников:

1. Дьяченко, О.Н. Возможности диверсификации туристской отрасли региона / О.Н. Дьяченко, О.П. Полесская // Финансовая экономика. – 2019. - №2 (часть 7). – С. 711-714.

2. Дьяченко, О.Н. Формирование стратегии развития туристской отрасли в региональной экономике / О.Н. Дьяченко // Экономика и предпринимательство. – 2018. - №5 (94) – С. 499-503.

3. Мирошникова, Ю.В. Турфирма, как вариант повышения практических компетенций студентов / Ю.В. Мирошникова // В сборнике: Стратегия развития индустрии гостеприимства и туризма. Сборник материалов второй международной научно-практической конференции ОрелГТУ. - 2007. – С. 233-234.

УДК 659.1

Казаченко Н.В.

ПРОДВИЖЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ НА РЫНКЕ B2B С ПОМОЩЬЮ ПОИСКОВОЙ РЕКЛАМЫ

Белорусский государственный экономический университет
Беларусь, г. Минск
kazach-n@yandex.ru

Поисковая реклама действует на основании установления контактов с поставщиками и составления баз данных для непосредственного взаимодействия с ними. В данной статье предложена структура посадочных страниц и рекламных объявлений в сети Интернет, а так же представлен расчет экономической эффективности, перечислены показатели коммуникативной составляющей.

Ключевые слова: контекстная реклама, эффективность, лендинг, поисковая реклама

Настроить эффективную контекстную рекламу для B2B сложнее, чем для B2C. Взаимодействие между предприятиями поставщиками и покупателями, как правило, основывается на холодных звонках, e-mail рассылках, личных контактах.

В создании рекламных кампаний с помощью инструмента контекстной

рекламы в данном направлении существуют свои особенности, а именно: тем уже аудитория, на которую рассчитана коммуникация, тем сложнее рекламодателю предсказать, какие именно запросы используют поставщики, когда хотят найти потенциальных покупателей в сети Интернет. Сложность заключается в том, что малейшая неточность при подборе ключевых слов может привести к отсутствию конверсий со стороны поставщиков.

Тем не менее, в силу особенностей сферы B2B контекстная реклама позволяет создать больший охват по сравнению с другими инструментами продвижения, создавая возможность при этом оценивать эффективность. Контекстная реклама, как правило, окупается, поскольку, создавая эффект конкуренции, она позволяет выбирать лучших поставщиков из привлеченных по рекламной кампании. Таким образом, контекстная реклама имеет первостепенную цель - привлечь тех поставщиков, которые в данный момент занимаются изучением рынка и ищут потенциальных клиентов в сети Интернет, что в настоящее время является отнюдь не редким явлением.

В силу того, что контекстная реклама - это довольно широкое понятие, стоит заметить, что в данном направлении продвижения будет актуален только один ее вид - поисковая реклама. Данный факт обусловлен тем, что аудитория анализируемой отрасли, а именно предприятий по пошиву верхней одежды в данном случае - представители компаний, зашедшие в сеть найти потенциального покупателя их продукции, который должен быть надежным, перспективным, активно развивающимся. Для достижения своей цели они воспользуются поисковиками, не отвлекаясь на баннеры на сторонних сайтах.

Специфические термины, по которым происходит показ рекламы, и так ищут слишком редко. Не стоит тратить эти клики на пользователей, только собирающих информацию об отрасли.

Поиск эффективных ключевых слов, отражающих намерение потенциальных партнеров вступить в контакт с предприятием, - всегда непростая задача. Чтобы не действовать наугад, составляя семантику таргетинга «с нуля», необходимо воспользоваться автоматическим инструментом подбора ключевых слов в сервисе b2b.click.ru и Яндекс Вордстат. Одна из функций инструмента - поиск слов, по которым показывают рекламу конкуренты. Список конкурентов предлагается автоматически, но открыт для редактирования. Используя эту функцию, можно почерпнуть полезный опыт из уже действующих рекламных кампаний других участников рынка. Две остальные опции - подбор ключевых слов на основе контента сайта или данных систем аналитики - также помогают найти наиболее точные фразы для таргетинга. Таким образом, на основании анализа можно получить перечень ключевых слов, необходимых для продвижения предприятия. Так, на основании сервиса Яндекс Wordstat у поставщиков России и стран СНГ могут быть следующие запросы

1) cataloxy.ru - 415 7 запросов в месяц;
2) Каталог швейных предприятий - 386 запросов в месяц;
3) База производителей одежды - 57 запросов в месяц;
4) Импорт тканей - 156 запросов в месяц;

5) Импортеры тканей - 80 запросов в месяц;
6) Нити купить оптом - 385 запросов в месяц;
7) Ткацкое оборудование - 445 запросов в месяц

Набор из данных запросов показывает некоторые аспекты интересов поставщиков. Из них можно сделать вывод, что продвигаться необходимо по запросам каталогов, а также иметь персональную страницу в каталогах как белорусских, так и в странах СНГ. Поставщики, таким образом, могут осуществлять поиск потенциальных клиентов, составляя их базу для последующих холодных звонков. Еще один путь продвижения для предприятия - по запросам потребностей поставщиков, предлагая им в рекламном сообщении совместные мероприятия, например, помощь в покупке оборудования, консультации, кредитование, совместное продвижение продукции. Безусловно, сочетание стимулирования поставщиков и рекламы окажет двойной эффект на потенциальных поставщиков, повысит их лояльность. Причем такие объявления будут высоко релевантными и вряд ли приведут к скликиванию. Таким образом, рекламное сообщение будет нести выгоду для поставщика, что повысит вероятность клика.

Неотъемлемой частью контекстной рекламы, как формата автоматизированной рекламы, является назначение ставок за показ объявления и совершения конверсии. Касательно сферы, о которой идет речь, можно заметить, что цена конверсии при продвижении в сфере B2B не только бывает очень высокой, зачастую она может оказаться непредсказуемой. Чтобы не сомневаться в том, сколько в итоге необходимо платить за один новый контракт с поставщиком, удобно использовать интеллектуальную стратегию назначения ставок Директа или Ads.

В Google это целевая цена за конверсию, в Яндекс - средняя цена конверсии. Ставка за клик в них автоматически меняется так, чтобы в среднем за конверсию рекламодатель платит установленную заранее сумму. Механизмы машинного обучения и накопленная статистика позволяют Директу и AdWords удерживать CPA максимально близким к желаемому. Это является одним из самых важных обстоятельств в защите от неэффективного расходования рекламного бюджета.

Рассматривая структуру рекламных объявлений, стоит заметить, что цель каждого из них - решить реальную проблему поставщика, при этом указывая на действительно привлекательные качества потенциального партнера, а именно, на его платежеспособность, надежность, известность, перспективность, нацеленность на взаимовыгодное сотрудничество. Безусловно, поисковые объявления необходимо группировать по ключевым словам в зависимости от тематики. Если это ключевые слова, связанные с запросом каталога производителей, то поисковое объявление должно доносить основную информацию о предприятии и его контакты. Если это поисковой запрос типа «ткацкое оборудование», «нити оптом», то в объявлении необходимо предоставить информацию об элементах стимулирования поставщиков в виде проведения совместных мероприятий. Кроме того, поисковая реклама должна вести на отдельную страницу, именуемую посадочной страницей или

лендингом. Это страница должна быть отдельно создана для привлечения непосредственно поставщиков. Поэтому на ней будет находиться информация, представляющая выгоду для данного сегмента. В целом, посадочная страница должна иметь возможность сбора контактов поставщиков, поэтому на ней обязательно наличие поля для сбора электронных адресов или телефонов. Данное поле позволит предприятию собирать базу поставщиков для последующего их анализа, что в последующем облегчит процедуру сбора рыночной информации, особенно в случае анализа рынка новых материалов.

Структура посадочной страницы должна строиться на основании объявления поисковой рекламы. В противном случае может произойти снижение качества объявления, что может снизить его позицию в выдаче, а на фоне довольно высокой цены за клик в данном сегменте это может привести к существенному снижению эффективности данного инструмента. Так, структура посадочной страницы может состоять из следующих элементов: заголовок, информация о предприятии, визуально выделенные преимущества предприятия, выгоды от сотрудничества, описание возможностей предприятия при сотрудничестве с поставщиками, элементы стимулирования поставщиков.

Основной показатель эффективности поисковых объявлений - это показатель кликабельности объявления. Эффективность лендинга оценивается несколькими показателями такими, как показатель отказа, время пребывания на сайте, коэффициент конверсии в заполнение формы электронных адресов. Экономическая эффективность оценивается показателем стоимость целевого действия.

Учитывая характер поискового запроса и его высокую целевую направленность, можно отметить, что кликабельность объявления будет выше, чем у баннерной рекламы. Предположим, что в результате проведения тестовых рекламных кампаний будут выделены наиболее эффективные ключевые запросы, которые позволят повысить число кликнувших по объявлению. На основании сервиса Яндекс Вордстат можно предположить, что число показов рекламного объявления будет находиться на уровне 500 просмотров. Постоянный анализ ключевых запросов позволит поднять показатель кликабельности до уровня 20%. Тогда число кликнувших по рекламному объявлению рассчитаем по формуле.

$$\text{Количество кликнувших по рекламе} = CTR * \text{Показы} = 0{,}2 * 500 = 100$$

Зная количество кликов по объявлению, можно рассчитать стоимость клика по объявлению:

$$CPC = \text{Рекламный бюджет} / \text{Кол-во кликов}$$

На основании исследований, проведенных в области анализа рынка поставщиков и покупателей в B2B сегменте, можно отметить, что показатель отказа довольно низкий на уровне 1 - 2%, а среднее время пребывания на сайте составляет 8 минут в силу того обстоятельства, что поставщики и покупатели активно изучают рынок и занимаются поиском информации. Показатель отказа зависит также от соответствия посадочной страницы тексту объявления. Предположим, что лендинг будет составлен по рекомендации, и тогда показатель отказа можно принять на уровне 1 %.

Конверсией в случае с коммуникацией с поставщиками является заполнение ими контактной формы. Средний коэффициент конверсии по отрасли составляет 10 - 15%. Тогда приняв его на уровне 15% в силу грамотно составленного лендинга можно рассчитать число поставщиков, заполнивших контактную форму по формуле:

Целевые действия = CR * Кол-во переходов на сайт=0,15*100= 15

На основании полученного показателя можно рассчитать стоимость целевого действия:

CPA = Затраты на рекламу и лендинг/целевые действия

Стоимость целевого действия окажется довольно высокой, но учитывая специфику сегмента B2B, где маржинальность довольно высокая, можно с уверенностью сказать, что доход от заключения сделки с поставщиком будет покрывать все понесенные затраты.

При оценке эффективности рекламной кампании важно учитывать не только экономическую эффективность, но и коммуникативную составляющую. Под коммуникативной составляющей непосредственно в интернет-рекламе подразумевается число кликов по рекламе, число уникальных кликов, замеченность, запоминаемость, узнаваемость, число уникальных пользователей, число посещений, число просмотров страниц, глубина просмотров, частота посещения, частота кликов. Поскольку для оценки запоминаемости и узнаваемости необходимо проводить опросы и эксперименты, а в силу трудной досягаемости данной аудитории, сделать это проблематично, можно ограничиться расчетом следующих показателей: число уникальных кликов - оценка объема заинтересовавшейся аудитории; число просмотров страницы - оценка степени интереса к разделам посадочной страницы, которая с помощью технических устройств позволяет оценить степень привлекательности контента на лендинге со стороны поставщиков; частота посещения страницы — характеризует степень заинтересованности к предложению предприятия; частота кликов - данный показатель очень редко используется, но это не уменьшает его значения. Высокая частота клика может свидетельствовать о том, что на сайт рекламодателя привлекается одна и та же аудитория. Однако следует также учитывать, что при более высокой частоте контакта одних и тех же пользователей, запоминаемость информации о предприятии у них может быть выше.

Как видно из перечня показателей, коммуникативная эффективность в данном случае рассмотрена со стороны степени привлекательности рекламного сообщения, а также степени проявленного интереса со стороны поставщиков.

Поисковая реклама способна привести поставщиков, на основании контактов которых будет составлена база, посредствам которой предприятие проведет анализ и заключит сделку только с тем поставщиком, который предоставляет лучшие условия.

Список использованных источников:

1. Как правильно вести переговоры в сфере закупок [Электронный ресурс]// - Режим доступа: https://delovoymir.biz/kak_gramotno_vesti_peregovory_v_sfere_zakupok.html Дата

доступа: 21.04.2019.

2. Переговоры с поставщиком [Электронный ресурс]// Режим доступа: https://www.urazova.com/stati/peregovory-s-postavshchikom/ - Дата доступа: 20.04.2019.

УДК 338.24; 339.3

Кармызов А.В.

АЛЬТЕРНАТИВЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ СТАБИЛИЗАЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА В КОНТЕКСТЕ ПРОВЕДЕНИЯ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ

асс.
УО «Белорусский государственный экономический университет»,
Республика Беларусь, г. Минск
a-karmyzov@tut.by

Статья сфокусирована на выделении и обосновании места и роли денежно-кредитной (монетарной) политики в процессах поиска и обретения детерминированности развития открытой социально-экономической макросистемы – рынка потребительских товаров и услуг.

Ключевые слова: стабилизация, развитие, потребительский рынок, денежно-кредитная политика, стимулирование, экономическая безопасность, потребление, отечественная продукция, импортозамещение.

Эффективное обеспечение макроэкономической стабильности в средне- и долгосрочной перспективах в настоящее время можно считать одной из ключевых задач достижения устойчивого развития социально-экономической системе, что находит подтверждение в ряде программных документов общереспубликанского и федерального значения Российской Федерации, Республики Беларусь и других стран-партнеров по Евразийскому экономическому союзу (далее – ЕАЭС). Сама по себе суть восприятия стабильности многозначна, что требует должного отражения как в программных документах, так и в инструментах регулирования системы, подвергаемой стабилизации. В контексте цели и задач настоящей статьи особое место занимает диалектика потребительского рынка как составного звена общей системы хозяйствования, и, в свою очередь, механизм его стабилизации как подсистема механизма функционирования региональной экономики.

Вместе с тем, особую значимость в рамках стабилизации потребительского рынка как подсистемы политики, предполагающей общеэкономический рост, играет три концептуальных вопроса:

– каким образом достичь стабилизации предложения товаров и услуг при учете интересов субъектов, не входящих в систему потребительского рынка, однако оказывающих существенное влияние как на нее, так и на благосостояние нации?

– каким образом сформировать и достичь стабилизации спроса на определенные товары и услуги?

– каким образом регулировать (смещать в нужном направлении)

рыночное равновесие спроса и предложения в рамках общей макростратегии?

Профессор М.В. Мясникович, основываясь на исследовании денежно-кредитной политики, предложил структурно-графическую модель, которая наглядно иллюстрирует взаимосвязь ключевых параметров экономической политики, проводимой в Республике Беларусь (рисунок 1).

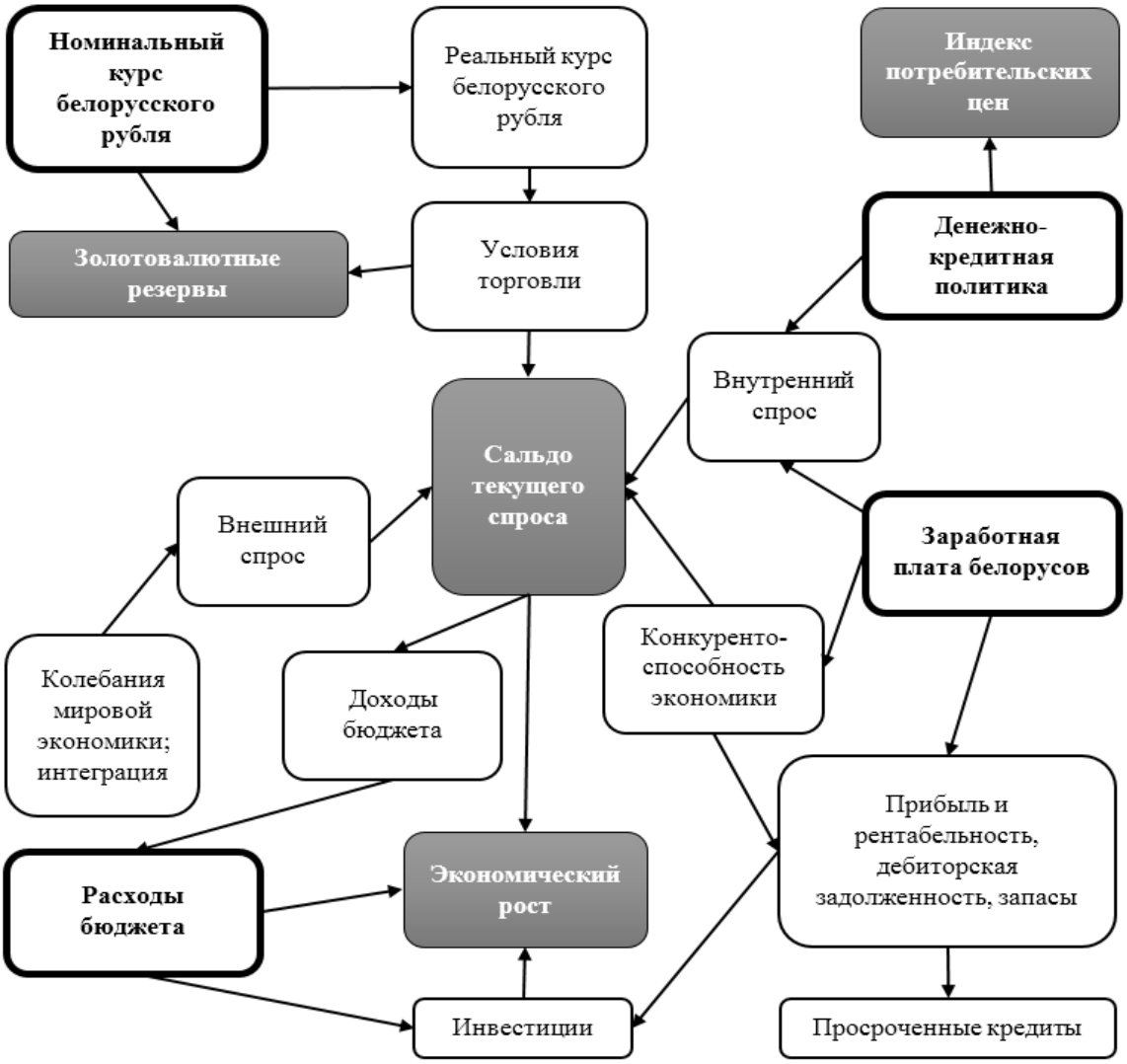

Рисунок 1 – Взаимосвязь ключевых параметров экономической политики Республики Беларусь (Источник: [1, с. 98])

Представленная модель отчасти справедлива и для экономики Российской Федерации как в общем масштабе, так и в рамках отдельных ее территорий (округов). Данная модель указывает на «уязвимые» места отечественной экономики – регулирование потребительских цен, объема золотовалютных резервов, сальдо текущего спроса и, в общем итоге, экономического роста – через взаимосвязь внешнего и внутреннего спроса, ситуации на валютном рынке, в коммерческой и бюджетной сферах.

Приведенная модель позволяет выделить четыре ключевых параметра (индикатора) макроэкономического развития:

– номинальное значение курса белорусского рубля,

– характер денежно-кредитной политики,

– расходную часть белорусского бюджета,

– уровень заработной платы в отечественной экономике.

Роль стабилизации как базиса для развития данной системы должна обеспечиваться в той или иной степени на каждом элементе представленной на рисунке схемы. При этом, нигде не опубликовано ее концептуально однозначной, непротиворечивой и исчерпывающей характеристики. Сохраняя стратегический акцент на направленности на импортозамещение, в явном или скрытом виде, проявляющем себя и на потребительском рынке, вытекает необходимость проработки нескольких вариаций (сценариев) работы (реакции) механизма отечественной экономической системы с учетом определения места и направленности защиты рынков.

Основа построения таких сценариев – состояния обозначенных выше параметров макроэкономического развития в проявлениях на потребительском рынке. На их основе были определены бинарные сценарии:

1 группа. Согласно характеру проведения денежно-кредитной политики (далее – ДКП):

– основанный на мягкой (стимулирующей) ДКП,

– основанный на жесткой (сдерживающей) ДКП;

2 группа. Согласно подходу Центрального (Национального) банка к установлению курса национальной валюты:

– основанный на фиксированных курсах,

– основанный на плавающих курсах;

3 группа. Согласно динамике доходов населения (в рамках всей экономики и отдельно взятых регионов):

– основанный на росте покупательной способности населения,

– основанный на снижении покупательной способности жителей;

4 группа. Согласно условиям распределения государственных финансовых ресурсов:

– основанный на привилегированном положении политики импортозамещения,

– основанный на подчиненном положении политики импортозамещения.

Данная статья сосредоточена на выявлении и описании механизмов функционирования предметной области – рынка потребительских товаров и услуг – в рамках первой пары сценариев.

Мягкая (стимулирующая) денежно-кредитная политика в отношении развития внутреннего потребительского рынка, с одной стороны, призвана стимулировать внутриреспубликанский спрос на товары и услуги (следовательно, внутренне потребление), с другой стороны – деловую активность по предоставлению необходимой продукции населению за счет улучшения условий доступа к финансовым ресурсам. Следовательно, в чистом виде роль стабилизационных корректировок на потребительском рынке в данном сценарии определяется стимулированием направленности хозяйствующих субъектов на предоставление отечественного (импортозамещающего) продукта конечному потребителю. Инструменты такого стимулирования могут быть следующими:

– предоставление доступа к финансовым ресурсам субъектам

хозяйствования, занятым реализацией импортозамещающей продукции, на льготных условиях;

– введение лимитов на выдачу кредитов различных категорий и на привлечение кредитных ресурсов для импортеров;

– определение перечня банков и небанковских кредитно-финансовых учреждений, допущенных к кредитованию внешнеторговых операций;

– лимитирование размеров комиссионного вознаграждения, тарифов за оказание посреднических услуг по доведению импортозамещающего товара до конечного потребителя;

– снижение ставки рефинансирования;

– сокращение нормы обязательных резервов;

– и др.

В наиболее общем виде эффект от проведения стимулирующей (мягкой) денежно-кредитной политики выражается через определение прироста денежной массы.

Вместе с тем, данный прирост денежной массы должен быть обеспечен соразмерным приростом добавленной стоимости импортозамещающей продукции. Если данная пропорция не будет соблюдена, то могут иметь места два варианта развития:

1) при опережающем росте денежной массы в экономической системе данная диспропорция будет восстанавливаться ростом инфляции (ускорением обесценивания бывших в экономике и дополнительно введенных денег);

2) обратная ситуация повлечет снижение темпов инфляции, некоторую среднесрочную стабилизацию развития и трансформацию его характера в сторону интенсивного.

В социальном плане в качестве эффекта будет выступать рост масштабов удовлетворённых потребностей населения, в первую очередь – за счет предложения импортозамещающих товаров.

Проведение сдерживающей монетарной политики в рамках стабилизации потребительского рынка возможно только с учетом принципа избирательности в таких случаях как:

– имеют место явления, свидетельствующие о наличии так называемого «перегрева» экономики, либо отдельных ее отраслей и сфер;

– имеет место перенасыщение отдельных рынков;

– имеющиеся финансовые инструменты стабилизации позволяют избирательно воздействовать на различные субъекты;

– требуется внешне детерминированное структурное переустройство экономической системы;

– имеет место избыток денежной массы, не обеспеченный товарной стоимостью (второй вариант диспропорции в результате стимулирующей ДКП), что не представляется возможным тактически нивелировать;

– и др.

Вместе с тем, комплексно, системно всецелой и универсальной будет комбинированная направленность управленческих макровоздействий, сочетающих в себе как элементы денежно-кредитного стимулирования

стратегических драйверов стабилизированного развития, так и избирательные монетарные ограничения деятельности дестабилизирующих агрегатов.

Роль денежно-кредитной политики как инструмента стабилизации рынка потребительских товаров и услуг в современных условиях его функционирования видится в неразрывной связи с процессами импортозамещения, охватывающими всю экономическую систему и завершающимися в сфере личного, домашнего, семейного потребления благ. В данной связи проведение денежно-кредитной политики будет нести подчиненный характер, обслуживая цели импортозамещающего стабилизирующего развития в контексте стремления к внутреннему детерминизму.

Список использованных источников:

1. Мясникович, М.В. Эволюционные трансформации экономики Беларуси / М.В. Мясникович. – Мн: Беларуская навука, 2016. – 321 с.

2. Кармызов, А. Импортозамещение в постиндустриальной экономике как фактор обеспечения национальной безопасности, роста и развития / А. Кармызов, И. Микулич // Глобализационные процессы в развитии национальных экономик: материалы междунар. науч.-практ. конф. 31 марта 2016 г. (ЛКА, г. Львов). Ч. 1. – Тернополь: Крок, 2016. – С. 122-125.

3. Кармызов, А.В. Импортозамещение как фактор экономического роста / А.В. Кармызов // материалы III Международной научно-практической конференции «Совершенствование учета, анализа и контроля как механизмов информационного обеспечения устойчивого развития экономики» (Махачкала, 20 июня 2017 г.). – С. 477-481.

УДК 658.336

Полесская О.П.

НАПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ВОВЛЕЧЕННОСТИ ПЕРСОНАЛА В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ ГОСТЕПРИИМСТВА

к.э.н., доцент
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск

В статье говорится о том, что в сфере гостеприимства должны работать предприятия, которые предлагают своим гостям высококачественные гостиничные услуги, что невозможно без высококвалифицированного и мотивированного персонала.

Ключевые слова: персонал отеля, повышение квалификации сотрудников, мотивация персонала, повышение конкурентоспособности отеля.

Персонал отеля является важной частью гостиничного сервиса. Но, российские и зарубежные эксперты, которые анализируют состояние, проблемы и перспективы российского гостиничного рынка, считают, что одним из главных недостатков в деятельности российских гостиничных операторов является недостаточное количество квалифицированных сотрудников,

способных работать на качественном уровне. В результате каждый российский отель сталкивается с проблемой подготовки высококвалифицированных, преданных своему делу сотрудников, мотивированных на предоставление качественного обслуживания гостей.

Поэтому следует признать, что предмет этого исследования, безусловно, актуален и имеет как теоретическое, так и значимое практическое значение.

Управление человеческими ресурсами является одним из важнейших направлений деятельности туристических организаций и считается основным критерием экономического успеха. В современном деловом мире «деньги не делают деньги», но люди зарабатывают деньги не только и не столько для себя, сколько для всей организации. Поэтому основное внимание в современном управлении организацией с отраслевой направленностью в России должно уделяться управлению людьми, в том числе вопросам подготовки и переподготовки кадров.

Руководство отеля должно активно использовать методы, чтобы побудить сотрудников выполнять свои задачи качественным образом: обучая сотрудников отеля их идеалам или мотивируя их делать то же самое, по мере необходимости решать проблемы, связанные с отелем. Есть три типа мотивации персонала: регулирующий, обязательный и стимулирующий. Чтобы мотивировать сотрудников в отеле, необходимо использовать различные стимулы и мотивы, к которым предъявляются определенные системные требования, а именно: сложность, дифференциация, гибкость и эффективность.

При анализе основных стимулов в гостиничном бизнесе полезно определить среднюю заработную плату различных категорий сотрудников, показатели и условия выплаты премий, систему оплаты труда, структуру социальных выплат и т. д. Предлагается ввести средний бонус в процентах к заработной плате в отелях Брянска, который показан в таблице 1.

Таблица 1— Средний бонус для каждой должности в гостиницах в процентах к уровню заработной платы

Должность в гостинице	Отношение бонуса к заработной плате, %
Менеджер службы приема и размещения	14
Заведующий хозяйственной службы	15
Главный инженер отеля	20
Начальник отдела кадров	25
Директор по маркетингу, рекламе и продажам	23
Заведующий ресторанной службы	26
Шеф-повар	12
Главный бухгалтер	18
Управляющий отеля	45

Одним из наиболее важных ресурсов для повышения конкурентоспособности отеля и его гостиничных услуг является создание корпоративной культуры в отеле или обеспечение лояльности сотрудников к деятельности своей компании. Многие авторы по-разному интерпретируют удержание сотрудников [1,2,3]: «Удовлетворенность и качество отношений между работником и администрацией», «уровень доверия подчиненных к

руководителю», «развертывание персонала» их организации и др. По нашему мнению, термин «удержание работника» не совсем отражает степень судьбы персонала для создания и улучшения качества гостиничных услуг и формирования репутации отеля. Термин «лояльность» не относится к жизненной позиции работника. Таким образом, в статье термин «вовлечение персонала» в деятельность отеля используется как сложная многоуровневая система взаимоотношений между руководством и персоналом на основе сознательного соблюдения принципов, ценностей, убеждений, норм, правил и обязательств отеля. Показателями приверженности могут быть приверженность сотрудника к гостинице, готовность работать добросовестно в благоприятных и неблагоприятных условиях отеля, а также стремление соблюдать корпоративную этику и культуру гостиничной компании, отвечать за свои задачи, участвовать в мероприятиях по улучшению качества обслуживания клиентов отеля. Процесс вовлечения сотрудников в деятельность гостиниц г. Брянска включает в себя выполнение работ по управлению гостиницей по следующим направлениям:

- изучение текущего уровня вовлеченности персонала отеля и выявление возможных рисков ухудшения этого уровня;
- создание программы для повышения вовлеченности персонала отелей, их целей и инструкций для реализации;
- контроль за реализацией программ по расширению участия сотрудников в отеле и постоянная адаптация программы к меняющимся условиям внешней и внутренней среды отеля.

Собеседование является одним из методов расследования вовлеченности сотрудников, но не единственным. Косвенным показателем вовлеченности персонала отеля является уровень текучести кадров. К сожалению, он довольно высок в большинстве отелей, особенно с точки зрения линейного персонала. На уровне высшего и среднего звена он немного ниже, но он также существует. Кроме того, в ряде отелей используются специальные инструменты для оценки степени вовлеченности персонала отеля в процесс создания конкурентоспособного гостиничного сервиса. Например, чтобы оценить вовлеченность ваших сотрудников, мы рекомендуем использовать инструмент Gallup Q12. Практическая ценность этого инструмента заключается в том, что, основываясь на 12 ответах сотрудника, вы можете определить степень вовлеченности:

1. Я знаю, что ожидается от меня на работе.
2. У меня есть все необходимые материалы и оборудование для полного и качественного выполнения моих обязанностей.
3. На работе я могу делать то, что умею лучше всего каждый день.
4. За последние семь дней меня хвалили за мою работу.
5. Мой непосредственный руководитель или тот, с кем я работаю, ценит меня как личность.
6. На работе есть один человек, который поощряет и поощряет мое развитие.
7. На работе они считаются с моим мнением.

