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
студентов, магистрантов и аспирантов

«Экономика и региональное управление»

20 мая 2019 г.

Брянск

ББК 581 65
УДК 338

Экономика и региональное управление: сборник статей всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов и аспирантов/ сост. И.Г. Чернышова - Брянск: БГУ, 2019г. - 435 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 студентов, магистрантов и аспирантов экономических направлений подготовки.

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

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

СОДЕРЖАНИЕ

Региональная экономика и управление 8
Адамович О.С., Змитревич А.П. **АНАЛИЗ ДИНАМИКИ СРЕДНЕЙ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ ПО ВИДАМ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ** 9
Амеличкина К.И. **ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА В РЕГИОНАХ РОССИИ НА ОСНОВЕ НАЦИОНАЛЬНОГО РЕЙТИНГА** 12
Бальцевич Я.Л. **ЭКОНОМИЧЕСКИЙ И СОЦИАЛЬНЫЙ АСПЕКТЫ ЧЕРНОБЫЛЬСКОЙ АВАРИИ** 16
Баранова И.А., Савинова Е.А. **ВНЕДРЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ «ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ** 21
Богданова В.С. **ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ В БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ** 26
Бондарев В. М. **ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОПЕРАТОРОВ СОТОВЫХ УСЛУГ СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ** 30
Гаврютина Н.Л. **КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ КАК ФАКТОР ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИЗМА В БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ** 34
Гайдук А.И., Шабунио А.В. **ПРОБЛЕМЫ РЫНКА АРЕНДНОГО ЖИЛЬЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ** 39
Грабовская Е. А. **МЕХАНИЗМ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В ПСКОВСКУЮ ОБЛАСТЬ** 41
Грецкая Ю.А. **ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА В РФ** 44
Ермашкевич А.А. **ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ** 49
Ермоленко Д.А. **МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫМ КЛИМАТОМ НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ** 54
Жафяров А.Х. **МАЛЫЙ БИЗНЕС КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА** 56
Жилинская А.В, Шаминская С.С. **ОЦЕНКА ДОСТУПНОСТИ ПОКУПКИ ЖИЛЬЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ** 60
Канциянов Р.Ю. **УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ КУЛЬТУРЫ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ** 62
Кветень В.В. **ВЛИЯНИЕ «БЕЗВИЗА» НА РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ И ИНФРАСТРУКТУРЫ ГРОДНЕНСКОЙ И БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТЕЙ** 66
Конецкая А. С. **РАЗВИТИЕ СВОБОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ** 71
Короткова В.С. **ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ** 75
Куцев Л.В. **АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ** 79
Куцев Л.В. **РОЛЬ МАЛОГО БИЗНЕСА В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ** 83
Левин А.М. **ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ** 86
Левхина А.О. **ПРОБЛЕМА БЕДНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ** 90
Малевич П.И., Цуник А.А. **РЫНОК НЕДВИЖИМОСТИ КАК ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫЙ РЫНОК** 95
Малевич П.И., Цуник А.А. **СПРОС НА ВТОРИЧНОМ РЫНКЕ ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ Г. МИНСКА: ФАКТОРЫ ЕГО ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ, ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ** 97

Маслов Д. Е. **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РОССИИ** 101
Маркина В.А. **ОСОБЕННОСТИ ЗАРУБЕЖНЫХ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ ДОШКОЛЬНЫМ ОБРАЗОВАНИЕМ** 105
Мацай А.А. **ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ** .. 110
Мелещеня Л.А. **РЕКЛАМНЫЕ УСЛУГИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: РАЗВИТИЕ И ПРОБЛЕМЫ** 113
Михалина А.Л. **ИНСТРУМЕНТЫ И МЕТОДЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ** 118
Мотевич А.М. **СВОБОДНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЗОНА «ГРОДНОИНВЕСТ» И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ОТРАСЛИ В ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ** 121
Орешко А.Н. **ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РЕГИОНА** 124
Погуляева Н.Ю. **АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ БРЯНСКОГО РЕГИОНА** 128
Полещук А.В., Лазакович А.В. **ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ** 131
Сицукова Д.А. **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ** 134
Скрябинская А.А., Рыбалко Е.И. **АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА ПО ВИДАМ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ** 139
Смулько А.Ю. **ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ЭКОНОМИК РОССИИ** 143
Улитенко В.Н. **СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В ОРГАНИЗАЦИИ** 146
Холощак Н.С. **РАЗВИТИЕ РЫНКА ОЦЕНОЧНЫХ УСЛУГ В БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ** 151
Цируль А.С. **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФОРМ И МЕХАНИЗМОВ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СУБЪЕКТОВ В СИСТЕМЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ** 155
Шалесная О.В., Ярошук К.С. **НАЛОГОВЫЕ ПОСТУПЛЕНИЯ КАК ОСНОВНОЙ ИСТОЧНИК ФОРМИРОВАНИЯ ДОХОДОВ БЮДЖЕТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ** 159
Шаминская С.С. **ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ СРАВНИТЕЛЬНОГО ПОДХОДА К ОЦЕНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ И ПУТИ ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ** 163
Современные проблемы сферы обслуживания: экономика, управление и развитие 167
Голомудько И. К. **ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ТУРАГЕНТСКОГО И ТУРОПЕРАТОРСКОГО БИЗНЕСА** 168
Дьяченко О.Н. **ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГОСТИНИЦЫ** 173
Жегало А.О. **ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА ГРОДНЕНЩИНЕ В УСЛОВИЯХ БЕЗВИЗОВОГО РЕЖИМА** 176
Кузьмин А.И. **ЗАЧЕМ ЭКОНОМИКЕ BIG DATA?** 180
Ламеко Е.А