8. Цели моей компании позволяют мне увидеть смысл моей работы.

9. Мои коллеги всегда стараются сделать работу как можно лучше.

10. Мой лучший друг работает в штате.

11. За последние шесть месяцев я говорил о своих успехах.

12. В прошлом году у меня была возможность учиться и расти профессионально.

Все элементы, перечисленные в инструменте Gallup Q12, позволяют определить степень эмоциональной связи между работником и работодателем.

В результате опроса сотрудники разделены на три категории: «вовлечены», «не вовлечены» и «изолированы». «Вовлеченные» сотрудники (сравнимые с владельцами) дают успех компании значительно больше, чем представители других категорий. Оценка участия работников должна основываться на количественных и качественных критериях. Каждый критерий оценивается по пятибалльной шкале. Критерии, используемые для оценки сотрудника, называются ключевыми показателями эффективности (KPO). Качественная оценка определяется соответствием уровня квалификации работника, должностных обязанностей, опыта работы, наличия академических степеней, специальных знаний, личных качеств (обучение, успеваемость, ответственность, инициативность, результативность, лидерские и управленческие навыки, дисциплина, стрессоустойчивость, гибкость в принятии решений, навыки общения). Также целесообразно оценить вовлеченность персонала отеля на основе собранных отзывов гостей. Разработка опросных листов для такого социологического исследования может осуществляться персоналом отдела кадров и сотрудниками отдела продаж и маркетинга отеля.

Участие персонала отеля зависит от ряда факторов, отраженных в таблице 2.

Система привлечения персонала отеля постоянно развивается в соответствии с потребностями персонала отеля и самого отеля. Поэтому эта система должна постоянно адаптироваться к внутренней и внешней среде отеля. В отелях Брянска зарплата персонала варьируется в зависимости от категории отеля, должности, кадровой политики владельца отеля и других факторов.

Таким образом, политика персонала отеля в отношении использования материальных стимулов для работников отеля должна включать следующие компоненты:

1) Политика безопасности труда - создание привлекательных условий труда, создание условий для профессионального развития работников отеля (например, каждый сотрудник гостиницы в Брянске, проработавший в компании шесть месяцев, может обратиться к руководству отеля за профессиональным развитием, переместить в другой отдел). В большинстве случаев перевод персонала в отеле осуществляется по карьерной лестнице как по горизонтали, так и по вертикали.

2) Политика обучения - возможность постоянного обучения и совершенствования знаний и навыков на рабочем месте.

Таблица 2 — Основные факторы, влияющие на степень вовлеченности персонала в деятельность гостиницы

Группы материальных факторов	Группы моральных факторов
Заработная плата / бонусы и т. д.	Постоянная информация сотрудников о внутренней и внешней деятельности отеля
Компенсация оплаты личного мобильного телефона, топлива личного автомобиля и др.	Поощрение хорошо функционирующих сотрудников (письма, награды, почетные щиты и т. д.)
Социальный пакет: медицинское страхование, программы поддержки работающих мам и работников с детьми, оплата путевок	Коллективное проведение мероприятий (праздников) в гостинице (юбилеи, награждение сотрудников года, Новый год и др.) для укрепления корпоративной культуры
Обучение персонала (тренинги, стажировки, курсы повышения квалификации и др.)	Передайте сотрудникам ряд обязанностей с более высокой степенью ответственности, назначьте роль тренера сотрудникам в отеле и обучайте стажеров
Юридическая и финансовая поддержка сотрудников в трудных жизненных ситуациях	Работа в отеле, чтобы развить идеологическую составляющую успеха, повысить имидж отеля и гордость персонала за свой отель
Гранты на приобретение бланка компании, ее правильное содержание, оплату питания работникам в офисной столовой	Наличие корпоративной культуры в отеле
Возможность роста по карьерной лестнице, карьерному росту, обучению сотрудников	Улучшение взаимодействия сотрудников и менеджеров во всех гостиничных услугах

Такая система обучения предлагает гостиничному менеджменту ряд преимуществ: сотрудники знакомятся с происходящими процессами.

Руководство отеля должно учитывать, что вознаграждение работника не только означает выплату значительной суммы, но также должно дать работнику возможность почувствовать его актуальность. Основная цель материального стимулирования персонала отелей - повысить качество гостиничных услуг с учетом их мотивации, вовлекая их в процесс их создания и дальнейшего совершенствования. Поэтому в отеле следует всячески поощрять сотрудников вносить инновационные предложения, касающиеся следующих аспектов: экономия времени обслуживания, улучшение качества обслуживания, рациональная организация рабочего пространства и другие. Для более активного вовлечения сотрудников в процесс совершенствования технологии обслуживания гостей управление гостиницей может включать в себя: подарки с логотипом отеля, денежные бонусы, почетные карточки, бесплатные поездки и др. Группа ключевых факторов для более активного вовлечения персонала отеля в работу включает Программы обучения персонала, касающиеся профессионального развития персонала отеля. Чтобы повысить профессионализм своих сотрудников, отели должны проводить различные учебные курсы.

Качество подготовки специалистов во многом зависит от методической работы, организуемой учебным отделом. Поэтому обучение предусматривает

методическую работу в различных формах организации. К ним относятся:

1. Методические семинары для изучения педагогики, психологии, обмена опытом, совершенствования организации учебного процесса и т. д.

2. Открытые уроки для повышения качества учебного процесса, изучения опыта работы и внедрения его в широкую практику.

3. Тренинги.

Список использованных источников:

1. Алмосов, С.М. Гостиничный бизнес / С.М. Алмосов. - М.: Лаборатория книги, 2016. - 94 с. - [Электронный ресурс]. - //biblioclub.ru/ (12.06.2019).

2. Зайцева, Н.А. Особенности стимулирования персонала в гостиницах: российский и зарубежный опыт / Н.А. Зайцева // Сервис в России и за рубежом. – 2018. – № 7. – С. 64-71.

3. Полесская, О.П. Роль кадровой политики в развитии гостиничного хозяйства города Брянска /О.П.Полесская//Современная экономика: Сборник докладов студентов, аспирантов и профессорско- преподавательского состава: по результатам XXIII Международной научной конференции, 19 марта 2018 г., Издательский дом «Плутон», г. Кемерово.—2018.—С.31-38. Режим доступа: http://beneficiar-idp.ru/wp-content/uploads/k23.pdf

УДК 336.1

Ходенков А.Л.,
Урсан Р.Ю.

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМ РЫНКОМ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

ст. преп.
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Минский филиал,
Республика Беларусь, г. Минск
alhodenkov@mail.ru
ст. преп.
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Минский филиал,
Республика Беларусь, г. Минск
margarytaursan@gmail.com

Управление финансовым рынком как одного из важных секторов экономики является достаточно актуальной на сегодняшний день. В данной статье будут рассмотрены состояние и перспективы развития управления финансовым рынком в Республике Беларусь.

Ключевые слова: управление, финансовый рынок, стратегия.

Развитие общественного производства, сферы услуг, глобализация и интернационализация рынка и усиление конкуренции на нем привели к эволюции стратегического мышления в направлении расширении географии применения стратегического управления.

В настоящее время роль финансового рынка как одного из важнейших секторов экономики становится весьма актуальной. Это связано с усложнением технологий производства, насыщением рынка товарами, с быстрым ростом научно-технического прогресса. Все это невозможно без функционирования широкого рынка информационных, финансовых, банковских, страховых и других услуг [4, с. 59-60].

Финансовый рынок в Республике Беларусь в целом выполняет свои функции, однако имеющиеся структурные диспропорции и накопленные проблемы не позволяют ему развиваться достаточно динамично, а также влияют на качество предоставляемых финансовых услуг.

На 01.01.2017 года банковскую деятельность в Республике Беларусь осуществляли 24 банка и 3 небанковские кредитно-финансовые организации. Иностранный капитал присутствовал в уставных фондах 19 банков, при этом в 14 банках доля участия иностранных инвесторов превышала 50 процентов (в 4 из них она составляла 100 процентов). В совокупном уставном фонде банковского сектора доля банков с преобладающим в их уставных фондах капиталом частных инвесторов достигла 2,7 процентов.

Степень государственного участия в собственности банков находилась на стабильно высоком уровне: в последние годы государство контролирует около 2/3 банковских активов. Следствием этого явилось масштабное участие коммерческих банков в кредитовании государственных программ и мероприятий, а также выполнение некоторых социальных функций.

Развитие страхового сектора в 2011-2016 годах было более динамичным. Так, страховым организациям удалось увеличить отношение своих активов к валовому внутреннему продукту с 2 процентов на 01.01.2011 года до 3 процентов на 01.01.2017 года. Общий объем страховых взносов за истекший период вырос в 7,4 раза, отношение страховых взносов к валовому внутреннему продукту увеличилось с 0,82 процентов в 2010 году до 1,05 процента в 2016 году.

Количественно развитие рынка ценных бумаг характеризовалось следующими показателями на 01.01.2017 года:

- объем выпусков акций достиг 29,2 млрд. рублей, что почти в 5 раз превышает уровень на 01.01.2011 года. Вместе с тем отношение объема акций к валовому внутреннему продукту за указанный период сократилось на 3,7 процентных пункта до 30,9 процентов;

- объем допущенных к обращению корпоративных облигаций и облигаций местных исполнительных и распорядительных органов составил 15,5 млрд. рублей, что в 8,1 раза выше уровня на 01.01.2011 года. Отношение объема облигаций данного рынка к валовому внутреннему продукту возросло с 11,2 процентов на 01.01.2011 год до 16,4 процентов;

- количество акционерных обществ достигло 4628, увеличившись на 200 единиц;

- количество профессиональных участников, получивших специальные разрешения (лицензии) на осуществление профессиональной и биржевой деятельности по ценным бумагам, составило 60 юридических лиц, в том числе

Национальный банк, 24 банка и 35 небанковских организаций;

- к обращению на бирже допущены акции 2387 эмитентов (2426 выпусков) и облигаций 69 юридических (212 выпусков). Для сравнения на начало 2011 года – акции 1801 эмитента (1836 выпусков) и облигации 52 юридических лиц (147 выпусков).

Все большее значение в последние годы придается совершенствованию управления финансовым рынком в Республике Беларусь. В стране принята и реализуется Стратегия развития финансового рынка Республики Беларусь до 2020 года [1].

Финансовые услуги рассматриваются как источник роста валового внутреннего продукта, пополнения государственного бюджета, создания новых рабочих мест, а в конечном итоге – повышения качества жизни населения.

Целью развития финансового рынка на период до 2020 года является его качественная трансформация, повышение стабильности и эффективности функционирования, направленные на рост экономики и благосостояния населения. Для достижения указанной цели поставлены следующие основные задачи:

1. Сформировать полноценный структурно развитый финансовый рынок, для чего требуется:

- обеспечить ускоренное развитие небанковского сектора финансового рынка; - совершенствовать линейку банковских продуктов;

- активно использовать и развивать новые цифровые технологии во всех секторах финансового рынка;

- развивать инфраструктуру финансового рынка;

- повысить доверие к финансовому рынку.

2. Устранить основные дисбалансы, в том числе снизить «долларизацию», применение директивного кредитования, ликвидировать диспропорции в распределении финансовых ресурсов между секторами экономики.

3. Активизировать конкуренцию посредством:

- развития институциональной структуры рынка ценных бумаг;

- развития страхового рынка;

- повышение доли частной собственности, снижение концентрации капитала в банковском и страховом секторах;

- развития платежных агрегаторов;

- совершенствование корпоративного управления;

- повышение степени информационной открытости всех участников финансового рынка.

Стратегия предусматривает уменьшения доли государства в уставных фондах банков вплоть до полного выхода из них. Проводится работа по поиску инвесторов для продажи акций трех банков: ОАО «АСБ Беларусбанк», «Банк «Москва-Минск»» и ОАО «Белинвестбанк».

Для сокращения объемов директивного кредитования предусмотрено, что Банк развития станет единым оператором конкурсного отбора инвестиционных проектов для их кредитования в рамках государственных программ.

В Беларуси было создано Агентство по управлению активами, ему

передается проблемная задолженность банков по кредитам устойчиво неплатёжеспособных сельскохозяйственных организаций (более 200 предприятий). По данным кредитам предприятиям предоставляются следующие преференции – снижена процентная ставка до 3 процентов, предоставлена отсрочка по погашению основной суммы долга и начисленным процентам на один год с последующей рассрочкой на 7 лет этих же сумм по основному долгу и переданным накопленным процентным платежам.

Планируется осуществление мероприятий по либерализации валютной системы. Речь идет о том, чтобы постепенно избавляться от различных административно-регулятивных требований, которые накладывают ограничения на валютные операции. В первую очередь это пошаговая отмена норматива обязательной продажи валютной выручки (снижение норматива с 30 до 20 процентов). В рамках договоренностей, направленных на сближение финансовых рынков стран ЕАЭС, планируется дать разрешение на открытие счетов физическим лицам (а в перспективе и юридическим лицам) в зарубежных странах.

«Дедолларизация» экономики – исключение использования иностранной валюты в расчетах на территории Республики Беларусь, а также при формировании цен, ставок пошлин и иных платежей, с целью создания более выгодных условий для совершения накоплений граждан в национальной валюте.

Стратегия предусматривает также совершенствование законодательства в области коммерческого и некоммерческого микрофинансирования. Данное направление содействует расширению доступа к источникам финансирования за счет создания нового типа микрофинансовых организаций – кассы взаимопомощи. Многие страны проходили этот путь развития, создавая кредитные союзы, общества взаимного кредитования, кассы взаимопомощи. И сейчас подобные организации достаточно популярны и обеспечивают альтернативу банковским услугам.

Основными приоритетами развития страхового рынка является повышение его финансовой устойчивости, рост эффективности страховой деятельности и обеспечение конкурентоспособности страховых организаций. В соответствии со стратегией сектор страхования будет развиваться с учетом гармонизации законодательства в сфере страхования государств-членов Евразийского экономического союза. Также планируется выравнивание условий деятельности страховых организаций различных форм собственности, отмена излишних административных барьеров, изменение приоритетов при контроле и надзоре за участниками страхового рынка с учетом позитивного международного опыта, и совершенствования порядка и условий обязательного страхования [2].

Развитие сектора рынка ценных бумаг предполагает реализацию закона об инвестиционных фондах, секьюритизации, а также более широкому внедрению информационных технологий. На постоянной основе ведется работа по оптимизации процессов, связанных с эмиссией, обращением и погашением ценных бумаг, в том числе связанных с аннулированием ценных бумаг,

упрощением данных процессов с точки зрения отсутствия необходимости личной явки владельца ценной бумаги в обслуживающий депозитарий для подачи необходимых документов. В целом перечисленные мероприятия будут способствовать привлечению инвесторов на рынок ценных бумаг и повышению привлекательности его инструментов как для самого эмитента, так и для других участников.

Ожидается, что после реализации стратегии основные показатели развития финансового рынка на 01.01.2021 года достигнут следующих значений:

- отношение активов банковской системы к внутреннему валовому продукту – не менее 62 процента;
- отношение активов страховых организаций к внутреннему валовому продукту – не менее 3,1 процента;
- отношение активов лизинговых организаций к внутреннему валовому продукту – не менее 5 процентов от ВВП.

Развитие финансового рынка в течении последнего десятилетия было непропорциональным. Банковский сектор рос опережающими темпами, в то же время как развитие лизинговых и микрофинансовых организаций, форекс-компаний сдерживалось из-за пробелов в законодательстве, отсутствия систем регулирования и надзора.

Новая эпоха индустриального развития в соответствии с концепцией развития технологических укладов С.Ю. Глазьева получила в России название шестого технологического уклада. В Европе используется термин «Индустрия 4.0». Отличительной чертой четвертой промышленной революции, которую еще называют цифровой – сближение технологий и стирание граней между цифровыми, биологическими и физическими сферами.

Ключевыми направлениями цифровой трансформации в финансовом секторе являются:

- развитие искусственного интеллекта;
- анализ больших массивов данных;
- применение облачных технологий;
- дистанционный доступ к банковским продуктам и услугам.

Важным направлением развития цифровых банковских технологий в Республике Беларусь является внедрение прикладных интерфейсов программирования; апробируется инновационная автоматизированная информационная система «Предоставление банковской информации», которая осуществляет сбор и аккумулирование банковской информации в едином формате, и предоставляет требуемую информацию всем заинтересованным органам государственного управления; планируется переход страны на новый международный формат счетов IBAN в соответствии с методологией ISO 20022.

На протяжении последних 15 лет проводится планомерная и последовательная работа по расширению сферы безналичных платежей. Банками для физических и юридических лиц созданы системы дистанционного банковского обслуживания (СДБО). Общее количество обсуживающихся в

банках клиентов – физических лиц более 9,423 млн. пользователей, из них клиентов, подключённых к СДБО, - более 7,022 млн. пользователей (к интернет-банкингу – 3,715 млн. пользователей).

В 2011-2016 годы динамично развивалась система безналичных расчетов по розничным платежам. Доля безналичного денежного оборота в розничном товарообороте возросла с 9,5 процентов за 2010 год до 30 процентов за 2016 год [3].

На 01.01.2017 год количество выпущенных в обращение банковских платежных карточек достигло 12,7 млн. единиц, из них карточек внутренней платежной системы БЕЛКАРТ – 5 млн. единиц (39,4 процентов от общего количества карточек), карточек международных платежных систем – 7,2 млн. единиц, в том числе платежной системы VISA – 5,1 млн. единиц (40 процентов от общего количества карточек), платежной системы MasterCard – 2,1 млн. единиц (16,9 процентов от общего количества карточек), кобейджинговых карточек БЕЛКАРТ/Maestro – 0,5 млн. единиц (3,7 процентов от общего количества карточек).

На 01.01.2017 год в Республике Беларусь функционировали 4386 банкоматов, 3394 платежно-справочных терминала самообслуживания, установленных банками, 139608 платежных терминалов в 109380 организациях торговли (сервиса).

Доля безналичных операций с карточками в общем объеме операций с использованием данного платежного инструмента на 01.01.2017 года достигла 79,8 процентов по количеству и 38,6 процентов по сумме операций.

В 2011-2016 годах с учетом мировых тенденций развивался рынок электронных денег. В настоящее время выпуск в обращение электронных денег осуществляет 8 банков.

Дальнейшее развитие финансового сектора будет находиться под влиянием следующих факторов:

- активное использование информационных технологий;

- формирование регионального и глобального рынка финансовых услуг, интенсификация конкурентной борьбы под воздействием развития технологий и телекоммуникаций, а также при нарастании тенденций к формированию транснациональных финансовых групп;

- усиление конкуренции банков с альтернативными финансовыми посредниками.

Список использованных источников:

1. Стратегия развития финансового рынка Республики Беларусь. URL: http://pravo.by/document/?quid=3961&p0=c2170029

2. Ходенков, А.Л. Особенности диагностики страховых организаций и способы улучшения финансового состояния, на примере ЗАСО «КЕНТАВР» / И.О. Гинзбург, А.Л. Ходенков // Методы и технологии учета, анализа и управления: сб. научных статей участников конференции «Перспективы учета, анализа и налогообложения в странах членах СНГ, Минск, 5 декабря 2017 г. / Минский филиал РЭУ / сост. Горбачёв Н.Н., Корчагина Л. – Минск: «Ковчег», 2018. - 291 с.: ил. – С. 67-73.

3. Ходенков, А.Л. Антикризисное регулирование в банковской сфере, на примере «ЗАО Дельта банк» / Д.А. Русакович, А.Л. Ходенков // Методы и технологии учета, анализа и управления: сб. научных статей участников конференции «Перспективы учета, анализа и налогообложения в странах членах СНГ, Минск, 5 декабря 2017 г. / Минский филиал РЭУ / сост. Горбачёв Н.Н., Корчагина Л. – Минск: «Ковчег», 2018. - 291 с.: ил. – С. 205-208.

4. Урсан, Р.Ю. Прикладные аспекты финансового анализа деятельности организации в условиях инновационной экономики / Р.Ю. Урсан // Современные инновационные технологии и проблемы устойчивого развития общества: сб. научных статей участников конференции «Современные инновационные технологии и проблемы устойчивого развития общества», Минск, 13 мая 2016 г. \ Минский филиал РЭУ \ сост. Кривцов В.Н., Горбачев Н.Н. - Минск:«Ковчег», 2016.-С. 59-60.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

УДК 33.06

Акулич Ю.И.,
Акулич В.В.

РАСЧЕТЫ АККРЕДИТИВАМИ КАК МЕТОД УПРАВЛЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ

к.э.н., доц.
Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет»,
Республика Беларусь, г. Минск
a.yury@mail.ru
ст. преп.
Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет» ИПК и ПЭК,
Республика Беларусь, г. Минск
viktoria.akulich@gmail.com

Современные проблемы управления диктуются особой ролью внешнеэкономических отношений в хозяйственной жизни Республики Беларусь, обеспечении ее экономической и финансовой стабильности, поступательного развития экономики в целом. В данной статье рассмотрены теоретические основы современных подходов управления дебиторской задолженносью, а также представлена информация об использовании современных расчетов в аккредитивной форме.

Ключевые слова: расчеты, аккредитивы, управление дебиторской задолженностью.

Современные проблемы управления диктуются особой ролью внешнеэкономических отношений в хозяйственной жизни Республики Беларусь, обеспечении ее экономической и финансовой стабильности, поступательного развития экономики в целом. Поступательному наращиванию экспорта и активизации экономического сотрудничества Беларуси с зарубежными партнерами в значительной степени способствует стабильность, эффективность, надежность и оперативность проведения международных расчетов [6,8].

Перед каждым субъектом хозяйствования Республики Беларусь, заключающим внешнеэкономическую сделку, связанную с исполнением либо принятием денежного обязательства, стоит проблема выбора метода платежа, а в случае экспортных поставок собственной продукции за рубеж – обеспечения своевременного получения оплаты со стороны иностранного импортера отечественной продукции.

По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, по состоянию на 1 февраля 2019 года дебиторская задолженность субъектам хозяйствования составила 38 279,5 млн. руб., что на 12,8 процентов больше чем на 1 февраля 2018 года. Необходимо отметить, что величина ее и состояние просроченной дебиторской задолженности ухудшается.

Внешняя дебиторская задолженность на 1 февраля 2019 года на 13,5 процентов больше, чем на эту же дату в 2018 году (см. таблицу 1) [7].

Таблица – 1 Динамика дебиторской задолженности по Республике Беларусь в январе – феврале 2019 г.

Показатель	На 1 февраля 2019 г.	В % к	
		1 февраля 2018 г.	1 января 2019 г.
Дебиторская задолженность, млн. руб.	38 279,5	112,8	99,9
из нее просроченная	8 160,5	108,9	101,9
Удельный вес просроченной дебиторской задолженности в общей сумме дебиторской задолженности, %	21,3	х	х
Внешняя дебиторская задолженность, млн. руб.	8 897,5	113,5	98,8
из нее просроченная	892,2	95,3	100,2
Удельный вес внешней просроченной дебиторской задолженности в общей сумме внешней дебиторской задолженности, %	10,0	х	

В современных условиях организациям при реализации продукции, товаров, работ, услуг, не обладающих уникальностью, практически невозможно вести успешную деятельность без предоставления клиентам отсрочки по оплате товара, что, в свою очередь, приводит к возникновению дебиторской задолженности. Также предоставляют отсрочку платежа и белорусские экспортеры, что, видно их вышеприведенных данных, это приводит к нарастающей дебиторской задолженности. Информация о состоянии внешней дебиторской и внешней просроченной дебиторской задолженности по Республике Беларусь приведена в таблице 1.

Дебиторская задолженность - это один из активов компании, который обладает повышенным риском. Увеличение или уменьшение дебиторской задолженности оказывает значительное влияние на оборачиваемость активов, капитала и на финансовое состояние компании в целом. Большой объем просроченной дебиторской задолженности приводит к существенному увеличению заемного капитала, повышению издержек организации и может привести к увеличению рисков финансовых потерь, что, естественно, отрицательно скажется на финансовой устойчивости компании.

Предотвратить проблему неплатежей можно было бы заключением договоров на условиях 100% предоплаты, однако только незначительная часть контрагентов согласны работать на таких условиях. Так для сведения к минимуму возможных потерь и увеличения доходности дебиторской задолженности имеется много способов, включая страхование кредитов, факторинг, реструктуризация дебиторской задолженности, включая погашение ее векселем, или же, можно обратиться в хозяйственный суд с исковым заявлением о взыскании дебиторской задолженности.

Применение документарных аккредитивов позволяет белорусским импортерам соблюдать требования действующего законодательства и

представляют альтернативу авансовым платежам. Кроме этого, использование аккредитивов как формы расчетов в обслуживании внешнеторгового оборота страны наилучшим образом обеспечивает соблюдение интересов всех участников экспортно-импортных операций.

Аккредитив представляет собой условное обязательство банка осуществить платеж третьему лицу (бенефициару) на определенных условиях. В широком смысле (как метод платежа) аккредитив охватывает весь комплекс взаимоотношений сторон сделки: продавца и покупателя (подрядчика и заказчика), банка-эмитента, авизующего банка, рамбурсирующего банка, а также перевозчиков, страховой компании и т.д. [1,2].

Аккредитив может быть безотзывным, подтвержденным, переводным, резервным. Виды аккредитивов представлены на рисунке 1.

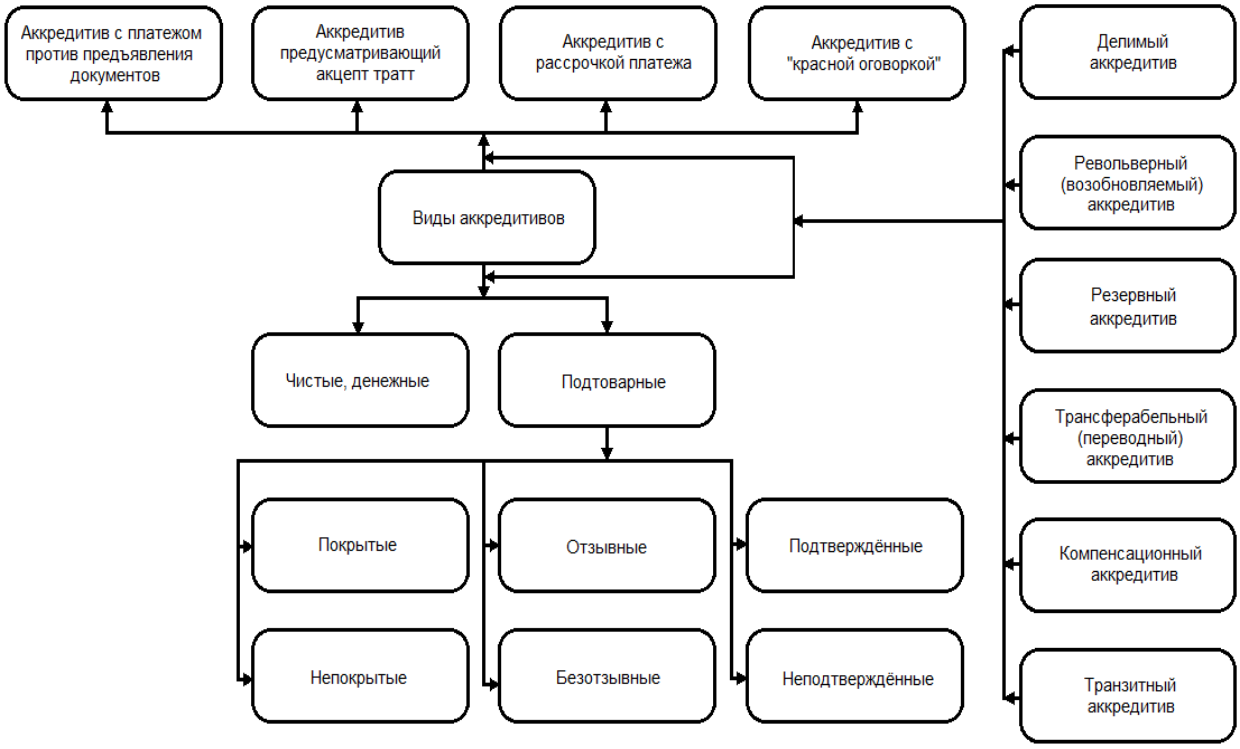

Рисунок 1 – Виды аккредитивов

Предоставление денежных средств исполняющему банку для осуществления платежа по аккредитиву или возмещения выплаченных денежных средств по аккредитиву называется рамбурсированием. Оно может производиться банком-эмитентом или другим банком в соответствии с полученными инструкциями или полномочиями.

Сравним преимущества и недостатки аккредитивной формы расчетов с другими видами безналичных расчетов.

К преимуществам использования аккредитива при осуществлении внешнеторговых операций *для покупателя* (импортера) можно отнести:

- применение аккредитивной формы расчетов гарантирует приказодателю, что платеж будет произведен поставщику только при своевременном и полном представлении бенефициаром документов, подтверждающих выполнение договорных;

- возможность контроля качества товара (в условиях аккредитива можно предусмотреть представление продавцом сертификатов качества и другой документации о продаваемой продукции);
- возможность отказаться от формы расчетов с наибольшей степенью риска – предварительной оплаты (не отвлекается оборотный капитал покупателя и исключается риск невозврата аванса);
- оплата товара после фактически произведенной отгрузки, что предполагает получение покупателем более длительной отсрочки платежа (товарного кредита);
- обеспечение платежа и полный контроль движения денежных средств покупателя осуществляется банком;
- возможность расширения объемов и географии закупок (для большей уверенности целесообразно использовать подтвержденный аккредитив, поскольку устраняется риск, связанный с экономической и политической ситуацией в стране покупателя, а также появляется возможность получить от продавца более конкурентное предложение по цене и условиям оплаты).

Преимущества использования аккредитива в расчетах *для продавца* (экспортера):

- устранение (уменьшение) дебиторского риска, связанного с неспособностью или нежеланием плательщика платить или возвратить аванс (аккредитив – обязательство банка, а не покупателя);
- аккредитив – безотзывное обязательство (не может быть изменен/аннулирован без согласия продавца, покупатель не может отказаться от исполнения договора, поэтому продавец страхует производственный риск и риск реализации);
- возможность расширения объемов и географии поставок (для большей уверенности целесообразно использовать подтвержденный аккредитив, поскольку устраняется риск, связанный с экономической и политической ситуацией в стране покупателя, появляется возможность сделать покупателю более конкурентное предложение по цене и условиям оплаты).

Недостатки:

- высокая стоимость аккредитива в сравнении со стоимостью других инструментов внешнеторгового финансирования (инкассо, гарантии);
- расчеты посредством аккредитива при условии досрочного предоставления денежного покрытия исполняющему банку приводят к отвлечению денежных средств;
- строгое соответствие документов условиям аккредитива [4,5].

Несмотря на указанные недостатки, именно аккредитив в максимальной степени гарантирует и обеспечивает своевременное исполнение участниками сделки своих обязательств.

Список использованных источников:

1. Правила Международной торговой палаты «Унифицированные правила и обычаи для документарных аккредитивов (Публикация МТП N 500)» (Совершены 01.01.1993) // Консультант Плюс: Беларусь [Электрон. ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2019.

2. Правила Международной торговой палаты «Унифицированные правила по инкассо (Публикация МТП N 522)» (с изм. от 01.01.1996) // Консультант Плюс: Беларусь [Электрон. ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2019.

3. Правила Международной торговой палаты «Унифицированные правила ICC для межбанковского рамбурсирования по документарным аккредитивам» [Электрон. ресурс] Режим доступа: http://www.lawrussia.ru/texts/legal_913/doc913a242x894.

4. Конвенция Организации Объединенных Наций о независимых гарантиях и резервных аккредитивах, принята резолюцией 50/48 Генеральной Ассамблеи от 11 декабря 1995 года [Электрон. ресурс] Режим доступа: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/credit.shtml.

5. О порядке проведения и контроля внешнеторговых операций: Указ Президента Республики Беларусь № 178 от 27.03.2015 [Электрон. ресурс] Режим доступа: http://www.pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0=p30800178

6. Внешняя дебиторская и внешняя просроченная дебиторская задолженность предприятий Республики Беларусь по странам. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. [Электрон. ресурс] Режим доступа: http://belstat.gov.by

7. Дебиторская задолженность организаций. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. [Электрон. ресурс] Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika

8. Проблемы и методы управления дебиторской задолженностью в современных условиях. Т.И. Бохан // Консультант Плюс: Беларусь [Электрон. ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2019.

УДК 330.123.71

Александрова Е.А.

ПРОБЛЕМЫ КОНВЕРГЕНЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО И НАЛОГОВОГО УЧЕТА АМОРТИЗАЦИИ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ ПРИ ПЕРЕХОДЕ НА НОВЫЕ БУХГАЛТЕРСКИЕ СТАНДАРТЫ

к.э.н., доц.
ФГБОУ ВО «Смоленский государственный университет»,
Россия, г. Смоленск

В статье проведен сравнительный анализ новых правил бухгалтерского учета амортизации основных средств с действующим бухгалтерским и налоговым законодательством. Показаны проблемы и выявлены возможности конвергенции бухгалтерского и налогового учета амортизации основных средств.

Ключевые слова: амортизация, основные средства, бухгалтерский учет, налоговый учет, проблемы конвергенции

Проблемы конвергенции – сближения бухгалтерского и налогового учета обсуждаются в трудах отечественных экономистов уже много лет, еще с принятия в 2002 году 25 главы НК РФ «Налог на прибыль организаций». При

этом, наибольшее количество постоянных и временных разниц в учете возникает из-за расхождения бухгалтерских и налоговых правил определения и признания амортизации основных средств и операций с ними связанных.

В условиях реформирования российского бухгалтерского учета в направлении сближения с международными стандартами финансовой отчетности (МСФО) Минфин России ведет активную работу по разработке и утверждению федеральных стандартов бухгалтерского учета (ФСБУ). Среди иных документов на сегодняшний день уже разработан и утвержден проект ФСБУ «Основные средства». И хотя обязательным для применения он должен стать только в 2020 году, но уже сегодня следует оценить значимость тех изменений в учете основных средств, которые необходимо учесть при разработке и оптимизации учетной политики организации.

Характерной особенностью основных средств является постепенный перенос их стоимости на себестоимость продукции (работ, услуг), что и обуславливает многократность их использования в процессе производства. Механизмом постепенной передачи их стоимости в процессе производства является периодическое начисление амортизации и признание в учете амортизационных отчислений в качестве расходов. Порядок определения и признания расходов в бухгалтерском и налоговом учете во многом различается в силу регламентации разными нормативными документами, однако вариантность применяемых способов и методов начисления амортизации основных средств создает предпосылки для возможного сближения методик расчета амортизации для целей бухгалтерского учета и налогообложения прибыли организаций.

В первую очередь, обратимся к самому механизму начисления амортизации основных средств. Для того, чтобы правильно и своевременно начислить амортизацию, необходимо:

1) выяснить, относится ли объект к основным средствам и к амортизируемому имуществу;

2) определить его первоначальную и амортизируемую стоимость;

3) установить срок полезного использования;

4) выбрать метод, по которому начислять амортизацию;

5) определить дату начала и прекращения (приостановления) начисления амортизации.

При этом расхождения бухгалтерского и налогового учета амортизации основных средств могут возникать на любом из выше приведенных этапов учета. Проанализируем изменения в бухгалтерском учете основных средств согласно проекту ФСБУ «Основные средства» на предмет его сближения или расхождения с налоговым учетом.

1. Отнесение объекта к амортизируемому основному средству.

Согласно проекту ФСБУ изменился лимит первоначальной стоимости при отнесении имущества к объектам основных средств: теперь пределы лимита стоимости организация устанавливает самостоятельно в своей учетной политике. В то время, как действующий стандарт ПБУ 6/01 «Учет основных средств» позволяет либо не устанавливать вовсе ограничение стоимости, либо

устанавливать лимит – более 40 000 рублей. В результате по тем объектам основных средств, первоначальная стоимость которых менее 100 000 рублей (либо выше 40 000, но менее 100 000 рублей) в бухгалтерском учете амортизация начисляется, а в налоговом учете – нет, что неизбежно вызывает возникновение между ними расхождений. Таким образом, с учетом проектных изменений для сближения с налоговым учетом достаточно в бухгалтерской учетной политике установить аналогичный размер – более 100 000 рублей.

2. Определение амортизируемой стоимости.

Согласно проекту ФСБУ в составе первоначальной стоимости основного средства выделяется неамортизируемая величина, равная расчетной ликвидационной стоимости, ожидаемой к получению после завершения эксплуатации объекта. При этом проектом предусмотрены варианты, когда ликвидационная стоимость может быть равна нулю: если ожидаемая сумма к поступлению не может быть определена или не является существенной. «Данная ситуация характерна для большинства отраслей промышленности, при этом, как правило, ликвидационная стоимость близка к нулю из-за того, что затраты на утилизацию отслуживших свой срок полезного использования объектов равны или близки к сумме денежных средств, которую организация планирует получить за актив при его выбытии» [3].

Действующий бухгалтерский стандарт ПБУ 6/01 и НК РФ не учитывают возможности продажи основного средства и предполагают амортизировать полную стоимость. Наличие ликвидационной стоимости в системе бухгалтерского учета вызывает амортизацию меньшей стоимости в сравнении с налоговым учетом и, как результат, налоговые разницы при каждом ее начислении.

Но это лишь в том случае, если в налоговом учете организация не пользуется своим правом на «амортизационную премию» (одновременно включить в расходы до 30% первоначальной стоимости основного средства). В противном случае, неизбежно возникновение еще и временных разниц с бухгалтерским учетом, поскольку в налоговом учете будет амортизироваться первоначальная стоимость за вычетом «амортизационной премии», которая полностью признается в составе прочих расходов вместе с первой суммой начисленной налоговой амортизации.

Кроме того, в налоговом учете нельзя учесть переоценку основных средств: она не изменяет их стоимость и не влияет на начисление амортизации. Проектом же ФСБУ устанавливается возможность переоценки первоначальной стоимости основного средства и накопленной по нему амортизации. В этом случае для сближения бухгалтерского и налогового учета следует выбирать вариант учета основных средств без переоценки. Но тогда балансовая стоимость, отражаемая в бухгалтерской отчетности, не будет соответствовать справедливой стоимости основного средства.

Проектом ФСБУ предусмотрено тестирование основных средств на обесценение на конец каждого отчетного года. «Обесценение, аналогично амортизации, отражается в бухгалтерском учете обособленно от стоимости основного средства и не изменяет эту стоимость, формируя самостоятельный

показатель – накопленное обесценение, которое, наряду с накопленной амортизацией, вычитается из стоимости при определении балансовой стоимости основного средства» [1]. В налоговом учете никакие изменения стоимости не влияют на амортизацию, поэтому амортизация меньшей стоимости в бухгалтерском учете в сравнении с налоговым учетом создает налоговые разницы при ее начислении.

3. Установление срока полезного использования.

В проект ФСБУ в сравнении с действующим бухгалтерским стандартом добавлены условия определения срока полезного использования основного средства исходя из ожидаемого морального устаревания и планов по замене основных средств, модернизации, реконструкции, технического перевооружения. Кроме того, в проект заложено обязательное требование регулярного пересмотра сроков полезного использования в зависимости от намерения руководства. Однако при установлении срока полезного использования в целях налогового учета следует руководствоваться классификацией основных средств, утверждаемой Правительством РФ, а также амортизационными группами, приведенными в НК РФ. И по действующим нормам НК РФ срок не изменяется, за исключением случаев его увеличения в результате реконструкции, модернизации или технического перевооружения основного средства. В результате несовпадение сроков в бухгалтерском и налоговом учете неизбежно приведет к временным налоговым разницам.

4. Выбор метода начисления амортизации.

Согласно проекту ФСБУ организация должна выбирать тот способ амортизации, который наиболее точно отражает предполагаемые особенности получения будущих экономических выгод от использования основного средства. При этом проект увязывает выбор способа амортизации со сроком его полезного использования: если срок полезного использования устанавливается в единицах времени, то основные средства амортизируются линейным способом либо способом уменьшаемого остатка, а если в натуральных единицах – пропорционально объему продукции (работ, услуг) [2].

Поскольку в налоговом учете срок полезного использования устанавливается только в единицах времени, то для сближения его с бухгалтерским учетом следует рассматривать возможность применения только линейного способа либо способа уменьшаемого остатка. А использование способа пропорционально объему продукции (работ, услуг) вызовет возникновение временных разниц.

Линейный метод при совпадении прочих элементов амортизации (амортизируемой стоимости и сроков начисления амортизации) практически идентичен в применении согласно проекту ФСБУ и НК РФ, что позволит избежать временных разниц в учете.

При применении способа уменьшаемого остатка проект предоставляет организациям самостоятельно выбирать «формулу расчета суммы амортизации за отчетный период, обеспечивающую систематическое уменьшение этой суммы в следующих периодах» [1]. Поэтому для сближения бухгалтерского и налогового учета можно порекомендовать организациям использовать ту же

формулу, что и при нелинейном методе начисления налоговой амортизации.

5. Определение даты начала и прекращения (приостановления) начисления амортизации.

Применяя временные способы амортизации, следует учитывать, что проект ФСБУ не предполагает приостановления ее начисления даже при длительной консервации или реконструкции, в то время как в налоговом учете амортизация не начисляется при переводе объектов на консервацию сроком свыше 3 месяцев или на реконструкцию и модернизацию, продолжительностью более 12 месяцев. Таким образом, признание налоговой амортизации в указанные периоды отдвигается на будущее в сравнении с бухгалтерским учетом.

Подводя итоги исследования, следует отметить, что изменения, предусмотренные проектом ФСБУ «Основные средства», в части установления критериев отнесения объекта к амортизируемому основному средству и выбора метода начисления амортизации, привели во многом к сближению бухгалтерского и налогового учета амортизации основных средств. Однако бездумное сближение учетных систем за счет линейной амортизации лишает организацию дополнительной отсрочки в уплате налога на прибыль, которое предусмотрено налоговым законодательством в связи с применением ускоренных способов налоговой амортизации: амортизационной премии, нелинейного метода или коэффициентов ускорения к основной норме амортизации. Кроме того, ставит под сомнение выбор экономически обоснованного способа амортизации, к которому призывают положения проекта нового бухгалтерского стандарта.

Что же касается определения амортизируемой стоимости, сроков полезного использования основного средства, и, главное, необходимости их регулярного пересмотра с учетом изменившихся условий эксплуатации основных средств, то по данным параметрам вряд ли удастся избежать расхождений в бухгалтерском и налоговом учете с принятием нового стандарта. И как нами отмечалось ранее, выбор способов оценки и сроков начисления амортизации в бухгалтерском учете должен основываться на соответствии доходам и влиянии на финансовый результат, а не «слепого повторения» налоговых норм [2].

Список использованных источников:

1. Проект федерального стандарта бухгалтерского учета «Основные средства» URL:http://bmcenter.ru/files/proekt_fsbu_osnovniye_sredctva_po_itogam_resheniya_soveta_pri_minfine

2. Александрова, Е.А. Экономическая и финансовая концепции амортизации в условиях реформирования российского учета / Е.А. Александрова // Финансовая экономика. – 2018. – № 5. – С. 515-519.

3. Разживина, Т.А. О проекте ФСБУ «Основные средства»/ Т.А. Разживина // Финансовые и бухгалтерские консультации: электрон. журн. – 2016. – № 12. – С. 4-13. URL:http://www.fbk.ru/publications/publishing_library

УДК 339.138

Анохина Н.Н.

ФОРМИРОВАНИЕ БАНКОВСКИХ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ И ОЦЕНКА ИХ ЭФФЕКТИВНОСТИ

к.э.н., доц.
Белорусский государственный экономический университет,
Республика Беларусь, г. Минск
anokhina@yandex.by

В статье описана роль программ лояльности в маркетинговой деятельности банков, показана необходимость разработки программ лояльности для различных сегментов потребителей, исследованы основные профили клиентов банка. Особое внимание уделено расчетам показателя NPS «Оценка рекомендателей», коэффициентов удержания и оттока клиентов ЗАО «Идея Банк».

Ключевые слова: программа лояльности, банк, выборка, сегментация, коэффициенты удержания и оттока клиентов, показатель NPS.

Вопросы потребительской лояльности приобретают особую значимость в условиях высококонкурентной борьбы на финансовых рынках. Если ранее для многих банков первостепенной задачей было завоевание новых клиентов, то теперь главной стратегической задачей становится сохранение уже имеющейся клиентской базы, то есть поддержание лояльности. Очевидно, что в условиях цифровой экономики, инструменты маркетинга инноваций способны повлиять на общую лояльность клиента, поддерживая общую приверженность бренду банка [1-3].

Привлечение новых потребителей банковских услуг направлено на расширение клиентской базы и продажу продукта новым пользователям. Сформированная лояльность помогает предупреждать уход потребителей к конкурентам и обеспечивает устойчивость определенного банка [1,2].

Для удержания существующих клиентов на примере действующего на территории Республики Беларусь ЗАО «Идея Банк» рассмотрим несколько программ лояльности, которые смогли бы повысить репутационный капитал компании, сохранить и нарастить ее базу клиентов.

Отметим, что в ходе формирования программы лояльности необходимо иметь пример профилей клиентов банка для расчета выгоды. Для этого было выбрано два сегмента, которые будут исследованы далее: *массовые* и *богатые*, а также были созданы основные профили, которыми наиболее часто пользуются потребители: *супермаркет, ресторан, одежда и обувь, авто, электроника, дом и ремонт, здоровье, медицина и красота, оплата услуг, отдых и путешествия, досуг и развлечения.*

Данные исследований показывают, что в настоящее время вне в зависимости от категории большинство клиентов выбирают профиль «супермаркет». На втором месте в пользовательской корзине для «массового» сегмента занимает профиль «оплата услуг», у сегмента «богатые» - «одежда и обувь». Далее все выбранные профили двух сегментов отличаются, так как в сегменте «массовых» клиентов приоритетно приобретают товары повседневного спроса. Поэтому для разных сегментов необходимо создавать

разные программы лояльности, которые заинтересовали бы каждого из потенциальных и реальных клиентов. Далее рассмотрим разработанные для ЗАО «Идея Банк» варианты программ лояльности.

Программу лояльности №1 следует предложить клиентам сегмента «массовые». Данная программа предусматривает предоставление платежной карты системы «БЕЛКАРТ» клиенту ЗАО «Идея Банк» абсолютно бесплатно (хотя есть на выбор карта системы «MasterCard», стоимость которой составит около 5$ США). При этом потребителям услуг ЗАО «Идея Банк» будут предложены определенные скидки: в сети аптек и ресторанов; в организациях торговли и сервиса и т.д. Программа лояльности обеспечивает личное общение с клиентами банковских услуг, что создает доверительные отношения исследуемого банка с клиентами.

Далее рассмотрим второй вариант программы лояльности для клиентов ЗАО «Идея Банк», которую следует предложить клиентам сегмента «богатые». Данная программа №2 предусматривает ЗАО «Идея Банк» предоставление клиенту платежной карты системы «VISA» на платной основе – 10,99$ в месяц. При этом будут предложены: Cash back — 1,6% от суммы операции, при платежах за пределами Республики Беларусь и на иностранных сайтах; страхование покупок на случай их кражи или повреждения; продление гарантийного срока на приобретенные товары; возможность бесплатного оформления дополнительной карточки Visa Gold сроком на 3 года; бесплатное пользование услугами Интернет-Банк, Мобильный Банк и SMS-оповещение и др. Отметим, что основными достоинствами программы лояльности №2 являются: высокий уровень обслуживания; прямое взаимодействие с клиентом, возможность подбирать индивидуальные предложения.

Отметим, что в рамках повышения эффективности маркетинговой деятельности банка необходимо рассчитывать коэффициент удержания клиента (Customer Retention Rate, CRR) по формуле:

$$CRR = ((E - N) / S) * 100\%, \quad (1)$$

где E - Количество клиентов в конце периода (Number of customers at the end of the period);

N - Количество новых клиентов, приобретенных в течение этого периода (Number of new customers acquired during that period);

S - Количество клиентов в начале периода (Number of customers at the start of the period).

Предположим, что предложенные нами программы лояльности привлекут 15% новых клиентов. Однако банки-конкуренты также проводят свои программы, которые «переманивают» клиентов ЗАО «Идея Банк», тем самым возможны потери. Представим, что на начало 2019 года ЗАО «Идея Банк» имеет 17 000 открытых счетов, потеряли из них 1700, но взамен приобрели 2550 новых (N), так что изучаемый период закончили с 17 850 счетами в банке. Далее на основе этих данных произведем расчеты коэффициента удержания клиента по формуле (1):

$$CRR = ((17\,850 – 2\,550) / 17\,000) * 100\% = 90\%.$$

Таким образом, коэффициент удержания составил 90%, что для ЗАО

«Идея Банк» не является критичным.

Подобные расчеты должны постоянно проводиться маркетологами ЗАО «Идея Банк» для текущего анализа маркетинговой деятельности и прогнозирования основных направлений развития банка.

Также рекомендуется рассчитывать коэффициент оттока клиентов CR (Churn Rate) как отношение количества потерянных клиентов к количеству реальных клиентов, умноженных на 100%. Таким способом можно вычислить, какой процент клиентов покинет исследуемый банк в ближайшие 30 дней. Произведем расчет, основываясь на том, что ЗАО «Идея банк» за исследуемый период потерял 1700 счетов, однако на конец расчётного периода число реальных клиентов в банке составило 17 850 счетов. Тогда получим:

$$CR = (1700 / 17\,850) * 100\% = 9{,}5\ \%.$$

По имеющимся статистическим данным, среднее значение данного показателя должно варьироваться в районе 3-5% ежемесячно. Заметим, что исследуемый показатель CR превышает максимально допустимый на 4,5%, что усугубляет положение ЗАО «Идея Банк» на финансовом рынке Республики Беларусь.

Также для программ лояльности, которые будут в дальнейшем внедряться ЗАО «Идея Банк» в рамках повышения эффективности маркетинговой деятельности, необходимо просчитывать коэффициент Net Promoter Score (NPS) «Оценка рекомендателей». Оценка NPS предусматривает опрос клиентов с одним простым вопросом «Насколько вероятно, что вы порекомендуете банк вашим друзьям и близким?», в котором клиентов просят выбрать одну из оценок по десятибалльной шкале, где 0 – это минимальная вероятность, 9 – полная уверенность.

Клиентов, ответивших 8-9, относим к «промоутерам»; выбравших оценки от 0 до 5 балов– к «недоброжелателям», и между ними остаются «пассивные» - удовлетворенные, но лишенные энтузиазма клиенты, которые могут как стать «промоутерами», так и «недоброжелателями» или уйти к конкурентам. Показатель NPS отобразит действительное состояние лояльности клиентов к ЗАО «Идея Банк», так как предыдущие два показателя удержания и оттока потребителей не всегда могут отделить истинную лояльность от вынужденной.

Далее попытаемся произвести предварительные расчеты по показателю NPS:

NPS = ((промоутеров – недоброжелателей)/всего участников)* 100%.

Как мы описывали ранее: новых счетов в ЗАО «ИДЕЯ БАНК» на начало 2019 года составило 2 550 единиц. Как правило, на одного клиента исследуемого банка приходятся два счета. Следовательно, за исследуемый период новых клиентов составило 1275. Таким образом, генеральная совокупность составляет 1275 человек. При уровне доверительности 95%, ошибке ± 2% рассчитаем объем бесповторной выборки n по формуле (2):

$$n = \frac{Nz^2\ pq}{Ne^2 + z^2 pq} \qquad (2)$$

где n - объем выборки для проведения исследования;

N – объем генеральной совокупности;

p, q - вариация для выборки, в %.

z- нормированное отклонение;

e - ошибка выборки, в %.

Отметим, что значения p=q=50%, поскольку ранее маркетинговые исследования в области банковских программ лояльности не проводились.

Подставив указанные выше значения в формулу (2), получим, что объем выборки для проведения исследования потребителей банковских услуг составит 833 клиента.

Далее при помощи генератора случайных чисел был произведен предварительный расчет по предполагаемым вариантам ответов 833 респондентов. Ответы представлены ниже на рисунке 1.

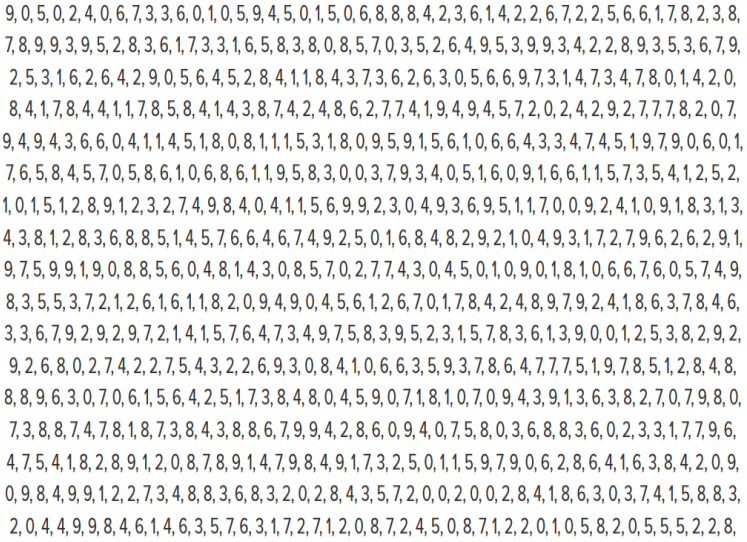

Рисунок 1 – Варианты сгенерированных чисел

По данным рисунка видим, что количество респондентов, которые поставили оценку в диапазоне от 0 до 5 равно 162. В свою очередь, количество респондентов, которые поставили оценки 8 и 9 составило 493. Таким образом, подставим данные числа в формулу для расчета показателя NPS:

$$NPS = ((493-162) / 833) * 100\% = 39,7\%.$$

Для того, чтобы определить в каком диапазоне находятся данный показатель, и стоит ли ЗАО «Идея Банк» что-то изменять или дополнять в области кредитования (депозитов), необходимо знать средние значения показателей NPS по отраслям, которые были выявлены в исследованиях Net Promoter Score Benchmark.

Заметим, что индустрия «Кредитование» находится в пределах среднего значения 30%. Показатель NPS ЗАО «Идея Банк» составил 39,7%, что превышает средний показатель на 9,7 процентных пунктов. Это означает, что программы лояльности №1 и №2 не являются убыточными.

Подводя итоги предложенных программ лояльности, отметим, что ЗАО «Идея Банк» может разделить описанные нами сегменты на еще более мелкие группы, что позволит точнее ориентироваться на потребности клиентов и пытаться их удовлетворить в полной мере. Кроме того, рекомендованные программы лояльности позволят финансовой организации продлить сроки контактов банка с потребителем и повысить конкурентоспособность предлагаемых клиентам услуг.

Список использованных источников:

1. Анохина, Н.Н. Эффективность рекламных коммуникаций / Н.Н. Анохина, Г.А. Щербич // В сборнике: Российская экономика: взгляд в будущее Сборник материалов IV Международной научно-практической конференции ТГТУ. - 2018. С. 19-26.

2. Анохина, Н.Н. Оценка качества обслуживания как основа экономической безопасности банка / Н.Н. Анохина, И.В. Чижик // В сборнике: Стратегия противодействия угрозам экономической безопасности России Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции ТГТУ. – 2018. –С. 22-26.

3. Долженко, Р.А. Маркетинговые исследования в коммерческом банке: принципиальные подходы к организации и реализации / Р.А. Долженко // Управление продажами.- 2017. - № 1.- С.4-14.

УДК 657.6

Антипенко Н.А.,
Бусыгин Д.Ю.

НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ АУДИТА ХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОПЕРАЦИЙ, СОВЕРШАЕМЫХ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЦИФРОВЫХ ЗНАКОВ (ТОКЕНОВ)

к.э.н., доц.
Минский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова,
Республика Беларусь, г. Минск
к.э.н., доц.
Минский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова,
Республика Беларусь, г. Минск

В статье рассмотрены вопросы по отдельным хозяйственным операциям, совершаемых с использованием новых активов – цифровых знаков (токенов), которые в свою очередь подлежат учёту, как и другие активы компаний, а в последующем - аудиту (проверке), как одному из видов контроля за деятельностью субъектов хозяйствования.

Ключевые слова: цифровой знак (токен), бухгалтерский учет, аудит, цифровая экономика, биткоин.

В настоящее время исследование методологических аспектов проведения аудита (проверки) операций, совершенных с использованием цифровых знаков (токенов), находятся в стадии становления. В Республики Беларусь на текущий момент не совершено ни одной операции с использованием цифрового знака (токена), не зарегистрированы и не осуществляют свою деятельность операторы криптоплатформ, операторы обмена криптовалют через которые юридические лица имеют права совершать операции по приобретению и отчуждению цифровых знаков (токенов) и т.д. Другими словами, с практической точки зрения возникает необходимость разработки адекватного инструментария учета и аудита операций, совершенных с использование цифровых знаков (токенов).

В связи со вступлением с 28.03.2018 в силу Декрета №8 в современном бухгалтерском учете появился новый объект учета – цифровой знак (токен).

Все хозяйственные операции по возникновению, приобретению и отчуждению цифровых знаков (токенов), совершаемые организациями, в соответствии с п.3.4. Декрета №8, подлежат отражению на счетах бухгалтерского учета. Следовательно, данные операции подлежат аудиту (проверке) на равных условиях с такими объектами бухгалтерского учета, как основные средства, материалы, нематериальные активы и т.д.

Целями аудита операций по поступлению, оценке и отчуждению цифровых знаков (токенов) являются установление законности, эффективности и целесообразности совершения хозяйственных операций с использованием цифровых знаков (токенов).

Исходя из поставленных целей задачами аудита (проверки) операций по поступлению, оценке и отчуждению цифровых знаков (токенов) являются:

- соблюдение правильности признания цифровых знаков (токенов);
- соблюдение своевременности оприходования цифровых знаков (токенов);
- установление обоснованности оценки цифровых знаков (токенов);
- установление наличия и сохранности цифровых знаков (токенов);
- установления правильности и законности отчуждения цифровых знаков (токенов);
- проверка документального оформления учета цифровых знаков (токенов) и налогообложения операций с цифровыми знаками (токенами).

Особое внимание аудитору следует уделить таким элементам, как источникам информации, нормативно-правовым регуляторам по проверке хозяйственных операций, совершенных с использованием цифровых знаков (токенов).

Источниками информации при проведении аудита (проверки) операций по поступлению и оценке цифровых знаков (токенов) являются:

- сведения, содержащиеся в соответствующих записях в структуре данных технологии «блокчейн»;
- первичные учетные документы, подтверждающие совершение хозяйственных операций по поступлению, оценке и отчуждению цифровых знаков (токенов);
- регистры аналитического и синтетического учетов аудируемой организации по счетам: 06 «Долгосрочные финансовые вложения», 58 «Краткосрочные финансовые вложения», 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами», 91 «Прочие доходы и расходы» (субсчет 91-1 «Прочие доходы»), 41 «Товары», 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками», 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности» (субсчет 90-7 «Прочие доходы по текущей деятельности»), 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками», 43 «Готовая продукция», 004 «Товары, принятые на комиссию», 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности» (субсчет 90-10 «Прочие расходы по текущей деятельности») и других счетов;
- учетная политика аудируемой организации, годовая и промежуточная отчетность организации (бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытках, отчет об изменении собственного капитала, отчет о движении денежных

средств, а также примечаний к отчетности, предусмотренных законодательством Республики Беларусь);

- статистическая отчетность аудируемой организации (формы государственной статистической отчетности 4-ф (средства) «Отчет о составе средств», 12-ф (прибыль) «Отчет о финансовых результатах»).

К нормативно - правовым актам по проверке хозяйственных операций, совершенных с использованием цифровых знаков (токенов) относятся:

1) Указ Президента Республики Беларусь от 16.10.2009 №510 «О совершенствовании контрольной (надзорной) деятельности в Республике Беларусь (вместе с «Положением о порядке организации и проведения проверок», «Положением о порядке проведения мониторинга»), определяющий единый порядок проведения контрольной (надзорной) деятельности в Республике Беларусь.

2) Декрет Президента Республики Беларусь от 21.12.2017 №8 «О развитии цифровой экономики», направленный на создания условий для внедрения в экономику Республики Беларусь технологии реестра блоков транзакций (блокчейн), иных технологий, основанных на принципах распределенности, децентрализации и безопасности совершаемых с их использованием операций. В Декрете №8 на законодательном уровне определены такие понятия, как цифровой знак (токен), владелец цифрового знака (токена), виртуальный кошелек, реестр блоков транзакций (блокчейн), майнинг, оператор криптоплатформы, оператор обмена криптовалют, размещение цифровых знаков (токенов) и т.д. Декретом №8 установлено, что возникшие (добытые) в процессе майнинга или приобретение иным способом цифровые знаки (токены) признаются активами, размещения их (цифровых знаков (токенов)) приводит к возникновению обязательств перед владельцами данных активов. Операторы криптоплатформ, операторы обмена криптовалют и другие организации, осуществляющие деятельность с использованием цифровых знаков (токенов), обязаны отражать в бухгалтерском учете совершаемые ими операции, составлять бухгалтерскую и (или) финансовую отчетность в порядке, установленном Министерством финансов Республики Беларусь [1].

3) Закон Республики Беларусь от 12.07.2013 №56-З «Об аудиторской деятельности», определяющий правовые основы осуществления аудиторской деятельности на территории Республики Беларусь, а также призван регулировать отношения, возникающие в процессе осуществления данной деятельности.

4) Постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 06.03.2018 №16 «Об утверждении Национального стандарта бухгалтерского учета и отчетности «Цифровые знаки (токены)» и внесении дополнений и изменений в некоторые постановления Министерства финансов Республики Беларусь», определяющее порядок формирования в бухгалтерском учете информации о цифровых знаках (токенах) и обязательствах, возникающих при размещении собственных токенов перед владельцами этих токенов, в организациях (за исключением Национального банка Республики Беларусь, банков, открытого акционерного общества «Банк развития Республики

Беларусь», небанковских кредитно-финансовых организаций, банковских групп, банковских холдингов, бюджетных организаций) [3].

5) Решение Наблюдательского совета Парка высоких технологий «О требованиях, которым должны соответствовать отдельные заявители для регистрации их в качестве резидентов Парка высоких технологий и требования к порядку реализации их бизнес-проектов в Парке высоких технологий», утвердившее следующие положения [2]:

A. Положение о требованиях, которым должны соответствовать отдельные заявители для регистрации их в качестве резидентов Парка высоких технологий, устанавливающее требования, которым должны соответствовать заявители, представившие для регистрации в качестве резидентов Парка высоких технологий бизнес-проекты, предусматривающие осуществление видов деятельности: оказание услуг, связанных с размещение цифровых знаков (токенов), деятельность оператора криптоплаформ, деятельность оператора обмена криптовалют и иной деятельности, совершаемой с использованием цифровых знаков (токенов), в том числе признаки профессиональной и биржевой деятельности и т.д.

B. Положение о требованиях к правилам внутреннего контроля резидентов Парка высоких технологий, устанавливающее требования к правилам внутреннего контроля резидентов Парка высоких технологий, которые осуществляют оказание услуг, связанных с размещение цифровых знаков (токенов), деятельность оператора криптоплаформ, деятельность оператора обмена криптовалют и т.д., с сфере предотвращения легализации доходов, полученных преступным путем, финансирования террористической деятельности и финансирования распространения оружия массового поражения.

C. Правила осуществления деятельности оператора обмена криптовалют, определяющие порядок деятельности оператора обмена криптовалют

D. Правила оказания услуг, связанных с созданием и размещением цифровых знаков (токенов) и осуществления операций по созданию и размещению собственных цифровых знаков (токенов), определяющие оказания резидентами Парка высоких технологий услуг, связанных с созданием и размещением цифровых знаков (токенов) с использованием глобальной компьютерной сети Интернет и осуществление резидентами Парка высоких технологий операций по размещению собственных токенов.

Аудит (проверка) операций, объектом которых являются цифровые знаки (токены) представляет сложный, трудоемкий и последовательный процесс, который начинается с изучением и проверкой хозяйственных операций по поступлению цифровых знаков (токенов). Так, согласно ч.1 ст.10 Закона Республики Беларусь от 12.07.2013 №57-З «О бухгалтерском учете и отчетности», каждая хозяйственная операция подлежит оформлению первичным учетным документом. При этом, в соответствии с ч.5 ст.10 Закона Республики Беларусь от 12.07.2013 №57-З «О бухгалтерском учете и отчетности», первичный учетный документ составляется при совершении

хозяйственной операции, а если это не представляется возможным - непосредственно после ее совершения. Требования о том, каким образом и на основании каких сведений, должен составляться первичный учетный документ, подтверждающий совершение хозяйственных операций с использованием цифровых знаков (токенов), приведены в п.3 Постановления Министерства финансов Республики Беларусь от 06.03.2018 №16 «Об утверждении Национального стандарта бухгалтерского учета и отчетности «Цифровые знаки (токены)» и внесении дополнений и изменений в некоторые постановления Министерства финансов Республики Беларусь» (далее - Национальный стандарт бухгалтерского учета и отчетности «Цифровые знаки (токены)»). Так, данный первичный учетный документ может быть составлен единолично участниками этой операции на основании соответствующих записей в реестре блоков транзакций (блокчейне), иной распределенной информационной системе и (или) данных о сделках (операциях), совершенных в системе операторов криптоплатформы или с этими операторами, а также иных источников информации. До настоящего времени на законодательном уровне форма данного первичного учетного документа не закреплена, что вызывает необходимость его создания и разработки.

На основании первичных документов, подтверждающих совершение хозяйственных операций по поступлению цифровых знаков (токенов), формируются регистры аналитического и синтетического учетов нижеперечисленных счетов организации, в которых производятся регистрация, накопление и систематизация учетной информации в количественных и стоимостных показателях.

В современных условиях, когда быстрыми темпами развиваются смарт и цифровые технологии, продолжается глобализация стандартов отчетности. Возникает острая необходимость использования современных интернет-технологий и методологических подходов бухгалтерского учета при проведения аудита операций, совершенных с использованием цифровых знаков (токенов).

Аудитор, при проведении проверки должен особое внимание уделить особенностям проведения аудита (проверки) операций по поступлению цифровых знаков (токенов), совершаемых юридическими лицами, являющимися владельцами цифровых знаков (токенов), операторами криптоплатформ и операторами обмена криптовалют [4, 5].

Список использованных источников:

1. Декрет Президента Республики Беларусь от 21.12.2017 №8 «О развитии цифровой экономики» // КонсультантПлюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «Юрспектр», Национальный центр правовой информации Республики Беларусь, Минск, 2018.

2. Решение Наблюдательского совета Парка высоких технологий «О требованиях, которым должны соответствовать отдельные заявители для регистрации их в качестве резидентов Парка высоких технологий и требования к порядку реализации их бизнес-проектов в Парке высоких технологий» [Электронный ресурс]. – URL: http://www.park.by/post-2225/ (дата обращения: 05.12.2018).

3. Постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 06.03.2018 №16 «Об утверждении Национального стандарта бухгалтерского учета и отчетности «Цифровые знаки (токены)» и внесении дополнений и изменений в некоторые постановления Министерства финансов Республики Беларусь» // КонсультантПлюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «Юрспектр», Национальный центр правовой информации Республики Беларусь, Минск, 2018.

4. Антипенко, Н.А. Цифровой знак (токен) как объект аудиторской проверки в условиях цифровой экономики / Н.А. Антипенко, Д.Ю. Бусыгин // Бухгалтерский учет и анализ. – 2019. - № 3. – С. 46-51.

5. Антипенко, Н.А. Методологические аспекты аудита операций по поступлению цифровых знаков (токенов) / Н.А. Антипенко, Д.Ю. Бусыгин // Бухгалтерский учет и анализ. – 2019. - № 4. – С. 36-42.

УДК 338

Бабич О.В.

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ПОДХОДОВ К РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

д.э.н., доц.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
babichoksana2210@mail.ru

Процесс управления современными российскими предприятиями характеризуется целым рядом изменений, основным из которых является стремление повысить показатели эффективности деятельности за счет совершенствования системы управления и организации в целом. Одним из механизмов таких изменений служит реструктуризация, которая представляет собой инструмент адаптации деятельности предприятия к рыночным условиям.

Ключевые слова: управление, управление предприятием, реструктуризация.

В результате изучения работ отечественных и зарубежных авторов по вопросам реструктуризации был сделан вывод, что требуется систематизация методов и подходов к процедуре реструктуризации деятельности предприятия.

В связи с этим целесообразно провести анализ различных методик реструктуризации деятельности промышленных предприятий с точки зрения выбора наиболее эффективного с позиции адаптации к современным рыночным условиям.

В современных условиях многие менеджеры и ученые в области управления опираются на использование базовой модели проведения процедуры реструктуризации, которая характеризуется определенной последовательностью реализации выделенных этапов по разработке и внедрению реструктуризации.

Базовая версия предлагает лишь последовательность действий и не определяет характер необходимых изменений и программу проведения преобразований необходимых исследуемому предприятию в настоящий момент времени, следовательно, данную версию процесса реструктуризации нельзя рассматривать как универсальный инструмент для решения проблем

промышленного предприятия.

Другой взгляд на разработку и реализацию реструктуризации предприятий имеется у работников международной консалтинговой фирмы «Roland Berger & Partner», связанных с выявлением, анализом и устранением проблем реструктуризации по программе Всемирного банка. Они выделяют в процедуре проведения реструктуризации два основных этапа: реструктуризацию на уровне оперативных мероприятий и совершенствование бизнес-процессов [3, с. 25-28].

Данную технологию можно отнести к этапам стратегического управления предприятием, т.е. она не предполагает внесение изменений в организационную структуру предприятия, а рассматривает только формирование новой стратегии развития деятельности.

Схожий по идеи подход предлагает и Е.М. Королькова, которая считает, что процедура реструктуризации должна начинаться с формирования миссии и общих долгосрочных целей предприятия, а предлагаемая стратегия развития непременно должна им соответствовать [5].

Кроме того, начинать формирование стратегии развития предприятия необходимо с разработки развития всех подразделений, которые находятся на предприятии, при этом важно сразу выделять уровень подчиненности или зависимости подразделений между собой [1].

В процессе реализации программы реструктуризации необходимо решать следующие задачи:

– диагностировать текущее положение дел на предприятии и выявить основные направления для развития;

– определить цели развития предприятия и сформировать программу проведения реструктуризации;

– внедрение программы реструктуризации с помощью использования всех имеющихся ресурсов предприятия.

Существует и другая точка зрения, которая характеризуется повышением уровня сложности каждого последующего этапа процедуры реструктуризации.

Например:

1 этап. Выделение стандартных действий, осуществление традиционных процедур: определение цели предприятия, главная цель коммерческого предприятия - получение прибыли, для этого необходимо организовать процесс производства и реализации продукта, а полученные финансовые ресурсы важно правильно использовать.

2 этап. Происходит процедура принятия управленческих решений, которые касаются анализа текущей ситуации, выявления направления развития предприятия, создания нового продукта, совершенствования технологии производства, внедрения новых методов учета затрат и как результат появляется новое понимание ситуации. Первоначально производство осуществлялось только на основе изучения предпочтений потребителей, а теперь производиться совокупная оценка положения на рынке и возможностей самого предприятия, с целью повышения прибыльности.

3 этап. Благодаря полученной информации можно провести начальную

или первичную реструктуризацию, например, сократить неприбыльные производства или открыть новые.

4 этап. Если проведение представленных мероприятий не дают необходимых результатов, происходит полное внедрение системы бюджетирования во все процессы предприятия, а именно происходит автоматизация учета не некоторых элементов, а всей системы в целом, внедрение учета затрат по продуктам, цехам и регионам, другими словами происходит внедрение интегрированной функциональной системы управления.

5 этап. Реструктуризация основной производственной деятельности предприятия, реализация приемов и принципов управления проектами, стратегическое управление, переход к логистическим методам планирования и осуществления товародвижения.

6 этап. Использование реинжиниринга бизнес-процессов на предприятии.

Поскольку положение предприятий на рынке разнообразное, они обладают спецификой деятельности, то и все программы реструктуризации можно назвать специфическими для каждого конкретного случая. Единое лишь мнение о том, что необходимо разрабатывать подробную программу проведения процедуры реструктуризации предприятия, которая должна определить все основные моменты по реализации и способствовать повышению эффективности работы и росту конкурентоспособности предприятия [5].

Другую точку зрения отстаивает Л.П. Белых, основываясь на анализе положения дел на большинстве российских предприятиях, она предлагает выделять два этапа реструктуризации по принципу различных источников финансирования. На этапе оперативной реструктуризации предприятию не требуется привлечение дополнительных финансовых ресурсов, так как убыточные предприятия их просто не смогут привлечь, а успешным они не требуются. На этапе стратегической реструктуризации, ситуация когда предприятие работает прибыльно, а дальнейшее совершенствование деятельности происходит за счет собственных и привлеченных финансовых средств [3].

В итоге можно сказать, что оперативная и стратегическая реструктуризация направлена на увеличение инвестиционной привлекательности промышленных предприятий.

Согласно, рассмотренной классификации реструктуризация делится на оперативную и стратегическую, а стратегия организации рассматривается, как стратегия реструктуризации деятельности, данную методику можно рассматривать как перечень универсальных действий независимо от изменений, необходимых исследуемому предприятию.

Р.А. Фатхутдинов предложил принципиальную схему реструктуризации предприятия, рассматривающую несколько основных направлений осуществления реструктуризации на предприятии [6]. На начальном этапе проводится комплексная диагностика текущего состояния организации, анализируется влияние внешней и внутренней среды на предприятие. На основе полученных результатов определяются направления реструктуризации. После выбора направлений составляется предварительный план мероприятий, составляется прогноз реструктуризации предприятия. Вырабатывается подробный

поэтапный план, а именно механизм реализации программы реструктуризации с указанием сроков проведения мероприятий. Завершающим этапом является анализ эффективности проведенной реструктуризации компании.

Нечто схожее предлагают И.И. Мазур и В.Д. Шапиро и выделяют при этом четыре основных этапа в процессе реструктуризации.

Совершенно иной подход можно рассмотреть, если в качестве базовой использовать принципы управления проектами, в этом случае можно выделить иные этапы реструктуризации предприятия.

Первый этап - формирование целей проведения реструктуризации. Руководство предприятия должно сформировать перечень проблем, с которыми оно столкнулось при осуществлении своей деятельности и какие результаты они ожидают от проведения процедуры реструктуризации. От реализации данного этапа зависит эффективность и проведения реструктуризации, и работы предприятия в целом.

Второй этап – анализ деятельности предприятия. Основная задача данного этапа заключается в определение сильных и слабых сторон деятельности предприятия, формировании перспектив развития и возможностей повышения прибыльности предприятия. В данном случае проводить всесторонний анализ деятельности, который, как правило, в себя включает: анализ финансово-хозяйственной деятельности, маркетинговый анализ, правовой и налоговый, управленческий, а так же анализ конкурентоспособности предприятия на рынке.

Третий этап - формирование стратегии и программы реструктуризации. Информация, полученная на ранних этапах реструктуризации, должна способствовать формированию новых направлений развития предприятия. Важно на данном этапе определить все необходимые ресурсы, инструменты, методы, приемы и принципы, а кроме того произвести оценку эффективности каждого выработанного направления развития предприятия. А затем руководство и собственники должны выбрать вектор совершенствования деятельности предприятия с учетом фактора риска, и конкретизировать цели и стратегию развития.

Четвертый этап – проведение процедуры реструктуризации в соответствии с разработанной программой.

На данном этапе происходит формирование команды сотрудников, ответственных за проведение процедуры реструктуризации, доработка программы реструктуризации, а затем ее реализация поэтапно. Если в процессе реализации наблюдается расхождение планируемых показателей с достигнутыми значениями, то команда менеджеров и руководство принимает решение о корректировке программы или самих действий.

И заключительным является пятый этап - осуществление программы реструктуризации и оценка ее эффективности. На данном этапе команда, ответственная за реализацию программы, производит контроль достижения всех планируемых показателей, диагностирует полученные результаты и формирует итоговый отчет о проведенной процедуре реструктуризации предприятия [2].

При последовательном осуществлении процесса реструктуризации предприятие проходит полную реформацию. Главный недостаток данной модели – очередность первого и второго этапов, первоначально формулируется проблема и лишь, потом проводится диагностика деятельности предприятия, на наш взгляд, это некорректно. Такой же недостаток присущ и другой технологии проведения реструктуризации предложенной Е.Г. Чапкиной.

В современных условиях рынка наибольшее распространение получил маркетинговый подход к управлению предприятием, основанный на рыночных исследованиях Филиппа Котлера и используемый западными компаниями начиная с 1970-х гг.

Маркетинг представляет собой передовую концепцию управления, позволяющую достичь целей предприятия посредством удовлетворения запросов потребителей более эффективными, чем у конкурентов, способами. Он предопределяет ориентацию фирмы на удовлетворение разнообразных потребностей клиентов, гибкую и своевременную адаптацию к изменениям рыночных факторов, опережающее реагирование на вызовы внешнего окружения, что в совокупности обеспечивает повышение эффективности и конкурентоспособности предприятия.

Маркетинговый подход в настоящее время рассматривается как важнейшая составляющая менеджмента в условиях реальной рыночной экономики, призванная направить деятельность предприятия на удовлетворение потребностей рынка в товарах и услугах.

Интеграция концепций менеджмента и маркетинга в постиндустриальной экономике привела к формированию нового направления - маркетинг-менеджмент. Он представляет собой передовую философию предпринимательства, отражающую превосходство потребления над производством, потребителя над производителем. Предприятие направляет свои усилия на достижение и поддержание максимального уровня удовлетворения запросов потребителей, именно на этой основе добиваясь получения прибыли и реализации целей управления.

Таким образом, на первое место в управлении современным предприятием выходит вопрос адаптации деятельности к рыночным условиям, в рамках данного подхода предлагается рассматривать процедуру реструктуризации деятельности промышленного предприятия.

Представленный анализ различных подходов к проведению процедуры реструктуризации свидетельствует об отсутствии универсальной технологии, рассматривающей реструктуризацию, как один из этапов стратегического управления современным предприятием в изменяющихся условиях функционирования.

Список использованных источников:

1. Бабич, О.В. Основные направления реструктуризации промышленных предприятий /О.В. Бабич // Путеводитель предпринимателя. – 2013. - №20. – С. 12-16.

2. Бабич, О.В. Современные аспекты реструктуризации: монография / О.В. Бабич. - Брянск: БГТУ, 2013. – 204 с.

3. Белых, Л.П. Реструктуризация предприятий: учебное пособие для

студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Л.П. Белых. – 2-е изд., доп. и перераб. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 511 с.

4. Горностаева, А.Н. Управление инновационным потенциалом промышленного предприятия / А.Н. Горностаева, И.Г. Чернышова // Научные записки ОрелГИЭТ. - 2010. - №2. - С. 306-310.

5. Королькова, Е.М. Реструктуризация предприятий. Учебное пособие / Е.М. Королькова. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. тех. ун-та, 2007. – 80 с.

6. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. 3-е изд., перераб. и доп. / Р.А. Фатхутдинов. - М.: Маркет ДС, 2008. - 432 с.

УДК 33.330.1

Бусыгин Ю.Н.,
Урсан Р.Ю.

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ЗАЕМНОГО КАПИТАЛА ДЛЯ ТЕХНИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ И ЕГО МАКСИМАЛЬНОЕ ЗНАЧЕНИЕ

к.э.н., доц.
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Минский филиал,
Республика Беларусь, г. Минск
busygin1946@mail.ru
ст. преп.
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Минский филиал,
Республика Беларусь, г. Минск
margarytaursan@gmail.com

При разработке годовой программы предприятия необходимо исходить из перспективной программы развития предприятия. В данной статье рассматривается вопрос о привлечении заемного капитала организации для технического развития предприятия, его максимальное значение.

Ключевые слова: капитал, заемный капитал, предприятие, техническое развитие.

Разрабатывая текущую годовую программу развития предприятия, надо исходить из ее перспективной программы развития, которая требует значительных источников финансирования [1, с. 138-142].

Как правило, в целях финансирования деятельности организации на перспективу используются следующие основные группы источников средств: собственные и заемные [5, с. 59-60].

На практике выделяют три схемы финансирования проектов, которые включаются в программы технического развития предприятия:

– полное финансирование за счет собственных средств;

– полное финансирование за счет заемных средств (кредитов на инвестиционные цели);

– смешанное финансирование.

Рассмотрим варианты финансирования с учетом специфики программ. Проекты, включаемые в перспективные программы, требуют крупных инвестиционных затрат, поэтому использование первой схемы в них

проблематично ввиду ограниченности собственных ресурсов предприятия. Выходом является увеличение собственного капитала организации за счет дополнительной эмиссии акций (или вкладов учредителей). А это не всегда приемлемо, так как это требует дополнительных капитальных вложений существующих собственников или привлечение абсолютно новых собственников.

Поэтому, на практике чаще всего имеет место смешанная форма финансирования таких проектов или финансирование за счет заемных средств.

Данные инновационно-инвестиционные проекты требуют длительных сроков реализации, то есть денежные потоки рассредоточены на довольно длительные сроки. Это требует применение системы показателей оценки эффективности инновационно-инвестиционных проектов, основанных на дисконтировании денежных потоков: чистая приведенная стоимость проекта (*NPV*критерий), внутренняя норма доходности (*IRR* критерий), индекс рентабельности (*IP* критерий), дисконтированный срок окупаемости (*DPP* критерий) [2, 3].

Использование данных критериев, как при первом, втором и третьем методах финансирования проектов требует значительных усилий и большого количества информации, что для третьего метода не совсем практично и реально.

Нами предлагается использовать необходимое условие применения смешанной схемы финансирования инвестиционного проекта, не требующего дисконтирования денежных потоков, что намного упрощает критерий оценки проекта [4, с. 38-45].

В частности, при разработке смешанной системы финансирования проекта, предусматривающего использование заемных средств, необходимо учитывать следующий момент: привлечение заемных средств приемлемо, когда величина планируемого годового прироста чистой операционной прибыли за вычетом налогов – *NOPAT*(*NetOperatingProfitAfterTaxes*) будет больше среднегодовой суммы выплат по кредиту,, которая учитывает выплату основного долга и годовую сумму процентных выплат. Таким образом, необходимо выполнение следующего неравенства:

$$\Delta(NOPAT) \geq i \cdot K_з + K_з/T, \quad (1)$$

где $\Delta(NOPAT)$ – годовой прирост чистой операционной прибыли до вычета налогов, который будет иметь место в случае реализации инвестиционного проекта; i – средневзвешенная годовая процентная ставка по кредиту; $K_з$ – общая сумма привлеченного кредита по данному проекту; T – общий срок привлечения кредитов, выраженный в годах.

Неравенство (1) можно несколько преобразовать. Так прирост прибылиΔ(NOPAT)$\Delta(NOPAT)$ может быть выражен через показатель рентабельности инвестиций – *ROI*(*ReturnOnInvestment*):

$$ROI = \frac{\Delta(NOPAT)}{K_c + K_з},$$

где K_c, $K_з$ – соответственно, собственные и заемные средства, идущие на финансирование данного проекта.

Отсюда имеем:

$$\Delta(NOPAT) = ROI \cdot (K_c + K_з). \quad (2)$$

С учетом формулы (2), неравенство (1) преобразуется в следующий вид:

$$\frac{K_з}{K_c+K_з} \leq \frac{ROI}{\frac{1}{T}+i}. \quad (3)$$

Как видим, что левая часть неравенства (3) отражает удельный вес заемных средств относительно общих инвестиционных затрат, а правая часть неравенства определяется рентабельностью, периодом предоставленного кредита и годовой процентной ставкой стоимости кредита. Фактически эти три фактора в совокупности и определяют долю предельного значения кредита, которую необходимо принимать во внимание при определении суммы привлекаемого кредита.

Конечно, при определении структуры источников финансирования проектов в рамках рассматриваемых программ технического развития предприятий необходимо учитывать специфику и показатели эффективности мероприятий, которые включаются в них. При этом, как правило, выделяют два основных направления мероприятий.

В частности, первое направление связано с созданием новых видов продукции, с модернизацией уже освоенной продукции, улучшения ее качества. Оно определяется потребностями рынка и ведет к укреплению завоеванных предприятием рыночных позиций и их расширению.

Что касается второго направления, то оно предусматривает развитие производственно-технической базы предприятия: обновление оборудования, внедрение прогрессивных технологических процессов и совершенствование применяемых. Реализация этого направления, как правило, приводит к росту производительности труда, снижению себестоимости выпускаемой продукции и увеличению прибыли на предприятии.

В соответствии с [1, с. 138-142], Беларусь должна обрести новое качество роста экономики и выход на мировой уровень конкурентоспособности на основе процессов интеллектуализации и цифровизации производств, развития высокотехнологичных и наукоемких услуг, основанных на достижениях отечественной науки, отечественные предприятия должны вкладывать средства в мероприятия второго направления.

Именно для этого варианта технического развития предприятия на перспективу целесообразно использовать оценочное неравенство (3) для определения предельной доли заемного капитала, который следует использовать при финансировании данного проекта на перспективу.

Пример. Для замены давно устаревшего оборудования, которое выпускает в год V_1=20 000 однородной продукции, предприятие планирует приобрести новое оборудование стоимостью 100 000 руб., которое будет обеспечивать выпуск продукции в течение года в количестве V_2=30 000 единиц. Себестоимость единицы продукции (C_1), выпускаемой устаревшим оборудованием составляет 0,25 руб., а на новом оборудовании (C_2) – 0,2 руб.

При этом цена единицы продукции, выпускаемая на устаревшем оборудовании составляет P_1 =2 руб., а на новом оборудовании – P_2=1,80 руб.

Для приобретения нового оборудования предприятию не хватает собственных средств. Оно планирует взять кредит сроком на 5 лет под 20% годовых.

Каково должно быть предельное сочетание заемных ($K_З$) и собственных средств (Kc), чтобы предприятие функционировало прибыльно?

Решение.

На первом этапе определяем прибыль ($NOPAT_1$), которую имеет предприятия, работая на устаревшем оборудовании, выпуская продукцию в объеме 20 000 шт. и ($NOPAT_2$) – планируемая прибыль на новом оборудовании, выпуская продукцию в объеме 30 000 шт., соответственно:

$NOPAT_1=(P_1–C_1)$ x $V_1=(2–0,25)$ x 20 000 = 35 000 руб.

$NOPAT_2=(P_2–C_2)$ x $V_2=(1,80–0,2)$ x 30 000 = 48 000 руб.

На втором этапе определяем годовой прирост прибыли в результате эксплуатации нового оборудования:

$\Delta(NOPAT)=NOPAT_2–NOPAT_1=48\,000–35\,000=13\,000$ руб.

На третьем этапе определим рентабельность инвестиционных затрат, которую обеспечивает годовой прирост прибыли:

$$ROI = \frac{\Delta(\text{NOPAT})}{K_c + K_З} = \frac{13000}{100000} = 0{,}13.$$

Тогда, используя неравенство (3), имеем:

$$\frac{K_З}{K_c + K_З} \leq \frac{ROI}{\frac{1}{T} + i} = \frac{0{,}13}{\frac{1}{5} + 0{,}2} = 0{,}325 \text{ или } 32{,}5\%.$$

Ответ.

Из общей суммы, необходимой для инвестирования проекта (100 000 руб.), предельное значение величины кредита $S_З$, который предприятие планирует привлечь для приобретения нового оборудования, составит 32 500 руб. (0,325 x 100 000). При этом сумма собственных средств должна составить 68 500 руб. (100 000–32 500).

Обобщая результаты исследований можно сделать следующие выводы:

во-первых, неравенство (3) определяет предельное значение заемного капитала;

во-вторых, из неравенства (3) следует, чем выше рентабельность инвестиций, ниже процентная ставка стоимости кредита и длительнее срок его предоставления, тем более оправдано привлечение к финансированию инновационно-инвестиционных проектов;

в-третьих, из неравенства (3) также следует и ограниченность заемных средств, используемых в смешанных схемах финансирования инновационно-инвестиционных проектов по техническому оснащению предприятия в целях его доходности.

Список использованных источников:

1. Донцова, В.И. Восприимчивость национальной экономики к использованию инноваций / В.И. Донцова // Актуальные проблемы социально-экономического развития предприятий, отраслей, комплексов: сб. материалов международной. научно-практической конференции., Тула, 11-14 декабря 2015 г.

– Тула: Автономная некоммерческая организация высшего профессионального образования «Институт экономики и управления», 2015. – С. 138-142.

2. Бусыгин, Д.Ю. Подходы к оценке эффективности управления компанией / Д.Ю. Бусыгин, Ю.Н. Бусыгин, В.В. Данилов // Финансы, учет, аудит. – 2017. – №7. – С. 51-54 .

3. Бусыгин, Д.Ю. EVA как один из важнейших финансовых показателей эффективности маркетинговых стратегий по привлечению дополнительного капитала в развитие компании / Д.Ю. Бусыгин, Ю.Н. Бусыгин, Н А. Антипенко // Бухгалтерский учет и анализ. – 2018. – №1 (253). – С. 39–45.

4. Акуленко Н.Б. Стратегия финансирования технического развития предприятий // Справочник экономиста. – 2012. – №1. – С. 38-45.

5. Урсан, Р.Ю. Прикладные аспекты финансового анализа деятельности организации в условиях инновационной экономики / Р.Ю. Урсан // Современные инновационные технологии и проблемы устойчивого развития общества: сб. научных статей участников конференции «Современные инновационные технологии и проблемы устойчивого развития общества», Минск, 13 мая 2016 г. / Минский филиал РЭУ / сост. Кривцов В.Н., Горбачев Н.Н. - Минск:«Ковчег», 2016. - С. 59-60.

УДК 338.436. 339.923

Веренич В.А.,
Веренич С.И.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННЫХ ИНТЕГРИРОВАННЫХ СТРУКТУР

к.э.н.
Белорусский государственный экономический университет,
Республика Беларусь, г. Минск
valyabelar@gmail.com
к.вет.н., доц.
Белорусский государственный экономический университет,
Республика Беларусь, г. Минск

В статье предложены пути взаимодействия государства и интегрированных агропромышленных структур при использовании различных форм государственно-частного партнерства, что будет способствовать наращиванию объемов реализации конкурентоспособной продукции АПК и ее продвижению на национальный и мировые рынки.

Ключевые слова: интегрированные структуры в агропромышленном комплексе, государственно-частное партнерство, инвестиции.

В настоящее время актуальной проблемой в сфере агропромышленного производства является увеличение лага между имеющимися государственными средствами на развитие АПК и устойчиво возрастающей их потребностью. Анализ показал, что в настоящее время около 65 % белорусских сельскохозяйственных организаций формируют 30 % выручки и 20 % прибыли от реализации продукции, а уровень рентабельности сельскохозяйственного

производства для расширенного воспроизводства продовольствия составил 6,2 %, в то время как для инновационного развития он должен превышать 40 %, что обусловливает рост объемов кредитования [1].

Необходимо подчеркнуть существование проблемы относительно невысокой эффективности использования направляемых в агропромышленный комплекс бюджетных средств. На прямые инвестиции используется не более четверти выделяемых средств, в то время как основная доля расходуется на решение текущих задач: обслуживание кредитов, удешевление сельскохозяйственной техники, компенсацию роста цен на основные материальные ресурсы (удобрения, нефтепродукты, средства защиты), а также на приобретение материальных ресурсов, которые безвозмездно или по сниженным ценам передаются сельскохозяйственным организациям. При этом денежные средства напрямую зачисляются на расчетные счета поставщиков услуг и оборудования, тем самым потребители (сельскохозяйственные организации) не имеют возможности принимать осознанное управленческое решение, не оказывают никакого влияния на выбор качественных характеристик продукции, сроки ее поставки и т.д., что снимает ответственность, порождает слабую мотивацию у руководящих работников [2, 3].

В контексте вышеизложенного, можно заключить, что существующая система государственной поддержки не решает в полной мере проблемы повышения конкурентоспособности предприятий агропромышленного комплекса. В современных экономических условиях подходы к обеспечению конкурентоспособности предприятий агропромышленного комплекса должны быть существенно трансформированы, необходимо обеспечить инновационное развитие, модернизацию экономики, повышать эффективность вложенных средств. Активизация сотрудничества государственных структур с бизнесом позволит привлечь финансовые, материальные и информационные ресурсы в АПК, и будет способствовать дальнейшему укреплению конкурентных позиций агропромышленных предприятий республики.

Механизм взаимодействия государства и частных субъектов агропромышленного комплекса можно представить как систему взаимодействия элементов посредством различных форм партнерства, методов (планирование и прогнозирование, инвестирование, кредитование, тарифное регулирование и др.) и инструментов (ценовое, налоговое регулирование, курсы валют и др.), обеспечивающую развитие АПК, способствующую наращиванию объемов реализации конкурентоспособной продукции и ее продвижению на национальный и мировые рынки.

Специфика использования различных форм государственно-частного партнерства в АПК обусловлена в настоящее время невысокой привлекательностью вложения средств в агропромышленное производство для частных инвесторов, в то время как его развитие является одой из приоритетных задач государства и общества. Можно выделить следующие причины сложившейся ситуации: высокая капиталоемкость АПК при относительно невысокой окупаемости инвестиций; сельское хозяйство в

отдельности не является выгодным объектом вложений в силу сложившегося диспаритета цен, высоких рисков, сезонности производства готовой продукции и зависимости от природно-климатических условий. Таким образом, развитие интегрированных структур, объединяющих в себе сельскохозяйственные, перерабатывающие организации и образующие единый технологический цикл производства с последующей реализацией продукции, является неотъемлемым условием привлечения инвестиций в АПК.

Список использованных источников:

1. Механизмы устойчивого сбалансированного развития продуктовых структур в рамках кластерного институционального пространства продовольственной системы Евразийского экономического союза / В.Г. Гусаков [и др.] // Вес. Нац. акад. навук Беларусі. Сер. аграр. навук. – 2015. – № 2. – С. 4–18.

2. Научные основы сбалансированной агропромышленной стратегии Беларуси в Евразийском экономическом союзе / В. Г. Гусаков [и др.] ; НАН Беларуси, Ин-т систем. исслед. в АПК. – Минск : Беларус. навука, 2015. – 259 с.

3. О перечне индикативных показателей развития агропромышленного комплекса государств – членов Евразийского экономического союза [Электронный ресурс] : решение Совета Евраз. экон. комис. // Евразийский экономический союз. – Режим доступа: https://docs.eaeunion.org /docs/ru-ru/0147359/cncd_13022015_2.

УДК 338.262.8

Владыко А.В.,
Валевич Р.П.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ НА ОСНОВЕ ГИБКИХ ЦЕЛЕЙ: ВОЗМОЖНОСТИ И ПРЕИМУЩЕСТВА

к.э.н., доц.
Белорусский государственный экономический университет,
Республика Беларусь, г. Минск
angel.vladyko@gmail.com
к.э.н., проф.
Белорусский государственный экономический университет,
Республика Беларусь, г. Минск
ketor@bseu.by

Стратегическое планирование в современной реалии уже не может опираться на постановку конечных целей и применение инструментов реализации целевых показателей по схеме «от заданного на будущее к реализации в настоящем». В данной статье авторами обоснована необходимость нового подхода к стратегическому планированию - на основе гибких целей.

Ключевые слова: стратегическое планирование, стратегия, гибкие цели, результативность, модель стратегического планирования

В динамичной среде хозяйствования традиционные подходы к процессам разработки стратегии и планирования не способны обеспечить современным

организациям устойчивых конкурентных позиций. Об этом свидетельствует результативность торговой деятельности. Согласно данным Национального статистического комитета Республики Беларусь [1], обобщенным в таблице 1, рентабельность продаж организаций торговли снизилась за первый квартал 2019г. по сравнению с аналогичным периодом 2018г. на 0,6%; количество убыточных организаций увеличилось на 23,1%, а их удельный вес в общем количестве организаций – соответственно на 6,2%; прирост суммы чистого убытка убыточных организаций за первый квартал 2019г. составил 18 млн. р., а его значение на одну убыточную организацию – соответственно 9,8 млн.р.

Таблица 1 – Основные финансовые результаты деятельности организаций торговли Республики Беларусь

Показатели	Январь-февраль 2018г.	Январь-февраль 2019г.	Темп изменения, %
Рентабельность продаж, %	1,9	1,3	-
Количество убыточных организаций, единиц	234	288	123,1
Удельный вес убыточных организаций в общем количестве организаций, %	26,7	32,9	-
Сумма чистого убытка убыточных организаций, млн. р.	65,9	83,9	127,4
Сумма чистого убытка на одну убыточную организацию, тыс. р.	281,5	291,3	103,5

К тому же в ходе выполнения ключевых показателей эффективности, доводимых правительством исполнителям, приходится их корректировать при резком изменении экономической ситуации, что не способствует достижению общей цели экономического развития. Базируясь на постулате, что рыночная экономика – не застывшее явление, а изменчивая экономическая среда, требуется создать предпосылки для гибкого реагирования организаций на ее изменения. Внесение существенных изменений требует выбора нового «альтернативного подхода» к системе планирования, адаптирующегося к «стратегическому мышлению и стратегическому диалогу управления» [2, стр. 129], в основу которого заложена парадигма поведения по принятию плановых решений, основанных на изучении реальных событий, не предвосхищая их наступление в будущем и не описывая детально возможные сценарии при заданных параметрах. Авторами ранее рассмотрен сценарный подход, как функциональный инструмент инновационного менеджмента [3], его преимущества и формы реализации в современной системе стратегического планирования.

Динамичность современной хозяйственной среды, приводящая к неопределенности последствий, предъявляет и к современному стратегическому плану новые требования об адаптивном реагировании на происходящие изменения. В таком плане фиксирование цели на будущее не

означает соглашения с заданными плановыми результатами к достижению. Проблема традиционного стратегического планирования зачастую сводится к стремлению «предвосхитить» ряд решений, которые следовало бы принимать позднее с учетом динамики изменений складывающейся хозяйственной ситуации, локально и с реальной оценкой ресурсных возможностей и положения на рынке.

Постановка гибких целей позволяет строить сценарии с оценкой реального ресурсного обеспечения и происходящих изменений в направлении сложившихся взаимоотношений с конкурентами и поведении потребителей. Авторы высказывают мнение о том, что ресурс сценарного подхода адаптируется с гибким целеполаганием в разработке стратегического плана [3]. Оценивая происходящие изменения, распознаются новые тенденции и изучаются новые факты, ставятся гибкие цели, исходя из занимаемой доли рынка, достигнутых финансовых возможностей и действующей стратегии. Стратегическое планирование выходит за рамки формализованного процесса описания действий организации в будущем (на перспективу), когда «желаемое» состояние выдается за действительное, а разработчик практически, можно сказать «единожды», определяет цели организации на предстоящую перспективу (формирует стратегию на несколько лет). В условиях «демократизации» стратегического мышления (мониторинг и обсуждение изменений экономических параметров стратегического развития организации в процессе ее текущей деятельности) процесс стратегического планирования предполагает разработку гибких целей и обоснование общего направления, без детализации и определения значений каждого показателя. По мнению авторов, такой подход не отрицает сущности стратегического планирования, которое изначально было призвано решать задачи по реализации долговременных целей, ориентированных на восстановление (удержание) конкурентоспособности организации при четко оговоренных показателях (однозначно определенных, например, темп изменения, уровень и т.п., либо представленных в виде ориентиров, к которым следует стремиться (прибыльность, финансовая устойчивость, доля рынка), либо ниже которых – не опускаться (доходность, ликвидность)). И. Ансофф еще в 1972г. сформулировал следующее определение: «Стратегическое планирование должно применяться в комплексе с планированием возможностей руководства и управлением общим процессом стратегических изменений» [4]. Формулировка целей предполагает использование обобщенной, неполной информации о различных альтернативах, что и приводит к постановке целевых ориентиров, и стратегия выступает средством их достижения. Изменчивость внешней среды не сопоставима ни с методами долгосрочного планирования, ни проектного прогнозирования. Именно стратегическое планирование стало инструментом оценки изменений из вне и выработки стратегии по достижению зафиксированных ориентиров (показателей) в перспективе. Идея гибкого реагирования на изменение ситуации развивалась в результате эволюции Теории фирмы. Начало ее применения связывают с трудами Ф. Тейлора [5], на основе которых отдельные ее элементы «трансформировались» в

необходимость использования Теории гибкости при обосновании экономической стратегии развития. Ориентация стратегического планирования на гибкие цели не означает снижения напряженности в деятельности организации и должна способствовать достижению главной цели – росту ее рыночной стоимости.

Стратегическое планирование на основе гибких целей, в авторской концепции, маневрирует инструментами сценарного подхода [6], открытостью информационных систем, ведением диалога управления, лавированием (а в некоторых случаях и изменением) реальной ситуацией на новые появляющиеся факты и способностью распознать новые тенденции. При таком подходе организация не подстраивает свои решения под заданные плановые показатели, пытаясь предугадать будущее в обозначенном направлении. Конечно, стратегический план формулирует стратегию действий, но цель (цели, подцели) меняет свое содержание: достичь результата, мобилизовав весь ресурс, переходит в эффективное использование ресурса для обеспечения реализации целей по результативности.

В стратегическом плане на основе гибких целей заданные ориентиры и плановые показатели учитывают реальные стратегические возможности и препятствия рассматриваемого периода. Например, какого соотношения собственных и заемных источников финансирования организация хочет и может достигнуть? При каких условиях отклонение от заданного соотношения, и в каком размере будет приемлемо для организации? и т.п. При таком подходе, постановка целей будет иметь «гибкое» содержание, т.е. корректироваться с изменением условий бизнес-среды, проверяться на практике, моделироваться в действии, не создавая искусственных моделей поведения на будущее, в которых организация стремится реализовать поставленную цель, подстраиваясь под складывающиеся условия хозяйственной деятельности и финансовые возможности на каждом этапе ее реализации.

Модель стратегического планирования на основе гибких целей предполагает прохождение следующих этапов:

1. Анализ бизнес-среды и финансовых возможностей, в которой пребывает организация, с позиции оценки своей конкурентоспособности и распознавания новых тенденций.

2. Постановка целей совместными усилиями на основе диалога управления, обмена знаниями и кооперативной конкуренции, что способствует созданию (формированию) стратегии, уходя от манипуляций с цифрами для достижения заданной цели (показателей).

3. Разработка плана конкретных действий на основе обоснованных целей и подцелей. После чего анализируются варианты его выполнения исходя из прогнозирования их возможных последствий, оценки рисков и временных ограничений.

4. Реализация плана (его лучшего варианта) с учетом представленных инициатив в соответствии с потребностями выполнения плана действий и происходящими изменениями в ресурсном обеспечении. Таким образом, планы действий не фиксированы, их можно в любой момент откорректировать,

адаптируя под происходящие изменения в бизнес-среде, независимо от уровня (стратегическое, тактическое, оперативное планирование).

Рекомендованная модель приобретает циклический характер, т.е. повторяется весь комплекс действий, пока есть необходимость в улучшении показателей в понимании текущей ситуации самой организацией. Другими словами, не заданные в начале планового периода показатели определяют действия на заданный период, т.е. разработанный таким образом план создает «иллюзию» контроля, под его показатели подстраивают реальность изменений рыночной среды. Определяя параметры развития организации в будущем, т.е. формулируя стратегические цели, специалисты-плановики упускают и реально не оценивают настоящие ресурсные возможности организации и занимаемые конкурентные позиции, пытаясь обосновать к достижению показатели, не учитывая, насколько выполнены данные показатели в настоящий момент и каковы условия, сдерживающие (либо стимулирующие) их достижение. Если в стратегическом плане мы ставим задачу достигнуть определенного значения доли рынка, темпа роста продаж, внешнеторгового оборота, рыночной стоимости активов и т.п., установите и оцените, какого значения данных показателей достигла организация в настоящем при сложившемся ресурсном обеспечении и состоянии взаимоотношений с конкурентами. Видение настоящей ситуации, в определенном смысле, локально, приводит к выстраиванию тенденции в ее развитии, к формулировке гибких целей в соответствии с изменениями рыночной ситуации и возрастающими потребностями. Другими словами, выстраиваем гибкую стратегию, динамичную в применяемых средствах и постановке целевых показателей.

Таким образом, процесс планирования на основе гибких целей соединяет планирование и действия, разработку и выполнение планов, стратегию и реализацию этой стратегии, устанавливает управленческий диалог между адаптацией изменений бизнес-среды и возможностями выполнения планов.

Список использованных источников:

1. Социально-экономическое положение Республики Беларусь в январе-марте 2019 года [Электронный ресурс]. / Нац. стат. комитет Респ. Беларусь. – Минск, – 2019. – Режим доступа : www.belstat.gov.by – Дата доступа : 25.04.2019.

2. Пфлегинг, Н. Управление на основе гибких целей: как превзойти конкурентов в XXI веке / Н. Пфлегинг. – М.: Белый город, 2009. – 279 с.

3. Валевич, Р.П. Внедрение сценарного подхода в систему стратегического планирования – функциональный ресурс инновационного менеджмента / Р.П. Валевич, А.В. Владыко// Система “наука-технологии-инновации”: методология, опыт, перспективы: Сборник материалов международной научно-практической конференции НАН Республики Беларусь. - 2016г. – С. 347-351.

4. Ансофф, И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М., 1989 // Электронная публикация: Центр гуманитарных технологий // [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа : 20.02.2012. URL: https: //gtmarket.ru/laboratory/basis/4155. – Дата доступа : 25.04.2019.

5. Тейлор, Фр. Принципы научного менеджмента / Ф. Тейлор. - М., 1991 // Электронная публикация: Центр гуманитарных технологий // [Электронный ресурс]. – 2019. - Режим доступа : https://gtmarket.ru/laboratory/basis/3631/3632. – Дата доступа : 26.04.2019.

6. Владыко, А.В. Методологические аспекты формирования системы стратегического планирования / А.В. Владыко. – Научные труды Белорусского государственного экономического университета. – Минск : БГЭУ, 2017. – Вып.10. – С.99-106.

УДК 338.2:004

Жудро И.В.

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ СТАТИСТИКИ КОМПАУНДИРОВАНИЯ РЫНОЧНОЙ ЦЕННОСТИ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

фрилансер, маркетолог-экономист,
Беларусь, г. Минск
nv_mk@mail.ru

В статье обоснована комбинаторика синтеза информационных и технических инструментов монетизации маркетинговых коммуникационных интерактивных технологий. На основе эвристической оценки используемых в маркетинге статистических метрик эффективности Интернет-маркетинга выявлены уязвимые эмпирические ситуации их применения и обоснован методический подход к их коррекции.

Ключевые слова: Интернет-маркетинг, идентификация, маркетинговые коммуникации, интерактивные технологии, метрики, коррекция.

Исследование ландшафта современных проблем развития дивергентного бизнеса свидетельствуют о росте рыночной инклюзивной полезности Интернет-маркетинга в процессе создания он-лайн среды интерактивного взаимодействия продавца и покупателя посредством инициирования бизнес-контакта не только компанией с покупателем, но и покупателем с организацией на основе генерирования и генерализации трансфера коммуникационной информации. Она, в свою очередь, продуцирует высокую вовлеченность (привлечение внимания) посетителя при просмотре web-сайта и создает техническую возможность сбора, обработки и оценки информации о клиенте, учитывая персонализированные когнитивные его запросы, которые принимаются в расчет при форматировании будущих контактов с ним [1, с. 7]. Интернет-маркетинг обладает «компьютерным» потенциалом применения не только модели цепочек коммуникации «один продавец – один покупатель» (метод персональных продаж), но и модели сети кластеров комьюнити «множество продавцов – множество покупателей». Данная комбинаторика комьюнити стейкхолдеров бизнеса позволяет рассматривать собственно сеть Интернет в качестве площадки рыночного взаимодействия и суверенного их резидентства в процессе обмена маркетинговой информацией. Модель «множество продавцов – множество покупателей» весьма характерна именно для цифровых конструкций бизнеса, включая и Интернет-маркетинг. в связи с

интерактивной природой Интернета как всемирной сети.

Модель сети кластеров комьюнити «множество продавцов – множество покупателей» генерирует и генерализирует возможность, с одной стороны, для организаций, желающих передать потребителям глобальное он-лайн маркетинговое сообщение, непосредственно взаимодействовать с интерактивной средой рынка. С другой стороны, для клиентов, ищущих интересующую их бизнес-информацию, также он-лайн ее использования. Таким образом, ключевой компонентой модели сети кластеров комьюнити «множество продавцов – множество покупателей» является коммуникационная интерактивная среда комьюнити для сбора, обработки и предоставления различной рыночной он-лайн информации, которой могут воспользоваться как альтернативные суверенные потребители, так и альтернативные компании-продуценты. Указанная компонента Интернет-маркетинга позволяет оптимизировать пространственно-временные взаимодействия комьюнити стейкхолдеров бизнеса посредством использования наиболее эффективного трансфера коммуникационных интерактивных технологий и достижения снижения расходов. Так, дифференциация сконцентрированности на определенном сегменте Интернет-маркетинга позволяет достигать предельной персонификации и перфекционизма контента Интернет-сайта, предоставляемого комьюнити на основе комплексного использования пакетов прикладных программ и компьютерных средств, которые интегрируются в web-страницы (формы, программные скрипты) и позволяют монетизировать инвестиции в расчете на каждый целевой сегмент индивидуальной информации.

В то же время «традиционный» маркетинг для достижения индивидуализация оферты для нескольких целевых кластеров требует значительных инвестиций и операционных расходов компании на проведение маркетинговых исследований потенциальных потребителей, селекцию, сегментирование и позиционирование своей продукции, а также на ее инвестиционно-финансовое обеспечение и логистику. Интернет-процесс определения целевых кластеров и предоставления релевантных оферт осуществляется в режиме роботизированного определения целевых кластеров и таргетирования коммерческого предложения (Automatic Offer Targeting, AOT), который основан на использовании формализованных средств информационной персонификации резидентства посетителей web-сайта (формы для регистрации типа «логин-пароль»), автоматически предлагаемого для заполнения соответствующих персональных форм коммуникации всеми посетителями Интернета, а также программных средств для обработки запросов и отнесения посетителей к той или иной категории [2, с. 56]. Распространенными интерактивными средствами Интернет-маркетинга являются: интернет-сайты (или web-сайты) компаний; онлайновые сообщества; реклама и паблик рилейшнз на других интернет-сайтах; средства продвижения продаж – виртуальные купоны, бесплатные образцы и др.

Информационное конструирование рекламной он-лайн площадки предполагает выполнение обоснование тематики роботизированного ресурса

коммуникационной полезности Интернет-маркетинга и создает он-лайновые возможности для маркетинговой капитализации целевой аудитории, которая позволяет дисконтировать максимально точный кластер покупательских мотивированных и потенциально монетизированных покупательских предпочтений. В этих целях необходимо использовать определенную статистику компаундирования коммуникационной полезности Интернет-маркетинга. Приоритетной метрикой коммуникационной полезности Интернет-маркетинга в настоящее время практикуется использование статистики уникальных он-лайн посетителей рекламной площадки, формат которых рекомендуют интерпретировать, как потенциально возможное число клиентов. Соответственно, чем больше данный показатель, тем лучше. В качестве косвенных показателей качества Интернет-маркетинга выступают глубина просмотра страниц, длительность сессии, география посетителей, точки входа и т.п. Позитивно характеризуя статистику коммуникационной полезности Интернет-маркетинга, следует признать ее рыночную уязвимость, суть которой заключается в том, что она не позволяет диагностировать реальную монетизацию коммуникационной полезности Интернет-маркетинга. Сформулированный коммуникационный недостаток присущ и другим ресурсам комьюнити Интернет-маркетинга, базирующимся на идентификации контента дефиниции «унифицированная информационная услуга», которая описывается тремя параметрами:

1) тип показа рекламы;

2) формат рекламы;

3) место размещения рекламы.

В этой связи следует констатировать правомерность применения для диагностики монетизации компаундирования коммуникационного функционала Интернет-маркетинга посредством использования стоимостных индикаторов различных типов Интернет-рекламы:

а) RI (англ. – random impressions) – показ по сайту или баннерной системе случайным образом. Измеряется в CPM (стоимость тысячи показов);

б) CI (англ. – context impressions) – контекстный показ рекламы. Измеряется в CPM (стоимость тысячи показов);

в) FI (англ. – fixedimpressions) – фиксация показов к определенной странице/разделу сайта. Измеряется в CPM (стоимость тысячи показов). В каталоге встречается в двух модификациях:

г) FIH (англ. – fixedimpressionsonthehome-page) – фиксация показов на главной странице. Измеряется в CPM (стоимость тысячи показов);

д) FIS (англ. – fixedimpressionsonthesitesection) – тысяча показов, привязанных к определенному разделу сайта;

е) FIO (англ. – fixedimpressiononother) – показ рекламы на всех страницах, кроме главной;

ж) FF (англ. – flatfee) – показ рекламы фиксированное количество времени.

При этом следует отметить, что в каталоге измерения ее стоимости за единицу времени встречаются следующие их модификации:

а) FFH (англ. – flatfeeonthehome-page) – стоимость размещения на главной странице за день (англ. – FFHD), за неделю (англ. – FFHW), за месяц (англ. – FFHM);

б) FFS (англ. – flatfeeonthesitesection) – стоимость размещения в разделе сайта за день (англ. – FFSD), за неделю (FFSW), за месяц (FFSM);

в) FFA(flatfeeall) – стоимость размещения на всех страницах в день (FFAD), в неделю (FFAW), в месяц (FFAM);

г) FFO (англ. – flatfeeonother) – стоимость размещения на всех страницах, кроме главной, в день (англ. – FFOD), в неделю (англ. – FFOW), в месяц (англ. – FFOM).

В перспективе появятся и такие форматы, как мини сайт, байрики, reach-media баннеры и др.

Из вышеизложенного вытекает, что в процессе диагностики монетизации демонстрации того или другого формата рекламы на основе использования стоимостной статистики коммуникационной полезности ее размещения в сети Интернет необходимо учитывать двойственную цель капитализации рекламного воздействия на клиента – компаундирование:

а) доходных продаж;

б) доли рынка посредством генерирования и конструирования адекватных комбинаторик коммуникационного взаимодействия систем показателей.

В этой связи следует признать, что используемые в современной практике диагностики динамики информационных коммуникаций в среде Интернет-маркетинга предлагаются различные инструменты и статистические метрики, которые не отражают действенную его монетизацию [3, с. 37].

Доказательством наличия сформулированного недостатка статистики для оценки монетизации цифрового бизнеса является тот факт, что осуществление он-лайн диагностики динамики информационных коммуникаций в среде Интернет-маркетинга с целью только накопления исчерпывающей и достаточной информации о посещаемости, просмотрах web-страниц на основе практикоприменения концепции конверсии:

а) целевых посетителей (Zi1);

б) рекламных площадок (Zi2);

в) рекламных мероприятий (Zi3);

г) целевых действий посетителей сайта (Zi4) не позволяет идентифицировать их капитализацию.

Данное замечание касается и других аналогичных характеристик сайта, а также графоаналитической интерпретации полученной информации. Отсутствие учета монетизации имеет место и при диагностике динамики эффективности рекламной кампании сайта на каждой стадии информационных коммуникаций в среде Интернет-маркетинга на основе использования и нижеприведенных статистических метрик.

Так, индикатор осведомленность (англ. – AW) пользователя web-страниц (сайта), который определяется как соотношение осведомленных пользователей и целевой их аудитории, позволяет выяснить только внешнее, пассивное рекламное взаимодействия пользователя с рекламой или сайтом.

Игнорирование монетизации имеет место и при использовании таких количественных метрик как:

- количество показов рекламы (англ. – AdImpression);
- количество показов рекламы уникальным пользователям (англ. – ADreach-охват);
- среднее количество показов рекламы уникальному пользователю (англ. – ADfrequency = AdImpression / ADreach).

Не учитывается монетизация и при диагностике активней фазы взаимодействия пользователя (привлечения) с рекламой посредством расчета количественной метрики – кликабельность (англ. – CTR, click-through rate), которая определяется как соотношение количества пользователей, которые «кликнули» на рекламу, к общему числу пользователей, которым она была продемонстрирована. Этот недостаток имеет место и при оценке эффективности контактных коммуникаций комьюнити, используя метрику его контактабельности, которая определяется как соотношение количества посетителей к пользователям, «кликнувшим» на рекламу.

В целях оценки действенности каждого рекламного направления для комьюнити важно наряду со статистикой тотально привлеченных посетителей диагностировать их маркетинговую «ценность» с позиции рекламодателя. Маркетинговая «ценность» посетителя в определенной мере можно определить двумя типами метрик: персонализированными и поведенческими. Персональные ценности определяются по IP-адресу, по заполнению анкет, а также количеству заказов. Поведенческие характеризуются такими метриками, как глубина информационного мотива (сколько и какие страницы сайта были просмотрены), обратная связь (количество писем к рекламодателю, сообщений в форуме, подписка на новости и др.). Для оценки экономической эффективности Интернет-маркетинга целесообразно использовать метод многомерного компаративной (сравнительной) аналитики адекватной системы метрик его монетизации и на этой основе м проводить рейтинговую диагностику всех стадий и мероприятий продвижения продуктов в Интернете.

Таким образом, можно заключить, что обстоятельная компаративная оценка приведённых выше наиболее используемых в маркетинге статистических метрик коммуникационной полезности Интернет-маркетинга позволила выявить два уязвимых их информационных последствий для комьюнити.

Первое уязвимое положение интерактивного взаимодействия посетителя сайта с рекламодателем заключается в том, что оно в большей степени доступно для маркетолога как «слепое» или очень вероятностное состояние, которое не позволяет ему точно установить покупательскую мотивированность клиента как интернет-пользователя.

Второе уязвимое положение методического обеспечения диагностики интерактивного взаимодействия посетителя сайта с рекламодателем заключается в том, что оно не искажает число подлинных пользователей-покупателей. В этой связи, следует констатировать, что ключевым драйвером действенности каждого рекламного инструмента является исследование

статистики повторных действий интернет-пользователей с целью повторных покупок, которые свидетельствуют о высокой активности их в интерактивных сервисах. Для более точного вычисления числа подлинных и мотивированных пользователей-покупателей Интернет-маркетинга следует подвергать логарифмированию значения всех исходных данных при количественного измерения практикоприменяемых статистических метрик.

Список использованных источников:

1. Амблер, Т. Практический маркетинг: учеб. пособие / Т. Амблер. – СПб.: Питер, 2013. – 256 с.

2. Безуглая, В.М. Внешнеэкономическая деятельность: курс лекций / В.М. Безуглая. - Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2013. – 80 с.

3. Дейян, А. Реклама: учебник / А. Дейян. – М.: ИНФРА – М, 2012.– 421с.

УДК 330.378.013

Жудро М. М.

ДИЗАЙН ДИАГНОСТИКИ ВЫСОКОМОТИВИРОВАННОЙ ГОТОВНОСТИ РЕСПОНДЕНТОВ ПРИОБРЕТАТЬ ТОВАРЫ КОМПАНИИ

к.э.н., доц.
ГУО «Могилевский институт образования»,
Беларусь, г. Могилев
gudro_mm@mail.ru

В статье обоснованы методические преимущества предлагаемой динамической концепции разработки маркетинговой стратегии глобального роста высокотехнологичных организаций в условиях цифровой экономики: «исследование – идентификация – оценка – развитие – продажи». Доказана научно-практическая состоятельность разработанной и предлагаемой гибридной методики обоснования и внедрения в деятельность высокотехнологичных организаций маркетинговой стратегии в условиях цифровой экономики.

Ключевые слова: дизайн, высокотехнологичность, цифровая экономика, взаимодействие, рынок, глобальный рост.

В ходе исследований обоснована необходимость трансформации существующей концепции обоснования маркетинговой стратегии «анализ – прогноз – разработка сценария», ориентированной на традиционный бизнес, в динамическую концепцию разработки маркетинговой стратегии глобального роста высокотехнологичных организаций в условиях цифровой экономики: «исследование – идентификация – оценка – развитие – продажи». Реализация предлагаемой концепции возможна на основе практикоприменения разработанной и предлагаемой гибридной методики обоснования и внедрения в деятельность высокотехнологичных организаций маркетинговой стратегии в условиях цифровой экономики. Суть этой методики сводится к гибридному использованию экспертных и эмпирических методов исследования стратегического глобального положения и оценки стратегических глобальных альтернатив эффективного функционирования высокотехнологичного бизнеса

на основе привлечения инвестиций в освоение инновационного производства новых товаров и услуг, сервиса, бизнес-процессов обеспечивающих признания и развитие восприятия и познания потенциальным покупателем более высокой их технологичности, функциональности, экономичности и эмоциальности, чем у конкурентов.

Апробация предлагаемой гибридной методики обоснования и реализации инновационной динамической концепции разработки маркетинговой стратегии в деятельности высокотехнологичных организаций в условиях цифровой экономики позволила установить необходимость оценки стратегического глобального положения и обоснования стратегических глобальных альтернатив управленческих решений и протекания отдельных бизнес-процессов на основе использования парадигмы «конкурентоспособность производства инновационных товаров и услуг и удовлетворение платежеспособного высокомотивированного и спроса потребителя» [1].

Реализация предлагаемой парадигмы предполагает использование рекомендуемой методологической маркетинговой платформы разработки гибридного маркетингового иструментария экспертной и эмпирической оценки стратегического глобального положения и обоснование стратегических глобальных альтернатив деятельности высокотехнологичной организации. Ключевым компонентом его выступает не только практикоприменяемая в Республике Беларусь концепция маркетинга 4Р: 1Р) товар (product); 2Р) цена (price); 3Р) распределение (place) и 4Р) продвижение (promotion) или в странах ЕС, США концепция массмаркетинга 4С: 1С) cost (затраты для потребителя); 2С) customer needs (нужды потребителей); 3С) convenience (удобство для потребителя) и 4С) communication (коммуникации), а предлагаемая брендмаркетинговая концепция 4Р (brandmarketing concept 4P):

1Р) предпочтения клиента, потребителя (preferences customer, consumer);

2Р) произведенные конкурентные ценности – премиум-цена (values – premium-price);

3Р) процессы эффективного маркетингового взаимодействия продавца и покупателя (эффективные маркетинговые управленческие решения): персонификация, презентация, премиум бизнес-сервис (process of effective marketing communications: personal, presentation, premium biznesservis);

4) прибыль маркетинговая (profit marketing).

Суть предлагаемой концепции маркетинга заключается в обосновании фундаментальных основ исследования рейтинга стратегического глобального положения и оценки стратегических глобальных альтернатив эффективного перспективного функционирования высокотехнологичных организаций в условиях цифровой экономики, который предполагает удовлетворение не потребностей покупателя (потребителя) в тех или иных ценностях, содержащихся в соответствующих товарах, услугах, а предпочтений покупателя (потребителя) к тем или иным ценностям, впечатлениям, ожиданиям, воспоминаниям, содержащихся в соответствующих преимущественно брендпродукте, брендуслуге и лимитированных товарах, услугах [2].

Тем самым, предлагаемая концепция маркетинга в отличие от существующей позволяет идентифицировать социально-экономический и маркетинговый портрет высокомотивированного и платежеспособного покупателя, оценить потенциальные покупательские мотивы, предпочтения и условия их реализации, тенденции и разработать инструменты развития покупательского поведения населения с дифференцированными доходами.

Это обусловлено тем, что в условиях цифровой экономики отсутствие бренда компании, товара, услуги практически исключает развитие высокотехнологичного бизнеса.

Данное требование высококонкурентного рынка возможно выполнить на основе:

– во-первых, идентификации и развития дифференцированных покупательских предпочтений к тем или иным ценностям (функциональным, технологическим, техническим, социальным и др.), которые содержатся в реализуемых товарах, услугах;

– во-вторых, удовлетворения дифференцированных покупательских предпочтений в товарах или услугах, которые произведены (выполнены) в результате генерирования и создания новых, инновационных ценностей для их потребителя;

- в-третьих, в условиях глобализации и неустойчивости внешней среды недостаточно ограничиваться только указанными выше маркетинговым инструментом традиционные «покупательские предпочтения», а следует создавать новые их конструкции на основе генерирования и реализации конкурентных преимуществ в процессе инвестирования производства инновационных товаров и услуг по сравнению с организациями-конкурентами на мировом рынке;

- в-четвертых, исследования позволяют констатировать, что итоговым результатом инвестиционной, инновационной производственной, финансовой, логистической и маркетинговой деятельности следует рассматривать такое удовлетворение дифференцированных покупательских предпочтений, которое обеспечивает сравнительно больший объем маркетинговой прибыли, чем у высокотехнологичных конкурентов-организаций в результате обоснования, принятия и реализации адекватных гибридных (производных «физического» и «искусственного» интеллекта) маркетинговых стратегических управленческих решений (процессов).

При этом вместо приведенных выше существующих моделей и матриц, характеризующих отдельные бизнес-процессы: инновационные, инвестиционные или маркетинговые и др., следует рекомендовать следующие методы и ключевые сбалансированные маркетинговые метрики признания и развития восприятия и познания потенциальным покупателем более высокой рыночной ценности технологичности, функциональности, экономичности и эмоциальности товаров, услуг организации-продавца, чем у конкурентов:

1) метод экспертного измерения четырех разработанных ключевых частных индикаторов:

а) «информированность» (Iи);

б) «лояльность» (Iл);

в) «высокомотивированный и платежеспособный спрос» (Iмпс)

г) «бренд» (Iбр).

2) метод эмпирического измерения четырех разработанных ключевых частных индикаторов:

а) «рост глобального рынка» (Iгр);

б) «рост глобальных продаж организации» (Iрпр);

в) «рост капитализации» (Iрк) и г) «рост инвестиций» (Iри).

Информационно-маркетинговый блок вопросов экспертного метода, который дает возможность получить подлинную и действенную информацию о маркетинговом и социально-экономическом восприятии и познания потенциальным покупателем рыночной технологичной, функциональной, экономической и эмоциональной ценности товаров и сконструировать гибридный маркетинговый и социально-экономический портрет потенциального клиента. Потенциальные потребители отдают предпочтение таким товарам, которые включают следующие моменты:

– перечень вопросов, позволяющих выяснить какие товары определяют приоритеты высокомотивированного и платежеспособного восприятия, познания потенциальными покупателями товаров;

– перечень вопросов, позволяющих выяснить какие условия и инструменты способствуют активизации не только формирования покупательских предпочтений высокомотивированных и платежеспособных потребителей к товарам, но и их развитие;

– перечень вопросов, позволяющих идентифицировать, оценить эффективность развития маркетингового социально-экономического портрета потенциального покупателя товаров.

В качестве критерия «информированности» (Iи), потенциального покупателя следует использовать следующее содержание вопросов для респондентов: «хорошо информирован», «испытываю информационные затруднения», «не информирован» на вопрос «На сколько Вы информированы о компании, ее товарах?» и алгоритм его расчета: соотношение десятичных логарифмов количества ответов респондентов на соответствующие вопросы и общего числа ответов респондентов.

В процессе апробации предлагаемой концепции маркетинга заключается в обосновании фундаментальных основ исследования рейтинга стратегического глобального положения и оценки стратегических глобальных альтернатив эффективного перспективного функционирования высокотехнологичных организаций в условиях цифровой экономики установлен действенность модернизированного гибридного взаимодействия двух инструментов бизнеса: правило «скорректированного Парето (90/90/10)» и «XYZ». И, как следствие, последнее обуславливает применение десятичных логарифмов для коррекции полученных результатов маркетинговых исследований поведения покупателя на рынке.

Так, выявлено, что преимущественно 10% из всей совокупности респондентов являются только подлинными и действенными клиентами

бизнеса организации. Потому что первые 10% ответов респондентов выступают в качестве случайных реакций на тот или иной вопрос или действий на рынке, следующие 10% респондентов преимущественно могут рассматриваться как совпадение реакций на тот или иной вопрос или действий на рынке, следующие 10% – соответственно как проявление определенной волатильности реакций на тот или иной вопрос или действий на рынке, следующие 10% – соответственно как тенденция волатильности реакций на тот или иной вопрос или действий на рынке, следующие 10% – соответственно как неустойчивая тенденция позитивных реакций на тот или иной вопрос или действий на рынке, следующие 10% – соответственно как устойчивая тенденция позитивных реакций на тот или иной вопрос или потенциальных действий на рынке, следующие 10% – соответственно как тенденция волатильных действенных реакций на тот или иной вопрос или действий на рынке, следующие 10% – соответственно как тенденция позитивных действенных реакций на тот или иной вопрос или действий на рынке, следующие 10% – соответственно как тенденция волатильных позитивных действенных высокомотивированных и платежеспособных реакций на тот или иной вопрос или действий на рынке. следующие 10% – соответственно как устойчивая тенденция позитивных действенных высокомотивированных и платежеспособных реакций на тот или иной вопрос или действий на рынке. И только последние 10% респондентов готовы и высокомотивированы к реальному приобретению товара организации.

Такое состояние рыночного поведения клиента определяется в значительной мере технологией маркетинговых коммуникаций на основе оптимизации синтеза взаимодействия рациональности, иррациональности и когнитивности его мотиваций.

Таким образом, можно заключить, что практикоприменение разработанной и предлагаемой гибридной методики обоснования и внедрения в деятельность высокотехнологичных организаций маркетинговой стратегии глобального их в условиях цифровой экономики диктует необходимость адекватной коррекции полученных результатов маркетинговых исследований поведения покупателя на рынке.

Список использованных источников:

1. Жудро, М.М. Инновационный организационно-экономический механизм развития гибридных высокотехнологичных организаций в условиях цифровой экономики: менеджмент, бизнес, образование (теория, аналитика, инструментарий): монография /М.М. Жудро. – Могилев: МГОИРО, 2017. –222 с.

2. Жудро, М.М. Электронная экономика и актуализация приоритетного развития высокотехнологичных организаций в условиях электронной экономики / М.М. Жудро, К. Пугачевська, О.Й. Лесько і [др.] // Соціально-економічні аспекти розвитку підприємництва в Україні: колективна монографія / Під ред. д.е.н., професора О.О. Непочатенко. – Умань: Видавець «Сочінський М.М.», 2018. – 272 с. С. 18 – 23.

УДК 330.005.4

Жудро В. М.,
Кочергин И.Б.,
Рощупкина Т.В.

ИМПЛЕМЕНТАЦИЯ ПАРАДИГМЫ «МЕНЕДЖМЕНТ – 5К ZHYDROV» В ЭКОТРОНИКУ

к.э.н.
ОДО «Вимала»,
Беларусь, г. Минск
cardinal.zhydro@mail.ru
ОДО «Вимала»,
Беларусь, г. Минск
ОДО «Вимала»,
Беларусь, г. Минск

В статье выполнена комплексная оценка ключевых трендов и прогнозов развития мировой экономики и обосновано выявленное несостоятельное прогнозирование мирового финансового кризиса в 2019 году. Авторами сформулированы принципиальные свойства экотроники и предложен инструментарий имплементация парадигмы «менеджмент – 5 К ZhydroV» в экотронику.

Ключевые слова: имплементация, парадигма, менеджмент, экотроника, кризис, прогноз.

В ходе исследований установлено, что в последние 15 лет в мировой экономике наблюдается «загадочный» рост мировой экономики в среднем на уровне 2-3%, который согласно прогнозам МБ, МВФ, ОЭСР и самых различных мировых рейтинговых агентств сохраниться и в 2019 году. Суть этого «загадочности» роста заключается в том, что, с одной стороны, мировой экономике не удается его кардинально изменить. А, с другой стороны, ученые, эксперты не могут строго обосновать его причины и условия протекания, а также обосновать систему мер по его преодолению.

И, как следствие, имеет место предсказание мировых финансовых кризисов. Так, С. Джадейдж (один из 50-ти самых влиятельных людей на финансовых рынках, который консультирует правительства и королевские семьи) и Р. Кийосаки (известный гуру предпринимательства и финансовой грамотности) предрекали мировой кризис в 2018 году. По их мнению, этот финансовый спад будет глобальным и достигнет масштаба мирового кризиса 2008 года, а возможно, даже и масштаба 1929 года (начало Великой депрессии 1929-1939 гг.). При этом они в качестве доказательства констатировали тот факт, что фактической причиной кризиса выступает 84-летний финансовый цикл, согласно которому 2018 год придется на тот же этап, что и 1929 год [1].

На практике в этих условиях менеджеры, инвесторы, предприниматели сталкиваются с выбором двух сценариев ведения бизнеса: кризис может не произойти или он произойдёт и к нему нужно быть готовым. При этом, как правило, таким прогнозным сценариям перспектив мировой экосистемы доверяет большинство специалистов по прогнозированию перспективного

развития бизнеса.

В этой связи следует констатировать, что этот прогноз мирового финансового кризиса автором был опровергнут и опубликован в статье, что и подтвердилось развитием мировой экономики в 2019 году [2]. Наиболее актуальными аргументами потенциального мирового финансового кризиса выступает опыт кризисных явлений в экономике в 1998 году и 2008 году, которые, в первую очередь, негативно сказались в виде банкротства многих бизнесов и потер от инвестиций в ценные бумаги и в недвижимость в результате падения индексов ценных бумаг, уменьшения реального валового национального продукта, снижения цен на ключевые ресурсы, жилье, покупательской способности населения, обесценения национальных валют и т.д.

Констатируемое выявленное несостоятельное прогнозирование мирового финансового кризиса в 2019 году обусловлено использованием в этом случае в качестве предмета познания традиционной теории и методологии интерпретации дефиниции «экономики», согласно которой в теории и практике менеджмента бизнеса доминирует ее понимание как сферы предпринимательской деятельности в домохозяйствах и в организациях, обеспечивающей принятие решений об эффективном использовании ограниченных природных и других ресурсов в условиях конкуренции на национальном и на мировом рынке товаров и услуг.

Данная теоретико-методологическая концепция интерпретации дефиниции «экономика» базируется на вовлечении в бизнес следующих фундаментальных его факторов: 1) земля; 2) капитал:3) труд: 4) менеджмент и 5) предпринимательская деятельность, которые предполагают обоснование и принятие трех блоков управленческих решений: инвестиционные, производственные и финансовые.

В результате этого, в научной, методической и учебной литературе имеет место определенная канонизация ключевых таких маркеров ведения бизнеса как «редкость и ограниченность ресурсов», которые, безусловно, касаются преимущественно всей гаммы природных ресурсов, используемых человеком в качестве факторов производства. Однако при этом нельзя согласиться с ограниченностью такого ресурса как «знаний в виде профессиональных компетенций не только «физического», но «искусственного» интеллекта. Это обусловлено тем, что они в условиях электронной экономики интеллектуальные ресурсы генерируются и продуцируются человеком и его производным «искусственным интеллектом» в виде технологических программных комплексов (ТПК), роботов, электронных баз данных и т.д., которые как показывает практика деятельности высокотехнологичных роботизированных компаний, могут быть «произведены» в объеме и ассортименте, на который имеется платежеспособный и мотивированный спрос.

Именно, сформулированные и предлагаемые авторами принципиальные свойства экотроники как синтеза экономики и электроники, фокусируемой на проектировании, изготовлении и обслуживании продуктов с экономическими и

электронными компонентами, позволяют создавать новые цифровые социально-экономические системы с экспоненциальным ростом производительности ресурсов бизнеса. В этой связи, позитивно характеризуя предлагаемые различные конструкции менеджмента, например, конструкция «3К»: Команда, Компетенции, Капитал, следует признать необходимость их развития посредством следующей разработанной парадигмы 5С ZhydroV: 1С – competitive competencies; 2С- competitive company, team; 3С- competitive capital; 4С- cognitive computing, digital technologies, Global Positioning System, blockchain, digital contract and etc.; 5С- competitive motivated customers или на русском языке 5К ZhydroV: 1К – конкурентные компетенции; 2К – конкурентная команда; 3К - конкурентный капитал; 4К – когнитивные цифровые и компьютерные технологии; 5К - конкурентные клиенты.

Принципиальным отличием предлагаемой парадигмы менеджмента выступает интегрирование или композитность компетенций человека и электроники в бизнесе. Приоритетным фактором успешного ведения бизнеса в условиях экотроники являются конкурентные компетенции, которые в настоящее время идентифицируются как знания, умения, навыки, модели поведения и личностные характеристики, при помощи которых достигаются желаемые результаты. Важным фактором компетентности человека принято считать в настоящее время опыт, то есть сферы, где человек эти качества уже применил, включая и компетенции, которые необходимы во время кризиса.

Положительно характеризуя приведенную идентификацию дефиниции «компетенции», следует уточнить ее в следующей редакции применительно к условиям экотроники: это динамические и когнитивные конкурентные на глобальном рынке профессиональные знания, умения, навыки, модели поведения и личностные характеристики, которые обеспечивают достижение устойчивых желаемых результатов ведения высококонкурентоспособного бизнеса.

Из приведенного уточнения следует, что компетенции не ограничиваются какими-то стандартными профессиональными качествами специалиста, а предполагают наличие подлинных, действенных как формально-формализованных, так и формально неформализованных их параметров. Одно из перспективных направлений развитие компетенций вовлечения в бизнес искусственного интеллекта, роботов, цифровых технологий и их сервис. В этой связи следует необходимость уточнения существующих теоретико-методологических конструкций поведения человека, которые были сформулированы на основе достижения главной его ценности: удовлетворения еды, жилья и других базовых физиологических потребностей человека (пирамида Маслоу и др.). Это обусловлено, тем, что потенциальная возможность экотроники позволяет решать задачи удовлетворения не только рациональных базовых потребностей человека, но и его иррациональных и когнитивных предпочтений.

Конкурентная команда – это те люди, которые располагаю достаточными компетенциями и с которыми можно реализовать бизнесе 4Д: доверие, динамика, договор, деньги. То есть, имеются основания бизнес-доверия

взаимодействия, которое может быть реализовано в случаях любых кризисов. Команда в первую очередь состоит не только из близких и родных людей, но и тех успешных бизнесменов, менеджеров, которые либо уже сталкивались м подобными негативными событиями в бизнесе или потенциально готовы участвовать в ведении совместного бизнеса в кризисных условиях. То есть, это те сотрудники компании, коллеги по работе, партнеры, которые открыты к любому сценарию ведения бизнеса

Конкурентный капитал включает конкурентные активы, инвестиции и денежный поток (cash flow). Именно эти три метрики позволяют генерировать, обосновывать и реализовывать самые различные конкурентные сценарии ведения бизнеса.

Когнитивные цифровые и компьютерные технологии выступают в качестве ключевого информационно-коммуникационного и высокотехнологичного маркера квадранта взаимодействующих факторов-ресурсов: 1) электронные технические системы, устройства (компьютеры, гаджеты, дроны, роботы и т.д.); 2) электронные технологии (англ. digital computing technologies) или программы; 3) электронная информация или электронные базы данных (англ. big data и 4) электронные глобальные сети (интернет, система глобального позиционирования (GPS англ. Global Positioning System). блок-чейн и др.) позволяет наделить информацию в бизнесе золотой триадой рыночных ее свойств: 1) актива; 2) товара и 3) ресурса.

Конкурентные клиенты приставляют собой носителей рыночных высокоплатёжеспособных и высокомотивированных покупательских предпочтений, которые определяют успех транзакций. В этом случае заниматься электронной экономикой или экотроникой – значит принимать физическими и производными «искусственного» интеллекта субъектами бизнеса оптимальные управленческие экономические решения об использовании ограниченных природных и неограниченных ресурсов, включая и информацию, в условиях конкуренции и глобализации для удовлетворения платежеспособного и мотивированного спроса покупателей.

Таким образом, по своей сути предлагаемая имплементация парадигмы «менеджмент – 5 k Zhydro V» в экотронику предполагает создание «умных» бизнесов, которые знают об их «физическом» и «искусственном» окружении и могут принимать оптимальные управленческие решения. Интеллектуальные технологии, машины как активы, товары, ресурсы также включают в себя оборудование, которое не выглядит роботизированным, но ведет себя как робот, поскольку оно может быть запрограммировано на проведение определенных движений, которые достигают целей. Запрограммированная лента конвейера может быть умной программируемой машиной - роботом. Эти интеллектуальные технологии, машины как активы, товары, ресурсы представляют собой сложное оборудование, состоящее из нескольких частей: самой механической системы, чувствительности и приведения в действие, систем управления и программного обеспечения. Разработка и вовлечение этих интеллектуальных технологий, машин как активов, товаров, ресурсов включает в себя весь спектр дисциплин, включенных в экотронику.

Список использованных источников:

1. Латенко, А. Финансовый кризис 2018 года: как к нему подготовиться? [Электронный ресурс] / Режим доступа: https://5sfer.com/22958-finansovyy-krizis-2018-goda-kak-k-nemu-podgotovit-sya.html – Дата доступа: 03.01.2018.

2.Жудро, В.М. Теоретико-методические аспекты новеллизации маркетинговых исследований экотроники компаний / В.М. Жудро // Становлення механізму публічного управління розвитком сільських територій як пріоритет державної політики децентралізації: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (Житомирський національний агроекологічний університет, 4 грудня 2018 р.) .) / редкол.: О. Скидан, Ю. Лупенко [и др.]. – Житомир: ЖНАЕУ, 2018. – С. 116 – 119.

УДК 358.8

Карпеко О.И.,
Трушкевич Н.Л.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ЛИЧНЫХ ПРОДАЖ

к.э.н., доц.
УО «Белорусский государственный экономический университет»,
Беларусь, г. Минск
асс.
УО «Белорусский государственный экономический университет»,
Беларусь, г. Минск
nata3471238@yandex.ru

Рассмотрены новые направления информационных технологий и их широкое применение в практике личных продаж. Особое внимание было обращено на удешевления одного из самых дорогих способов продвижения товаров и услуг на рынке благодаря использованию цифровых технологий. Показаны возможности максимального приближения содержания современных форм личных продаж к классическим без потери ключевого элемента.

Ключевые слова: личные продажи, цифровые технологии, платформы, вебинары, мессенджеры

Процесс развития цифровой экономики в нашей стране уже является реальностью. Об этом свидетельствуют уже многие факты, имеющие место в практике работы общегосударственных органов управления, предприятий и учреждений. Формируется нормативно-правовая база цифровой экономики. Декрет № 8 Президента Республики Беларусь "О развитии цифровой экономики" создает беспрецедентные условия для развития ИТ-отрасли и дает серьезные конкурентные преимущества стране в создании цифровой экономики XXI века. В Беларуси создана особая экономическая зона в виде парка высоких технологий со специальным налогово-правовым режимом для развития ИТ-бизнеса. Это своего рода экспериментальная база отработки цифровых технологий для новой экономики. Ощутимый вклад в формирование цифровой экономики вносят многочисленные ИТ-компании и инновационные предприятия. К числу приверженцев цифровых технологий относятся и

субъекты рекламного рынка страны, который имеет хорошие перспективы роста в условиях рыночной экономики. Уникальными можно считать решения рекламистов, воспользовавшихся возможностями высоких технологий и создавших запоминающиеся оригинальные рекламные продукты, как воздушные шары и планеры с рассыпающимися разноцветными листовками, реклама в многолюдных лифтах с виртуальным покрытием полов в виде фотографий с высоты птичьего полета, визуально воспринимаемые, но реально не существующие рекламные баннеры как ограждения железнодорожных путей, шампунь в искусственном водопаде, 3D-реклама в магазинах и многие другие.

Объективной необходимостью стало появление 29 июля 2014 года в стране ассоциации интерактивной рекламы которая проводит активную и целенаправленную работу по развитию рынка онлайн-рекламы.

Уже сегодня заслуживает внимания иной взгляд на процесс личных продаж, который является одним из самых эффективных инструментов продвижения товаров и услуг в промышленной среде. На чрезвычайно емком рынке B2B нашей страны и других стран, производители товаров и услуг промышленного назначения могут существенно расширить практику личных продаж благодаря уже созданной среде для их эффективного использования.

Известно, что ключевым элементом личных продаж является личный контакт продавца с покупателем. Но именно эта особенность личных продаж и делает его самым дорогим средством продвижения товаров и услуг.

Цифровые технологии позволяют осуществлять личные продажи таким образом, что они мало чем отличаются по содержанию и форме от классических. Сильной стороной классических личных продаж является то, что они позволяют использовать весь набор инструментов передачи информации о предлагаемых товарах и услугах потенциальным покупателям Переход к цифровой информации не ухудшает возможности ее передачи, а, наоборот, по большинству параметров существенно их увеличивает. Создана новая группа оборудования и инструментов, широко используемых физическими и юридическими лицами, как в повседневной жизни, так и в предпринимательской деятельности. Появились целая группа небольших устройств, называемых гаджетами, которые обеспечивают комфортные условия жизнедеятельности человека, дают возможность получения информации в любых объемах, любом месте и в любое время. Кроме стационарного оборудования большую популярность приобретают мобильные устройства. Современные цифровые фотоаппараты, видеокамеры, телевизоры, телефоны, планшеты, мультимедийные установки, виртуальные электронные доски, оптические провода, интернет-оборудование, интернет-технологии, мобильные приложения являются той благоприятной средой, в которой можно осуществлять персональные продажи, максимально приближенные к классическим, но со значительно меньшими усилиями и затратами. Причем в диалог включаются не только люди, но и вещи.

Уже создано много компьютерных программ и платформ, которые являются доступными для всех пользователей, причем многие из них

предоставляются безвозмездно. Так, несомненный интерес для деловых людей представляет веб-сервис Blinger, способный помочь бизнесу упростить поддержку клиентов и ведение продаж при помощи таких мессенджеров, как WhatsApp Messenger, Viber, TelegramMessenger, FacebookMessenger и ВКонтакте. Blinger позволяет установить на сайт виджет с мессенджерами для приема обращений клиентов в Helpdesk или CRM, сократить поток SMS с помощью API и добавлять новые интеграции.

Genesys - поставщик платформ, которые обеспечивают первоклассное обслуживание клиентов, помогают создавать продуманные маршруты и выстраивать долгосрочные отношения с ними. Ведущие решения от Genesys позволяют реализовать омниканальное обслуживание как в локальной, так и в облачной среде. Они расширяют возможности взаимодействия с клиентами и делают его гибким и удобным для обеих сторон.

LiveTex - профессиональный сервис для омниканального обслуживания клиентов и повышения продаж при помощи цифровых каналов. Он позволяет общаться с посетителями сайта в чате в реальном времени и отвечать клиентам моментально, а также автоматически вовлекать их в диалог.

Новые мессенджеры стали популярным средством межличностной коммуникации. Так, на подготовительном этапе персональных продаж все более широко используются текстовые сообщения вместо голосовых, что явилось следствием складывающейся тенденции увеличения доли текстовых сообщений в межличностных коммуникациях. Все большее количество людей прибегает к текстовым сообщениям через мобильные устройства вместо голосовых. Это важно для персональных продаж, так как с помощью голосовых сообщений становится все труднее установить контакт с деловыми людьми, особенно топ-менеджерами, интенсивность работы и занятость которых постоянно возрастает.

Реальная практика персональных продаж с использованием цифровых технологий имеет место при проведении вебинаров. В данном случае общение с потенциальными покупателями ведется при помощи web-технологий в режиме прямой трансляции. Вебинары заслуживают пристального внимания, так как результативность работы в данном случае очень высока, практически каждый пятый участник вебинара становится покупателем, то есть показатель конверсии достигает 20%, существенно сокращается длительность процесса продаж.

Вебинары в настоящее время используются в основном для продвижения и продаж программных продуктов, банковских, страховых, образовательных и туристических услуг. Самый большой рост вебинаризма наблюдается в Азиатско-Тихоокеанском регионе, а также на Европейском рынке. Североамериканский рынок демонстрирует признаки раннего насыщения. В разработке приложений для вебинаров лидируют Cisco (WebEx), Citrix Online, Microsoft. На российском и белорусском рынках инструментарий вебинаров используется пока явно недостаточно. В Беларуси имеется опыт проведения вебинаров РУП «Центркурорт», «Белинтурист», Республиканским институтом инновационных технологий Белорусского национального технического

университета, другими учреждениями образования, а также в библиотечном деле.

Нам представляется, что незаслуженно игнорируются достоинства вебинаров представителями рынка B2B, для которого личные продажи по критерию значимости и результативности находятся на первом месте среди всех применяемых инструментов продвижения.

Настоятельно рекомендуется использование вебинаров для продвижения сложных для понимания покупателями товаров и услуг. Потребитель желает научиться пользоваться сложным изделием до его приобретения. В условиях вебинара это легко достигается.

Вебинары должны играть первостепенную роль в формировании у потребителей положительного отношения к высоким технологиям. У потребителей недостаточно информации о нанотехнологиях, которые уже используются в нашей стране. А главное недостаточно знаний о возможных отрицательных последствиях использования нано-продуктов и ГМО. В то же время белорусские производители все настойчивей выводят на рынок инновационные товары и услуги. Так, белорусские селекционеры вывели красно-фиолетовый картофель, в исследовательских организациях и лабораториях созданы новые лекарственные препараты на основе продукции трансгенных животных. А опросы потребителей свидетельствуют, что положительное отношение к ГМО наблюдается только у 40-50% населения страны. Крайне негативно сказываются на имидже производителей высокотехнологичных товаров факты снятия их с производства и выведения с рынка. Особенно это касается лекарственных препаратов.

Связи с общественностью производителей товаров и услуг промышленного назначения также могут быть успешными благодаря проведению вебинаров для различных аудиторий.

Инструментарием вебинаров могут воспользоваться общегосударственные и местные органы управления, промышленные ассоциации, различные объединения предпринимателей, общественные организации для проведения форсайтов, потребность в которых давно назрела в Беларуси. Вебинары в данном случае позволят вовлечь в обсуждение актуальных для общества проблем ученых, представителей власти, бизнеса и населения. Это будет способствовать достижению консенсуса между перечисленными субъектами, что положительно скажется на реформировании и развитии экономики.

Использование и развитие предприятиями современных цифровых технологий является новым трендом в развитии коммуникаций между бизнесом и клиентом и открывает колоссальные возможности для повышения эффективности компании, удобно технически и выгодно с экономической точки зрения тем, что поддержка пользователей может осуществляться при минимальных издержках.

Список использованных источников:

1. Мясникович ожидает колоссального эффекта от декрета о развитии цифровой экономики [Электронный ресурс]. Режим доступа:

https://www.belta.by/economics/view/mjasnikovich-ozhidaet-kolossalnogo-effekta - ot-dekreta-o-razvitii-tsifrovoj-ekonomiki- 282008-2017// - Дата доступа: 26.02.2019

УДК 330.341:338.242

Князькова В.С.

ПРИМЕНЕНИЕ ИНДЕКСА ДЖИНИ ДЛЯ ОЦЕНКИ ВЕЛИЧИНЫ ЦИФРОВОГО РАЗРЫВА

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

В статье рассмотрены аспекты использования индекса Джини для расчета величины цифрового разрыва. Предлагается использовать данный инструментарий для определения неравенства использования современных информационно-коммуникационных технологий.

Ключевые слова: индекс Джини, цифровой разрыв, сеть Интернет, информационно-коммуникационные технологии.

Под цифровым разрывом мы понимаем меру различия субъектов экономических отношений (индивидов, домашних хозяйств, организаций, отраслей, стран, регионов и т.п.) в обеспеченности информационно-коммуникационными технологиями и использовании сети Интернет, вызванную взаимодействием различных факторов (экономических, социальных, технических, инфраструктурных, языкового фактора, а также фактора знаний и навыков в сфере ИКТ). Феномен цифрового разрыва стал неотъемлемой частью процессов развития информационного общества и электронной (цифровой) экономики. Для управления этим процессом необходимо прежде всего оценить величину разрыва.

Мы предлагаем использовать существующий инструментарий оценки неравномерностей развития – индекс Джини, предложенный Коррадо Джини в 1912 году в работе «Вариативность и изменчивость признака». В общем виде индекс Джини находится по формуле (1) [1]:

$$d = 1 - 2 \int_0^1 L\,(t)dt\,, \qquad (1)$$

где *L(t)* – функция Лоренца, которая выражает зависимость между долей населения t, $0 \le t \le 1$, и долей, которую составляет суммарный доход этой группы в общем доходе всего населения $0 \le L(t) \le 1$.

Величину цифрового разрыва на микроуровне при помощи коэффициента Джини можно рассчитать следующим образом:

$$G = 1 - 2\sum_{i=1}^{n} p_i \ * cumt_i + \sum_{i=1}^{n} p_i\, t_i$$

где p_i – доля *i*-ой группы в общей численности населения;

ti – доля *i*-ой группы в объеме потребления (владения, распоряжения) ресурсом цифровой экономики;

cum t_i – кумулированная (накопленная) доля потребления (владения,

распоряжения) *i*-ой группы в общей численности населения.

Покажем возможное применение предлагаемой методики для определения цифрового разрыва на микроуровне. Рассчитаем величину цифрового неравенства по числу часов, которые индивиды проводят за компьютером в рабочих либо учебных целях. Данные были получены из опроса, проведенного на кафедре менеджмента УО БГУИР. Опрос проводился по Республике Беларусь; всего было опрошено 1500 человек.

Для расчета индекса Джини все респонденты были разделены на шесть групп. К первой группе были отнесены респонденты, которые не используют компьютер вообще; ко второй группе были отнесены респонденты, которые используют компьютер в рабочих или учебных целях от 1 до 2-х часов; к третьей – от 3-х до 4-х часов; к четвертой – от 5-ти до 6-ти часов; к пятой – от 7-ми до 8-ми часов; к шестой – свыше 8-ми часов (при расчете общего фонда времени среднее количество часов, которые респонденты в данной группе используют компьютер в рабочих или учебных целях, было принято равным 10). Отметим, что численность индивидов в группах сопоставима (таблица 1). В таблице 1 содержатся данные по численности групп, а также исходные данные для расчета индекса Джини по указанным шести группам.

Таблица 1 – Исходные данные для расчета индекса Джини

Номер груп-пы	Числен-ность группы	Доля населения	Доля от общего числа часов	Накопленная доля населения	Накопленная доля использова-ния времени
1	369	24,6	0	24,6	0
2	330	22,0	9,1	46,6	9,1
3	272	18,1	17,3	64,7	26,4
4	181	12,1	17,8	76,8	44,2
5	187	12,5	26,5	89,3	70,7
6	161	10,7	29,3	100	100

Подставив значения в формулу (2), получим индекс Джини равный 0,5. Графическая интерпретация индекса Джини (кривая Лоренца) приведена на рисунке 1.

В практике использования индекса Джини считается, что значения индекса Джини большие, чем 0,3–0,4 свидетельствуют о высоком неравенстве [2]. Таким образом, можно с уверенностью говорить о том, что в Республике Беларусь существует высокий цифровой разрыв по времени, которое индивиды используют компьютерные технологии в рабочих либо учебных целях. Собственно, анализ ответов респондентов также показал наличие цифрового разрыва по данному показателю. Однако количественно оценить его (то есть определить степень, величину разрыва) возможно только при помощи специальных методик, оценивающих неравномерность распределения ресурсов в обществе, в частности, при помощи предлагаемой методики с использованием индекса Джини.

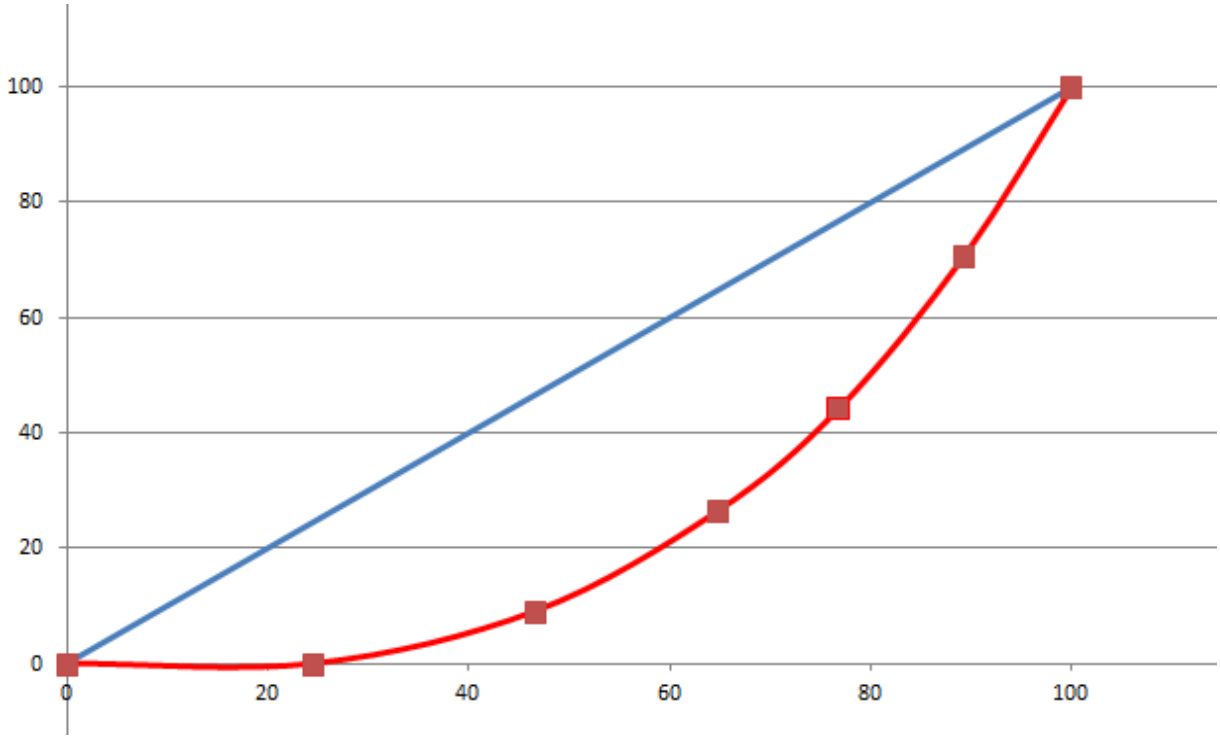

Рисунок 1 – Кривая распределения времени, проводимого за компьютером в рабочих либо учебных целях, населением Республики Беларусь

Таким образом, предлагаемая методика оценки цифрового разрыва с использованием индекса Джини позволяет количественно оценить величину цифрового разрыва; наблюдать изменение цифрового разрыва во времени; проводить межрегиональные (межстрановые и т.п.) сравнения по значению цифрового разрыва на отраслевом уровне и микроуровне.

Список использованных источников:

1. Меркулова, Т. В. Энтропийный подход в анализе распределения доходов в обществе [Электронный ресурс] / Т. В. Меркулова, А. А. Янцевич // Економіка: реалії часу. – 2014. – № 4. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/entropiynyy-podhod-v-analize-raspredeleniya-dohodov-v-obschestve. – Дата доступа: 16.11.2018 г.

2. Шмерлинг, Д. С. Градуировка коэффициента Джини (Памяти В. И. Арнольда (1937–2010)) [Электронный ресурс] / Д. С. Шмерлинг // Социологические методы в современной исследовательской практике : сб. ст., посвящ. памяти первого декана фак. социологии НИУ ВШЭ А. О. Крыштановского / Нац. исслед. ун-т «Высш. шк. экономики», Ин-т социологии Рос. акад. наук ; отв. ред. О. А. Оберемко. – М., 2011. – Режим доступа: https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/folder/160e1lsh3p/direct/92098360. – Дата доступа: 22.02.2019.

УДК 658.5:005.334

Кузнецова Т.В.

СТРАТЕГИИ ИНТЕГРИРОВАННОГО УПРАВЛЕНИЯ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК

к.э.н., доц.
Белорусский государственный экономический университет,
Беларусь, г. Минск
Kuznet121@mail.ru

Состав и характер мероприятий, связанных с управлением материальными и информационными потоками, циркулирующими между субъектами цепи поставок, определяются конкретной стратегией управления.. В данной статье будут рассмотрены основные стратегии интегрированного управления и координации в цепях поставок.

Ключевые слова: статегия точно вовремя, точно в последовательности, Kanban, VMI, эффективное клиентоориентированное реагирование, совместное планирование, прогнозирование и приобретение материалов, индекс глобальной интеграции DHL.

Стратегия интегрированного управления цепью поставок – это комплекс мероприятий по интегрированному планированию и управлению сквозными материальными и информационными потоками в цепи поставок для обеспечения лучшего предложения товаров и услуг потребителю.

Все современные стратегии управления и технологии координации в цепях поставок основаны на синхронизации бизнес-процессов участников цепи поставок с использованием информационных технологий. Впервые данный принцип был применен в концепции JIT (Just in Time - точно вовремя), что нашло отражение в синхронизации объемов и качества поставок в соответствии с оперативными потребностями производства, интегрированной обработке информации, сегментации производства и поставок, синхронизированных с производством.

Концепция JIT нашла применение главным образом в автомобильной промышленности, при этом одной из основ JIT является классификация материалов по объему потребления или доходности (ABC классификация), по стоимости единицы товара, физическому объему (HML классификация - H – High (высокий), M- Medium (средний), L – Low (низкий)), по ритмичности спроса (XYZ классификация). Для концепции JIT в первую очередь подходят материалы группы ALX.

Концепция JIS (Just-In-Sequence - точно в последовательности) является расширением JIT, при этом комплектующие поставляются не только точно вовремя, но и согласно заданной фокусной компанией последовательности выпуска конечного изделия (например, согласно чередованию партий автомобилей различной комплектации на сборочном конвейере). Применение принципов ЛТ и JIS позволило таким гигантам рынка, как Toyota, Ford, Volkswagen значительно повысить эффективность управления логистикой и производством.

В практике управления цепями поставок можно выделить две стратегии пополнения запасов, основанных на ответственности поставщиков за

своевременность поставок и наличие необходимых материалов в нужное время в нужном месте: KANBAN с ответственностью поставщиков и VMI (Vendor Managed Inventory) - запасы, управляемые поставщиком. KANBAN с ответственностью поставщиков предполагает выполнение всех работ по отслеживанию фактического потребления деталей/материалов и передаче информации о необходимости пополнения запасов непосредственно поставщиком. Для этого заключаются «рамочные» договора, в которых оговаривается общее количество поставок, время поставок и требования к качеству поставок, а также технологии изготовления и цены, и далее в объеме «рамочных» договоров осуществляются поставки по фактической необходимости в деталях. В стратегии VMI ответственность за пополнение запасов последующего звена цепи поставок переносится на предшествующее звено цепи поставок (впервые VMI был применен для пополнения запасов потребительских товаров в сети WallMart). Как и в KANBAN с ответственностью поставщиков, в стратегии VMI ответственность за наличие необходимых материалов лежит на поставщиках. Поставщик сам определяет время и объем поставок исходя из данных об уровне запасов и прогнозах потребления товаров. Для достижения эффекта от использования VMI необходимо как внедрение соответствующих информационных технологий, так и реинжениринг бизнес-процессов и методов планирования. Отдельно должны рассматриваться вопросы надежности партнеров. Среди недостатков применение стратегии VMI можновыделить высокую вероятностью экономической зависимости от поставщика. Успех данной стратегии зависит от готовности последующего в цепи звена делиться своей отчетностью.

Стратегия Quick Response (быстрое реагирование) была разработана в середине 80-х гг. в текстильной и швейной отрасли США. В основе - создание системы обмена информацией EDI (Electronic Data Interchange - электронный обмен данными) между всеми участниками, базирующейся на одноформатности обмена информацией между предприятиями. В соединении с точной маркировкой штрих-кодами концепция EDI является базой статегии Quick Response. Индивидуальный штрих-код позволяет посредством его обычного сканирования выявить, например, место фактического пребывания партии продукта, количество возвратов продукции по причине брака и т. д. QR обеспечивает быстрое реагирование предприятий на изменения предпочтений потребителей.

Стратегия ECR (Efficient Consumer Response - эффективный отклик на запросы потребителей или эффективное клиентоориентированное реагирование) тесно связана своим происхождением с другими стратегиями координации цепей поставок, прежде всего - с JIT и QR. ECR ориентирована прежде всего на оптимизацию каналов дистрибьюции и сокращение затрат, не связанных с процессом создания стоимости. ECR также подразумевает внедрение соответствующих информационных технологий, реинжениринг бизнес-процессов и методов планирования. Впервые была сформулирована консалтинговой компанией «Kurt Simon Associates» для американских дистрибьюторов продовольствия, теряющих рынок вследствие роста сегмента

дискаунтеров.

Логическим продолжением ECR стала стратегия непрерывного пополнения запаса CPR (Continuous Replenishment Program). Она включила в себя принципы ECR и заложила основы VMI в части управления запасом силами поставщика с той разницей, что в VMI дистрибьютор или розница практически полностью отстранены от принятия решения о пополении запаса, весь процесс отдан на откуп первому поставщику (tier-1). В стратегии CPR в некоторых случаях розничный или оптовый посредник формально оформляет заявку, однако это связано скорее с недостаточной интеграцией технологий в практику взаимодействия участников цепи поставок. Кроме того, пополение запаса происходит по аналогии с подачей воды из резервуара чистой воды при водоснабжении потребителей: вода в резервуар подкачивается каждый раз, когда ее количество, по мере потребления, перестает соответствовать заданному уровню, о чем сигнализирует поплавковый уровнемер. Функцию уровнемера в стратегии CRP выполняет нормируемый показатель текущего запаса.

Стратегия CPFR (Collaborative Planning, Forecasting, and Replenishment - совместное планирование, прогнозирование и приобретение материалов) основана на распределении информации (наличие товара, изменение уровня спроса, обновленные прогнозы) в режиме реального времени между всеми участниками цепи поставок (поставщиками, производителями, оптовыми и розничными продавцами, потребителями), при обнаружении тенденции изменения спроса участники цепи поставок могут предпринять соответствующие меры (уменьшить или увеличить поставки), чтобы минимизировать негативный эффект. Доверие и отсутствие боязни утечки информации – важный фактор для успешного применения стратегия CPFR.

Помимо рассмотрения вопросов интеграции отдельных предприятий, следует рассмотреть глобальную интеграцию. Компания DHL представила в в 2018 году отчет за 2015 и 2017 гг. по Индексу глобальной интеграции DHL (DHL Global Connectedness Index), который основан на детальном анализе уровня глобализации и оценивает международные потоки товаров, капитала, информации и человеческих ресурсов

Оценка трендов, связанных с глобализацией, проведена в 169 странах и территориях после проведения референдума о выходе Великобритании из ЕС и президентских выборов в США в 2016 году. Несмотря на рост антиглобалистских настроений во многих странах, глобальная интеграция достигла своего исторического максимума в 2017 году в связи с тем, что торговля, потоки капитала, обмен информацией и миграция значительно активизировались впервые с 2007 года. Серьезный экономический рост способствовал оживлению международных потоков, в то время как ключевые политические решения, такие как повышение тарифов на импорт в США, еще не были приняты. Индекс глобальной интеграции DHL 2018 представляет общую оценку процесса глобализации, а также данные по отдельным странам, основанные на таких показателях, как глубина (интенсивность) и широта (географический охват) международных связей. В пятерку самых

интегрированных стран мира в 2017 году вошли Нидерланды, Сингапур, Швейцария, Бельгия и Объединенные Арабские Эмираты. Восемь из десяти самых интегрированных стран мира находятся в Европе, которая вновь подтвердила свой статус региона с наиболее широкими международными связями, в особенности с точки зрения объемов торговли и миграции. Второй самый интегрированный регион – Северная Америка, лидирующая по потокам капитала и информации. Ближний Восток и Северная Африка занимают третью строчку в рейтинге регионов.

Согласно данным Индекса глобальной интеграции DHL, только 20% общего объема производства в мире идет на экспорт, около 7% телефонных звонков (в том числе, онлайн-звонков) – международные и всего 3% людей живут за пределами страны, где они родились. Исследование также развенчивает миф о том, что расстояния не так важны в современном мире. Большинство стран поддерживает гораздо более активное взаимодействие с соседями, чем с отдаленными государствами.

Индекс глобальной интеграции DHL продолжает фиксировать разрыв между уровнем глобализации в развитых и развивающихся странах. Развивающиеся рынки не уступают развитым в объемах торговли, однако передовые экономики в три раза более интегрированы в мировые потоки капиталов, в пять раз – в миграционные процессы и почти в девять раз – в информационные потоки. Несмотря на то, что руководство крупных развивающихся стран активно поддерживает процессы глобализации на мировой арене, в настоящее время прогресса по сокращению разрыва между развивающимися и развитыми странами в отношении глобальной интеграции не наблюдается.

Пять стран – Камбоджа, Малайзия, Мозамбик, Сингапур и Вьетнам – четыре из которых находятся в Юго-Восточной Азии, оказались более интегрированными в глобальную экономику, чем предполагалось. Эти страны выигрывают от доступа к цепочкам поставок азиатских экономик, а также от инициатив Ассоциации государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН) по продвижению экономической интеграции. Этот вывод является хорошей новостью для региона: углубление глобальной интеграции может способствовать ускорению темпов экономического роста стран.

Беларусь в рейтинге Индекса глобальной интеграции DHL в 2017 г. заняла 124 место (из 169 стран), в то время как Российская Федерация заняла 54-е место.

В соответствии с Индексом глобальной интеграции DHL страна является глобально интегрированной, если она осуществляет соответствующие размеру своей внутренней экономики объемы международных операций (можно назвать это «глубиной»), и в то же время ее международные потоки должны быть глобально распределенными, а не узко концентрированными (можно назвать это «широтой»).

По глубине интеграции Беларуь заняла 74-е место из 169. Это средний показатель, для сравнения Россия имеет более низкий показатель и находится на 118 месте. В крупных странах, таких как Россия, большая часть

взаимодействий по естественным причинам приходится на внутренние, а не на трансграничные операции. Вместе с тем, даже принимая во внимание такие факторы, как размер и удаленность от других крупнейших экономик, международные потоки России по-прежнему оказались менее прогнозируемых. По глубине импорта Беларусь занимает 88-ю строчку в рейтинге из 169 стран,опрежая Россию, которая занимает 154-ю строчку в рейтинге. Низкая глубина интеграции в обеих странах наблюдается по потокам капиталов (70-е место из 86-ти у Беларуси и 75-е у России). По глубине интеграции по исходящим потокам прямых иностранных инвестиций Беларусь находится только на102 месте из 158, в то же время Россия заняла 29-е место.

Низкий результат зафиксирован в Беларуси по торговым потокам - 142 место из 169 (Россия занимает 9-ю позицию).

Список использованных источников:

1. David Perez, H. Supply chain strategies: Which one hits the mark? / H. David Perez // Supply Chain Quarterly Magazine. – 2013. – №1.

2. Иванов, Д. А. Управление цепями поставок/ Д.А. Иванов - СПб: Изд-во Политехн. Ун-та, 2010.- 660 с.

3. Сергеев, В.И. Инновационные технологии в логистике и управлении цепями поставок / В.И. Сергеев // Сборник научных статей под ред. В.И. Сергеева. – М.: Изд-во Эс-Си-Эм Консалтинг, 2015. – 144 с.

4. DHL Global Trade Barometer // [Электр. ресурс].- Mode of access: https://www.logistics.dhl/content/dam/dhl/global/core/documents/pdf/glo-core-gci-2018-full-study.pdf / - Date of access: 20.03.2019.

УДК 334

Романова Е.С.

ЛИЗИНГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ОПЫТ И БАРЬЕРЫ РАЗВИТИЯ

к.э.н., доц.
доцент УО «Белорусский государственный экономический университет»
Республика Беларусь, г. Минск

В статье отражается динамика развития лизинговой деятельности в Республике Беларусь. Перечисляются основные факторы, сдерживающие применение лизинга в промышленном секторе, а также его возможности для обеспечения экономического роста Республики Беларусь.

Ключевые слова: лизинг, промышленность, основные средства.

В настоящее время, в период формирования инновационной экономики, проблема модернизации технологической платформы, по-прежнему, остро стоит во всех сферах предпринимательской деятельности большинства стран. Но в любой экономике есть сектора, где от скорости решения данной задачи зависит результат функционирования всей системы, возможность ее дальнейшего развития. Одним из таких секторов является промышленность, формирующая производственную и технологическую основу для других отраслей национальной экономики.

Белорусские промышленные организации постоянно осуществляют реновацию и модернизацию своих основных средств, что подтверждается данными национального статистического комитета (износ основных средств предприятий промышленности в 2010 году составлял 50,2%, в 2017 году – 40,7% [1]). Этим промышленные предприятия стремятся обеспечить не только собственную экономическую безопасность, но и повысить конкурентоспособность организаций других секторов национальной экономики. Однако темпы обновления основного капитала промышленных предприятий остаются невысокими. Коэффициент обновления в 2017 году составил 4,6%, что обусловлено использованием для финансирования инвестиций в основной капитал преимущественно собственных средств организаций (в 2017 году доля собственных средств составила 38,6%). Однако собственными средствами обеспечены в полной мере только 57,7% промышленных организаций; 21,3% промышленных организаций по итогам 2017 года являются убыточными; 14,2% организаций имеют простроченную кредиторскую задолженность. Рентабельность активов в 2017 году составила 3,2% [1].

Поэтому, в условиях острой нехватки финансовых ресурсов промышленные предприятия неминуемо сталкиваются с необходимостью поиска альтернативных источников воспроизводства основного капитала и обеспечения эффективности своей деятельности. Одним из таких источников мировой практикой признан лизинг.

Как известно, **лизинг** - это специфическая форма финансирования вложений на приобретение основного капитала при посредничестве лизинговой компании, которая приобретает по просьбе клиента право собственности на имущество с целью последующей передачи ему в пользование на определенный период в обмен на периодические платежи.

Несмотря на то, что лизинговые сделки уже более полувека являются неотъемлемой частью повседневной деятельности большинства европейских компаний, история белорусского лизинга насчитывает около 30 лет. За этот период развитие лизинговой деятельности в Республике Беларусь осуществлялось неравномерно. В девяностых годах прошлого века лизинговые сделки не носили массового характера; лизинговые компании образовывались, преимущественно, при банках, и банками ограничивался круг их клиентов; доля лизинга в ВВП не превышала 0,5%, а в инвестициях в основной капитал – 1%. Лишь, с 2002-2003 гг., после принятия ряда нормативно-правовых актов, регулирующих лизинговую деятельность, начинается ее динамичное развитие (таблица 1) [3].

Однако последствия мирового финансового кризиса, приведшие к замедлению темпов экономического роста в нашей стране, негативно отразились на деловой активности и в сегменте лизинговых услуг. Доля лизинга в ВВП и инвестициях в основной капитал, достигнув своего пика в 2011 году, к 2015 году уменьшается до 1,3% и 6,1% соответственно. Однако, после вступления в силу 1 сентября 2014 г. Указа Президента Республики Беларусь № 99 «О регулировании лизинговой деятельности»,

предусматривающего реализацию сделок потребительского лизинга (для физических лиц), ситуация изменяется в положительную сторону – объем лизингового портфеля возрастает по отношению к 2014 году на 55,6%, проникновение лизинга в ВВП повышается до 1,5%.

Таблица 1 – Динамика показателей проникновения и развития лизинга

Показатель	Значение показателя по годам										
	1999	2001	2004	2005	2007	2009	2011	2013	2014	2015	2017
Доля лизинга в ВВП, %	0,5	0,7	1,1	1,1	1,5	2,3	2,5	1,7	1,6	1,3	1,5
Доля лизинга в инвестициях в основной капитал, %	1,0	3,2	5,2	4,9	5,8	2,8	7,6	5,3	6,1	6,1	7,3

По состоянию на 23.03.2019 г. года в реестр лизинговых компаний Республики Беларусь включено 99 организации, однако фактически лизингом занимается треть от них. Лизингодателями за 2017 год заключено более 340 тыс. договоров на общую стоимость 960 млн. евро; прирост по сравнению с прошлым годом составил 88% [2].

Однако, если сравнивать текущий уровень развития лизингового рынка Республики Беларусь с зарубежными странами (таблица 2), то можно отметить его отставание как от стран-лидеров мирового лизингового рынка (США, Великобритания, Германия), так и от стран с более высоким уровнем проникновения рыночных реформ (страны Прибалтики, Польша). В то же время в сравнении с партнерами по ЕАЭС, лизинг в нашей стране более развит, хотя пока и не достиг среднеевропейского уровня развития [3].

Вместе с тем, лизинг в Республике Беларусь пока не рассматривается как серьезный источник инвестиций в основной капитал. Если в развитых странах на долю операций лизинга приходится до 30-40% реальных инвестиций в экономику (например, за 2016 г., во Великобритании – 33,7%, в Эстонии – 35,5%, в Литве – 28,1%), то в Республике Беларусь этот показатель находится на уровне 5-7% (в 2017 году он достиг своего исторического максимума в 7,8%) [2].

Таблица 2 – Индикаторы развития лизинга в отдельных странах за 2016 год

Показатель	Страна									
	Беларусь	Россия	Украина	Великобритания	Германия	США	Польша	Литва	Латвия	Эстония
Объем нового бизнеса, млрд. долл.	0,5	10,5	0,21	81,7	62,3	383,9	14,0	1,6	0,8	1,2
Доля лизинга в ВВП, %	1,15	0,82	0,23	3,11	н/д	н/д	2,98	3,72	2,74	4,97

Распространение лизинга в Республике Беларусь сдерживается как неблагоприятными макроэкономическими и инвестиционными условиями для

ведения бизнеса, так и низкой деловой активностью самих участников лизингового рынка. В числе **основных барьеров**, препятствующих развитию лизинга в Республике Беларусь, на наш взгляд, можно выделить:

1) *Недостаточный объем собственной ресурсной базы лизинговых компаний на фоне высокой стоимости кредитных ресурсов*. Доля заемных средств в финансировании лизинговых сделок в нашей стране остается высокой (53%). Это, с учетом значительных процентных ставок по кредитам (по данным Министерства экономики средняя ставка по коммерческим кредитам за 2017 год превысила 20%), значительно повышает стоимость лизинга для лизингополучателя. Вместе с тем, данные 2017 года свидетельствуют, что снижение процентных ставок по кредитам (в 2017 году в Республике Беларусь ставка рефинансирования снижена с 17 до 11% годовых) послужило мощным стимулом для развития лизинговых операций как в сегменте инвестиционного, так и потребительского лизинга.

2) *Невысокий спрос на продукты, предлагаемые лизинговыми организациями*. В целом, рынок лизинговых услуг в Республике Беларусь развивается неравномерно - в 2017 году темп роста нового бизнеса в Республике Беларусь вырос на 29% в сравнении с 2016 годом, однако в 2016 г. наблюдалось его замедление на 6%. Немаловажную роль в этом процессе сыграли следующие факторы: А) недостаточная популяризация лизинга среди предприятий малого и среднего бизнеса (как основного потребителя лизинговых услуг); Б) малая активность лизинговых компаний в привлечении новых клиентов; В) низкая диверсификация услуг лизинговых компаний. В течение практически двух десятков лет, основным видом лизинга в Беларуси, по-прежнему, остается финансовый лизинг транспортных средств. На его долю приходится порядка 47% всех заключенных договоров лизинга с юридическими и 29% с физическими лицами [2]. На белорусском рынке лизинга, к сожалению, не наблюдается сдвига в сторону оперативного лизинга. Если доля данной формы лизинга на развивающихся рынках составляет 5%, а на развитых достигает 33%, то в Республике Беларусь – не превышает 1%. Сокращаются сделки возвратного лизинга. Кроме того, практически не развиты в нашей стране сегменты розничного и вендорного лизинга; не распространены сделки с полным сервисом; единичны договора лизинга IT-оборудования.

3) *Отсутствие четкой методологии оценки и управления инвестиционными рисками лизинговых компаний*. Лизинговая деятельность является инвестиционной, следовательно, ей присуще большое количество разнообразных рисков. Обеспечение эффективной деятельности лизинговых компаний требует комплексного понимания природы возникновения рисков, их распознания и системного подхода к управлению ими. На практике же, вместо глубинного изучения инвестиционных рисков белорусские лизингодатели осуществляют лишь анализ финансово-хозяйственной деятельности лизингодателя и оценивают его платежеспособность. Это приводит к росту просроченной задолженности со стороны лизингополучателей. Так, например, в 2017 году (как и в 2016 году) все лизинговые компании имели проблемную заложенность, в то время как в 2014 году их было только 8% [2]. Разработка

методики оценки инвестиционных рисков лизинговой деятельности способствовало бы улучшению кредитного портфеля лизингодателя, снижению стоимости сделки и, в конечном итоге, положительно отразилось бы на финансовом состоянии лизинговых компаний и на развитии лизингового сектора в целом.

4) *Высокая доля государственного сектора в собственности промышленных предприятий.* По данным на 01.01.2018 года 56,3% объема промышленной продукции произведено в организациях с долей государства в уставном капитале; 14,1% - полностью государственными [1]. Такие предприятия, как правило, пытаются решать проблемы обновления капитала за счет других источников (льготные кредиты, государственные ассигнования и пр.), что не всегда на практике означает повышение эффективности их деятельности. Частный же сектор (в первую очередь, малые предприятия), являющийся основным потребителем лизинговых услуг, в промышленности Республики Беларусь развит слабо.

Помимо вышеперечисленных барьеров можно также назвать *противоречия и недоработки в законодательстве, мешающие развитию отдельных сегментов лизингового рынка; высокие тарифы на страховые услуги; низкий уровень информированности всех участников лизинговой деятельности; недостаточную государственную поддержку лизинговой деятельности; высокий уровень налогообложения; высокую конкуренцию на рынке лизинговых услуг* и пр.

Очевидно, преодоление вышеперечисленных барьеров способствовало бы как повышению эффективности деятельности лизинговых компаний (в 2017 году максимальный уровень рентабельности их активов составил 5,22%[2]), так и решению ряда проблем организаций промышленного сектора и в целом национальной экономики. В частности:

А) проведение модернизации устаревших основных средств без крупных начальных затрат и отвлечения из оборота финансовых средств;

Б) увеличение объемов производства отечественных предприятий-производителей средств производства;

В) сокращение импорта предметов потребления за счет замены его продукцией отечественного производства;

Г) создание дополнительного количества рабочих мест с высокой добавленной стоимостью;

Д) наиболее полное удовлетворение потребностей отечественных потребителей, а, следовательно, обеспечение роста качества их жизни.

Таким образом, очевидно, что формирование инновационной экономики в Республики Беларусь невозможно без проведения масштабной модернизации промышленного сектора. А это, в свою очередь, предполагает поиск дополнительных источников финансирования воспроизводства основного капитала, одним из которых и является лизинг. Для активизации использования лизинга в промышленном секторе, в свою очередь, необходимо устранение причин, сдерживающих его развитие, а, в частности, изменение институциональной среды, повышение активной роли малого и среднего

бизнеса, популяризация лизинга среди организаций.

Список использованных источников:

1. Промышленность Республики Беларусь: статистический сборник за 2017 год. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2018. – 193 с.

2. Шиманович, С.В. Белорусский рынок лизинга. Обзор 2017 / С.В. Шиманович, А.И. Цыбулько. – Минск : УП «Энциклопедикс», 2018. – 92 с.

3. Романова, Е.С. Предпосылки применения лизинга в промышленном секторе Республики Беларусь // Управление социально-экономическими системами: международная научно-практическая конференция / Вологда, 02-03 февраля 2017 г. – Вологда: ВоГУ. 2017. - С 138-144.

УДК 631.1

Ходенков А. Л.

ОБ ОЦЕНКЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ АПК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

ст. преп.
Минский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова,
Республика Беларусь, г. Минск
alhodenkov@mail.ru

В статье представлен анализ белорусской методики оценки финансовой устойчивости сельскохозяйственных организаций, выявлены ключевые проблемы использования и предложены направления ее совершенствования.

Ключевые слова: сельское хозяйство, мониторинг, финансовая устойчивость.

Понятие экономической несостоятельности (банкротство) трактуется следующим образом: экономическая несостоятельность (банкротство) – неплатежеспособность, имеющая или приобретающая устойчивый характер, признанная хозяйственным судом в соответствии с настоящим законом или правомерно объявлена должником в соответствии с требованиями законодательства [1, с. 72].

Производственно-хозяйственная деятельность организаций по-прежнему подвержена риску возникновения кризисных ситуаций. Поэтому проблема совершенствования методологических подходов к оценке финансовой устойчивости субъектов хозяйствования представляется весьма актуальным.

По данным Единого государственного реестра сведений о банкротстве на 01.02.2019 – возбужденные дела в 2019 г. (141), завершенные дела в 2019 г. (72). Дела о банкротстве – 2484, в отношении которых проводится защитный период (12), конкурсное производство (686), санация (131), ликвидация (1655). Количество должников с долей государственной собственностью (197), без государственной собственности (2287).

Причины экономической несостоятельности могут быть различными. Во многом кризисное положение предприятий является следствием накопленных проблем и неэффективного управления: наличия устаревших и изношенных

основных фондов; низкой производительностью труда; кадровых проблем; отсутствия гибкости в управлении; неэффективного финансового менеджмента.

Аграрный сектор является одной из важнейшей отраслей в Республике Беларусь. Несмотря на ряд мер, предпринимаемых государством, и имеющим положительные результаты, в развитии АПК нашей страны существуют нерешенные проблемы.

Так, согласно данным Министерства статистики и анализа Республики Беларусь, пока еще не достигнуты результаты 1990-х годов по основным экономическим показателям производства и реализации сельскохозяйственной продукции.

Эффективность антикризисных мер напрямую зависит от того насколько учитывается отраслевая специфика, от знания факторов, влияющих на финансовую устойчивость предприятия.

Отраслевая специфика для сельскохозяйственных предприятий выражается в следующем: сезонный характер производства; зависимость от природных факторов; протяженный во времени период производства сельскохозяйственной продукции; в качестве основного средства производства выступает земля; наличие большой доли неликвидного имущества.

Влияние отраслевой специфики на финансовую устойчивость сельскохозяйственных предприятий проявляется в наличии медленно и трудно реализуемых активов, в отсутствии свободных оборотных средств, необходимых для погашения текущей задолженности, и в большой доле заемных средств в источниках финансирования.

Эти особенности приводят к тому, что оборотные средства затрачиваются неравномерно; значительная часть оборотных средств концентрируются в виде производственных запасов, незавершенного производства и расходов будущих периодов.

По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, в сельском хозяйстве на 2016 г. насчитывалось 606 убыточных организаций, из которых 437 сельскохозяйственных предприятий и 169 крестьянских (фермерских) хозяйств. С 2010 г. по 2016 г. наблюдался значительный рост данного показателя (с 132-х до 606-ти единиц), что существенно отразилось на увеличении суммы чистого убытка организаций в сельском хозяйстве (с 76,9 млрд. рублей до 3970,3 млрд. рублей). Также прослеживается рост дебиторской, кредиторской задолженностей, и задолженности по кредитам и займам [2].

Повышение финансовой устойчивости должно являться одним из приоритетных направлений деятельности сельскохозяйственных предприятий, поскольку это дает ряд значимых преимуществ перед другими экономическими субъектами, в том числе и перед непосредственными конкурентами, в области привлечения инвестиций, в получении кредитов, в самостоятельном и свободном выборе поставщиков, а также в возможности нанимать высококвалифицированный персонал.

В Республике Беларусь анализ финансовой устойчивости и платежеспособности субъектов хозяйствования осуществляется на основании

постановления Министерства финансов и Министерства экономики от 27.12.2016 № 140/206 (Инструкция) [3].

Коэффициенты, используемые в качестве показателей для оценки платежеспособности, и их нормативные значения, дифференцированные по видам экономической деятельности, установлены постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 12 декабря 2016 г. № 1672 «Об определении критериев оценки платежеспособности субъектов хозяйствования» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2016 г., № 140, 5/34926) [4].

В ходе анализа для характеристики различных аспектов финансовой устойчивости применяются как абсолютные показатели, так и финансовые коэффициенты, представляющие собой относительные показатели финансовой устойчивости. Следует иметь ввиду, что в условиях инфляции ценность анализа по абсолютным показателям значительно снижается и для нейтрализации этого фактора как раз и проводится анализ по относительным показателям структуры баланса. Последние рассчитываются в виде отношений абсолютных показателей финансовой устойчивости или их линейных комбинаций.

В стране используется методика, позволяющая при помощи финансово-отчетной документации и анализа различных финансовых показателей спрогнозировать возможность банкротства организаций или же убедиться в ее стабильности (см. табл. 1).

В современных экономических условиях умение вовремя распознать и заметить неблагоприятное состояние предприятия – неотъемлемое качество каждого руководителя действующей компании. В современной экономической науке существует большое количество методик определения вероятности банкротства, которые используются многими предприятиями. Каждая из методик использует свою систему показателей для оценки финансового состояния заемщика и по-своему определяет порядок расчета этих показателей. Поэтому изучение этих методик актуально сегодня, так как позволяет понять, какие из них наиболее точно прогнозируют кризис на предприятии [6, с. 373].

По результатам обобщения теоретических и статистических материалов можно выделить следующие проблемы использования официальной методики оценки финансовой устойчивости предприятий АПК Республики Беларусь.

1. Слишком малое количество коэффициентов в системе показателей.

2. Существование функциональной зависимости между основными показателями (коэффициентом текущей ликвидности и коэффициентом обеспеченности собственными оборотными средствами).

3. Проблема достоверности нормативных значений означенных коэффициентов.

4. Отраслевая специфика учтена лишь в нормативных значениях показателей.

Таблица 1 - Оценка финансового состояния сельскохозяйственных предприятий согласно официальной методики Республики Беларусь

Оценки	Тип финансового состояния			
	устойчивое	неустойчивое		кризисное
	платежеспособность	неудовлетворительная структура баланса, неплатежеспособность	неплатежеспособность приобретает устойчивый характер	устойчивая неплатежеспособность
1	2	3	4	5
Критические значения критериев для сельхозорганизаций	Коэффициент текущей ликвидности ($K1$) ≥ 1,5. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами ($K2$) ≥ 0,2	Коэффициент текущей ликвидности ($K1$) < 1,5. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами ($K2$) < 0,2	Коэффициент текущей ликвидности ($K1$) < 1,5. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами ($K2$) < 0,2. Коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами ($K3$) ≤0,85	Коэффициент текущей ликвидности ($K1$) < 1,5. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами ($K2$) < 0,2. Коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами ($K3$)>0,85
Основания для оценки финансового состояния	Нормативы коэффициентов $K1$, $K2$ соблюдают	Несоблюдение нормативов коэффициентов $K1$, $K2$ на конец отчетного периода	Несоблюдение нормативов коэффициентов $K1$, $K2$ в течении 4-х кварталов, предшествующих составлению последнего баланса	Несоблюдение нормативов коэффициентов $K1$, $K2$ в течении 4-х кварталов, предшествующих составлению последнего баланса; $K3$ превышает 0,85

Примечание. Источник: [5]

Возникает необходимость построить такую модель диагностики финансовой устойчивости, с помощью которой можно было учесть не только влияние разнообразных факторов финансового характера, но и специфику сельскохозяйственного производства. Кроме того, модели должны разрабатываться для каждой отрасли и подотрасли (на региональном уровне), что продиктовано необходимостью учета уровня развития организационно-экономических факторов. Модели должны периодически уточняться на основании обновленных статистических данных, а также учитывать новейшие тенденции экономического развития отрасли, региона, изменения законодательства в сфере регулирования финансово-экономических отношений, бухгалтерского учета и отчетности [7, с. 101].

Принципы, на основе которых следует проводить построение кризис-

прогнозной модели оценки финансовой устойчивости сельскохозяйственных организаций, перечислены далее.

1. Учет отраслевой специфики (включение показателей, характеризующих эффективность производственной деятельности).

2. Учет фактора времени (следует сгладить различия, связанные с временным лагом, за который проводится тестирование сельскохозяйственных организаций).

3. Возможность определения на основе кризис-прогнозной модели типа финансовой устойчивости сельскохозяйственных организаций.

4. Удобство в использовании модели (простота расчета интегрального показателя и прозрачность интерпретации его значения).

Список использованных источников:

1. Ходенков, А. Л. К вопросу об экономической несостоятельности (банкротстве) в Республике Беларусь / А. Л. Ходенков // Современные инновационные технологии и проблемы устойчивого развития общества: сб. материалов VIII международной научно-практической конференции (Минск, 14 мая 2015 г.) / Минский филиал РЭУ. – Минск: Ковчег, 2015. – 254 с.

2. Сельское хозяйство Республики Беларусь, 2017: стат. сб. [Электронный ресурс] / Нац. стат. комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: http://belstat.gov.by/bgd/public_compilation/index_438. – Дата доступа: 01.02.2019.

3. Об утверждении Инструкции о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансовой устойчивости и платежеспособности субъектов хозяйствования: Постановление Министерства финансов Респ. Беларусь, Министерства экономики Респ. Беларусь, 27 дек. 2016 г. № 140/206 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс]: ООО «Юрспектр», Нац. центр правовой информации Республики Беларусь. – Минск, 2018.

4. Об определении критериев оценки платежеспособности субъектов хозяйствования: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 12 дек. 2011 г., № 1672 в редакции Постановления № 48 от 28.01.2016 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «Юрспектр», Нац. центр правовой информации Республики Беларусь. – Минск, 2018.

5. Об экономической несостоятельности (банкротстве): Закон Республики Беларусь от 13 июля 2015 г. № 415-З // Эталон-Беларусь [Электронный ресурс]: Нац. центр правовой информации Республики Беларусь. – Минск, 2018.

6. Ходенков, А. Л. Современная модель оценки вероятности банкротства / А. Л. Ходенков // Современные инновационные технологии и проблемы устойчивого развития общества: Материалы X международной научно-практической конференции (Минск, 26 мая 2017 г.); сост. В. Н. Кривцов, Н. Н. Горбачев. – Минск: Ковчег, 2017. – С. 373–374.

7. Щербатюк, С. Ю. Развитие методик диагностики финансовой устойчивости сельскохозяйственных организаций / С. Ю. Щербатюк. – Гродно: ГГАУ, 2015. – 280 с.

УДК 658.8.011.1

Чернышова И.Г.

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ В ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКЕ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

к.э.н.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск

В работе рассматриваются актуальные вопросы разработки стратегий в товарной политике предприятия, их основные принципы и составляющие. Определяются основные направления работы предприятий согласно выработанной товарной стратегии.

Ключевые слова: товарная политика, товарная линия, товарная номенклатура, товарная единица, товарный ассортимент, товарная стратегия, инновация, модификация, элиминация.

Под товарной политикой понимается деятельность, связанная с планированием, реализацией стратегий и мероприятий по формированию конкурентных преимуществ для достижения (текущих и долгосрочных) целей предприятия.

Стратегические решения в товарной политике принимаются с учетом целей предприятия, его ресурсов, возможностей рынка. В рыночных условиях предприятия самостоятельно принимают решения о производстве продукции.

Товарная линия – это группа продуктов, включающая:

- тождественные принципы функционирования;
- предназначение для одних и тех же категорий потребителей;
- поставку через однотипные магазины;
- продажу в рамках определенного диапазона цен.

Товарная линия бывает:

- короткая (предприятие может увеличить свою прибыль за счет расширения ассортимента продукции, которая входит в товарную линию);
- длинная (увеличение прибыли возможно за счет сужения ассортимента).

Увеличение товарной линии осуществляется путем удлинения или наполнения товарной линии. Удлинение товарной линии, как правило, применяется, когда предприятие ищет новые сегменты рынка и/или пытается изменить ситуацию в конкурентной борьбе в свою пользу. Это достигается благодаря освоению выпуска продукции, не производимой предприятием в настоящее время. Удлинение товарной линии может осуществляться «вниз» (выпуск более простого и дешевого товара), или «вверх» (выпуск сложного и дорогого товара), или одновременно в обоих направлениях.

Наполнение товарной линии осуществляется для более полного использования производственных мощностей и поставок на рынок товаров широкой номенклатуры. Такое увеличение длины товарной линии производится благодаря расширению ассортимента товаров данной линии.

Товарная номенклатура, как совокупность всех товаров фирмы характеризуется широтой, длиной, глубиной и согласованностью. Широта

товарной номенклатуры определяется числом товарных линий предприятия, длина – общим числом конкретных товаров фирмы, глубина – числом вариантов каждого товара определенной товарной линии, согласованность – степенью близости различных линий с точки зрения конечного использования товаров.

Товарная номенклатура должна постоянно находиться под контролем, который необходимо осуществлять на каждой стадии жизненного цикла товара, с тем, чтобы включать в нее продукты, находящиеся на разных стадиях жизненного цикла. Такая балансировка товарной номенклатуры позволяет обеспечивать стабильный объем сбыта и постоянство в получении прибыли.

Рассмотрим в таблице 1 составляющие номенклатуры продукции.

Таблица 1 – Составляющие номенклатуры продукции

Наименование	Обозначение
товарная единица	обособленная целостность, характеризуемая показателями величины, внешнего вида, цены.
товарный ассортимент	группа товаров, схожих между собой по набору выполняемых функций, характеру удовлетворения потребностей, характером распределения, диапазоном цен.
товарная номенклатура	совокупность товарных линий (ассортиментных групп) и товарных единиц, предлагаемых конкретным продавцом покупателям.

Рассмотрим на примере АО «Бежицкий хлебокомбинат» номенклатуру. Продукция ОАО «Бежицкий хлебокомбинат» достаточно разнообразна. Всего насчитывается 176 наименований различной продукции от производства хлеба до теста (таблица 2) [4, С. 223].

Таблица 2 - Номенклатура продукции АО «Бежицкий хлебокомбинат»

№	Вид продукции	Ассортимент
1	Хлебы	24
2	Булочные и сдобные изделия	110
3	Кондитерские изделия	16
4	Сухари	9
5	Тесто и полуфабрикаты	3
6	Мельничный комплекс	14
	Итого	176

Во второй колонке представлен ассортимент каждой группы товара.

Формирование товарной политики предусматривает разработку стратегии и тактики.

Товарная стратегия – долговременный курс товарной политики, рассчитанный на перспективу и предусматривающий решение принципиальных задач.

Различают следующие виды товарных стратегий:

1) стратегия инновации товара. Включает разработку принципиально нового товара, защищенного патентом и товара рыночной новизны.

Инновация товара по форме осуществления подразделяется на дифференциацию и диверсификацию товара.

Дифференциация товара представляет собой процесс разработки ряда

существенных модификаций товара, которые делают его отличным от товаров-конкурентов. Дифференциация основана на улучшении привлекательности товара за счет его разнообразия. Концептуально дифференциация – это разработка различных вариантов товарного предложения на двух уровнях: между конкурентами по однотипным товарам и между товарами одного изготовителя, ориентированными на разные сегменты рынка.

Дифференциация может осуществляться по двум направлениям: сосредоточение на возможностях своего товара (изменение упаковки, цены, вывод на вторичный рынок) и учет характера товарного предложения конкурентов (цена, каналы сбыта, имидж и т.д.).

Диверсификация товара занимает особое место в товарной политике фирмы. Она применяется, когда фирма начинает производить дополнительные товары, которые планируется предложить на новые рынки сбыта. Диверсификация выступает как эффективное средство для обеспечения роста устойчивости деятельности фирмы. При проведении диверсификации возможно изменение как товара, так и рынков или их комбинации.

В качестве инновационного товара для АО «Бежицкий хлебокомбинат» можно предложить бездрожжевой диетический хлеб с различными натуральными добавками. Это могут быть семена подсолнечника, тыквы или кунжута, специи, зелень, лук, имбирь, кориандр, сушеный базилик [5, С. 257].

2) стратегия модификации товара. Модификация товара осуществляется путем вариации и дифференциации. Вариация – это изменение параметров товара, его свойств, при этом старый товар исключается из производства. Дифференциация – изменение товара при условии, что старый товар не снимается с производства. Это позволяет учесть требования разных групп потребителей.

Под вариацией понимается, прежде всего, изменение стиля и внешней формы самого товара, его упаковки, марки товара и изменение его наиболее существенных технико-эксплуатационных свойств, характеризующих не изменение состояния товара, а изменение формы и технической оснастки. Вариация товара связана со стратегией повышения концентрации полезности потребительского эффекта от использования существующего товара конкретного назначения.

Для стратегии модификации необходимо разработать новую бумажную упаковку для существующих товаров, вместо полиэтиленового пакета. Новая бумага придаст более презентабельный вид продукции и, к тому же, является экологически чистой [4, С. 226].

Рисунок 1 – Новый вид бумажной упаковки

3) стратегия элиминации товара. Выявляются устаревшие товары и

переаттестовываются. Распродажа и снятие с производства.

Задача стратегии элиминации товара состоит в выделении таких товаров, которые выглядят сомнительными с точки зрения дальнейшей привлекательности на рынке и подлежат переаттестации. Стратегия элиминации не означает однозначного решения об уходе с рынка или закрытии производства вообще. Возможны следующие решения:

- выявление «стареющих» товаров;
- разработка мероприятий для функционирования фирмы в условиях стадии спада;
- изъятие товара из номенклатуры и продолжение деятельности с оставшимся ассортиментом;
- снятие товара с рынка.

При выборе стратегического решения необходимо учитывать то, что производство товара связано с вовлечением различных ресурсов фирмы, а также возможность глубокого изучения сложившейся ситуации, для чего могут использоваться данные учета и контроля производственно-коммерческих показателей и стратегического анализа возможной ситуации на рынке.

Список использованных источников:

1. Бабич О.В., Рогожина Ю.В. Анализ и направления развития хлебопекарной промышленности в Российской Федерации / О.В. Бабич, Ю.В. Рогожина // Экономика и предпринимательство. – 2017. - №4(2). – С. 747 – 750.

2. Багиев, Г. Л. Основы организации маркетинговой деятельности на предприятии: учебник/ Г. Л. Багиев. - СПб.: ВНТОЭ, 2015. - 240 с.

3. Игольникова, И.В. Управление ассортиментом хлебобулочной продукции в регионе: теоретический аспект / Игольникова И.В., Сидельникова А.И./ Экономика. Социология. Право. - 2017. - № 3 (7). - С. 40-44.

4. Котлер, Ф. Маркетинг: учебник для вузов/ Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 1063 с.

5. Лобанова, Ю. А. Состояние и перспективы развития хлебопекарной отрасли в Брянской области /Ю.А. Лобанова //Экономика 21 века: угрозы, возможности и превентивное управление: материалы международной научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава.-Брянск: БГТУ, 2017.-С. 222-227.

6. Лобанова, Ю.А. Управление промышленным предприятием на основе разработки эффективной товарной политики /Ю.А. Лобанова, И.Г. Чернышова //Управление социально-экономическими системами и правовые исследования: теория, методология и практика: сборник научных работ Международной научно-практической конференции преподавателей, аспирантов и студентов.-Брянск: ИЭиП БГУ, 2017.-С. 255-261.

7. Николаева, М. А. Товарная политика: учебник/ М. А. Николаева. – М.: Норма, 2015. – 255 с.

8. Соломатова А.Н. Экономика и организация деятельности торгового предприятия: Учебник/ А.Н. Соломатова. - М.: Норма, 2016. – 260 с.

УДК 658.8.011.1

Чернышова И.Г.

СУЩНОСТЬ И ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

к.э.н.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск

В работе изучена сущность товарной политики промышленного предприятия. Проведен анализ этапов разработки товарной политики. В работе рассматриваются функции и этапы разработки товарной политики в условиях конкурентного рынка.

Ключевые слова: товарная политика, товарная стратегия, инновация, стратегическая зона хозяйствования.

Товарная политика координирует и направляет деятельность товаропроизводителя или торгового посредника на рынке по сформулированному пути. Товарная политика обеспечивает преемственность решений и мер по формированию ассортимента и его управлению, поддержанию конкурентоспособности товаров на требуемом уровне, нахождению для товаров оптимальных товарных ниш, разработке и осуществлению стратегии упаковки, маркировки, обслуживания товаров.

Отсутствие у предприятия товарной политики является причиной нестабильности ассортимента, так как на предприятие действуют внешние факторы, ведущие к потере контроля над конкурентоспособностью товара.

Одной из главных функций товарной политики является обеспечение соответствие товара действующему сегменту рынка и его приспособляемость к меняющимся потребностям потребителей. Осуществление данной функции товарной политики позволяет оптимизировать расходы компании.

Необходимо отметить, что потребительские оценки имеют стратегическое значение на всех этапах разработки и совершенствования товара – начиная с составления концепции нового товара и проверки этого замысла и заканчивая его позиционированием, конструированием, производством, установлением цены, рекламированием, сбытом и техническим обслуживанием.

В связи с этим, товарная политика включает в себя проведение систематических исследований на всех перечисленных этапах, причем объектом исследования является не товар как таковой, в отрыве от конкретных рынков и конкретных потребителей. А потребитель с его запросами по отношению к данному товару, его ответные реакции на разнообразные маркетинговые мероприятия на каждом этапе продвижения товара от производителя к потребителю.

Основные цели товарной политики:

— получение прибыли;
— рост товарооборота;
— увеличение доли рынка, на котором действует фирма;

— снижение расходов на производство и маркетинг;
— повышение имиджа;
— рассеивание риска.

Достижение основных целей товарной политики осуществляется благодаря стратегическим решениям в следующих областях создания и продвижения товара:

— инновации;
— вариации;
— дифференциации;
— элиминации;
— установления и выбора марки;
— выбора упаковки, формы и вида товара.

Вследствие этого, задачами товарной политики являются: поиск и развитие новой продукции; реализация новой продукции на рынке; контроль качества продукции; мониторинг поведения новых товаров на рынке.

При введении нового товара на рынок решаются первые три задачи. Остальные задачи решаются на протяжении всего жизненного цикла продукции.

При составлении плана действий по реализации товарной политики требуется соблюдение некоторых условий:

1) наличие сформулированного перечня целей производства и сбыта продукции на среднесрочную перспективу;

2) наличие стратегии производства и сбыта продукции в соответствии с требованиями рынка;

3) четкий перечень возможностей компании в настоящем времени и на перспективу.

Управление товарной политикой предусматривает реализацию следующих функций, представленных в таблице 1.

Таблица 1 – Функции товарной политики

Функции управления	Направления товарной политики
Планирование	Формирование ассортимента продукции, принятие решений в области марки, упаковки; разработка стратегии качества, разработка инновационных проектов, планирование объемов производства, выбор целевых сегментов рынка, разработка программы продвижения товара, формирование цены
Организация	Подготовка производства к выпуску продукции, поиски путей и каналов сбыта продукции
Реализация	Производство продукции в объемах, требуемых рынком, определенного качества
Контроль	Контроль над реализацией планов с помощью соотнесения поставленных целей и достигнутых результатов; маркетинговый и экономический анализ
Корректировка	На основе проведенных анализов принятие решений в области ассортиментной политики, марочной стратегии, качества продукции, разработке новых товаров, корректировка цен

Обобщая представленные данные, выделятся следующие направления деятельности компании, осуществляемые посредством товарной политики:

1) модификация изготовляемых товаров;
2) разработка новых видов продукции;
3) снятие с производства устаревших товаров;
4) установление оптимальной номенклатуры изготовляемых изделий;
5) обеспечение наилучшего ассортимента выпускаемых товаров;
6) установление целесообразности и выявление возможностей использования товарных знаков;
7) создание необходимой упаковки и проведение маркировки товаров;
8) организация сервисного обслуживания;
9) послепродажные контакты с покупателями и потребителями.

Необходимо отметить, что все этапы формирования товарной политики и реализации товарной стратегии предприятия представляет собой отдельную подсистему, выполняющую ту или иную функцию, без осуществления которой достичь основных целей хозяйствующего субъекта не представляется возможным.

В процессе разработки товарной политики промышленного предприятия происходит формирование различных стратегических направлений реализации ассортимента предприятия на рынке. Разработка данных направлений происходит путем прохождения нескольких этапов:

1 этап –состоит из аналитической работы по оценке потребностей предприятия в товаре; происходит конкурентный анализ промышленного предприятия и общая оценка его потенциала;

2 этап – выбор стратегических зон хозяйствования (СХЗ) и определение товарных стратегий для набора СЗХ предприятия;

3 этап – формирование модели товаров и планирование структуры товарного ассортимента;

4 этап – оптимизация товарной политики предприятия.

Разработка стратегии реализации товарной политики предприятия на рынке является конечной целью исследования потребности в товаре. Для изучения это потребности проводится комплекс мероприятий, включающий:

— определение емкости рынка;
— оценку соответствия товара требованиям, предъявляемым рынком;
— сегментацию потребителей данной продукции;
— определение спроса на товар.

В результате проведенного исследования получается комплекс свойств товара, отражающих требования рынка наиболее полно.

Итак, оценка конкурентного положения позволяет выявить факторы и оценить степень ограничивающего воздействия конкурентного окружения. С этой целью выявляются основные и потенциальные конкуренты предприятия, оцениваются их сильные и слабые стороны, проводится анализ товарной, ценовой политики конкурентов.

Еще одним важным этапом является определение основных тенденций развития и степени интенсивности конкуренции на интересующем предприятие

товарном рынке, проведение исследования конкурентоспособности товаров номенклатуры предприятия в сравнении с продукцией основных и ведущих на рынке конкурентов.

Необходимо отметить, что проведение экономического анализа работы предприятия и оценки потенциала реализации стратегии товарной политики позволяет определить степень готовности предприятия к реализации планируемых направлений и стратегических рекомендаций в отношении товарной товарных единиц номенклатуры.

Так должна быть дана оценка темпов динамики объемов сбыта в разрезе видов продукции, степени загрузки производственных мощностей. Необходимым является и проведение анализа покрытия затрат, объемов производства и остатков продукции на складах предприятия. Все это позволит оценить степень адекватности продукции экономическим целям предприятия.

На основе этого происходит формирование и обоснования последующих решений по отношению к отдельным единицам его ассортиментной структуры. По итогам подробного анализа производственного и сбытового процесса принимается решение о производстве или исключении товара из производственной программы, необходимости конкретных мероприятий, стимулирующих сбыт.

Плюс к этому нужно получить оценку внутренних резервов и потенциальных возможностей предприятия при работе на анализируемом рынке, для обоснования стратегических направлений развития предприятия в рамках работы с товаром.

Выбор стратегических зон хозяйствования определяет профиль предприятия. Так, в качестве стратегических зон хозяйствования предприятий, производящих средства производства, выступают:

- отрасли промышленности,
- отрасли сельского хозяйства,
- транспорт и связь;
- отрасли производства;
- группы предприятий различных отраслей производства.

Необходимо отметить, что для предприятия, обслуживающего рынок потребительских товаров и услуг, в качестве стратегических зон хозяйствования выступают либо отдельные сегменты рынка товаров народного потребления, либо различные сочетания этих сегментов. Формирование модели товаров и плановой структуры товарного ассортимента представляет проведение работ по обоснованию системы технологических и потребительских параметров товара, обеспечивающих, во-первых, его конкурентоспособность на рынке, во-вторых, позволяющих повысить эффективность его производства на предприятии.

В результате изучения спроса на продукцию предприятия, оценке его конкурентоспособности и потенциала, компания принимает решение об изменении товарного портфеля. Происходит модификация товарного ассортимента предприятия.

Основа товарной политики – соответствие выпускаемой предприятием продукции предпочтениям потребителей. Для этого на предприятии осуществляются работы по планированию товарного ассортимента, структура которого наиболее полно отвечает рыночным требованиям.

Оптимизация товарной политики предприятия. Решения предприятия об объемах и структуре производства определяются величиной емкости рынка, результатами рыночных исследований спроса на продукцию, конкурентных условий. Однако разработанная плановая номенклатура продукции в некоторых случаях должна быть скорректирована в связи с существующими реальными ограничениями по величине производственных мощностей предприятия, наличию трудовых, производственных, финансовых ресурсов.

Кроме того, оптимизация товарной политики предприятия представляет собой также необходимое условие его деятельности в ситуации нестабильности и некоторой непредсказуемости рыночных условий.

Таким образом, в рамках этапа оптимизации товарной политики предприятия из нескольких вариантов плановой номенклатуры предприятия должна быть выбрана та, которая наилучшим образом согласует интересы предприятия с требованиями рынка.

Список использованных источников:

1. Бабич О.В., Рогожина Ю.В. Анализ и направления развития хлебопекарной промышленности в Российской Федерации / О.В. Бабич, Ю.В. Рогожина // Экономика и предпринимательство. – 2017. - №4(2). – С. 747 – 750.

2. Игольникова, И.В. Управление ассортиментом хлебобулочной продукции в регионе: теоретический аспект / Игольникова И.В., Сидельникова А.И./ Экономика. Социология. Право. - 2017. - № 3 (7). - С. 40-44.

3. Котлер, Ф. Маркетинг: учебник для вузов/ Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 1063 с.

4. Лобанова, Ю.А. Управление промышленным предприятием на основе разработки эффективной товарной политики /Ю.А. Лобанова, И.Г. Чернышова //Управление социально-экономическими системами и правовые исследования: теория, методология и практика: сборник научных работ Международной научно-практической конференции преподавателей, аспирантов и студентов.- Брянск: ИЭиП БГУ, 2017.-С. 255-261.

5. Николаева, М. А. Товарная политика: учебник/ М. А. Николаева. – М.: Норма, 2015. – 255 с.

6. Лобанова, Ю.А. Рыночные механизмы управления товарной политикой на предприятиях хлебопекарной промышленности / Ю.А. Лобанова, И.Г. Чернышова // Финансовая экономика. – 2018.- № 5. – С. 355-359.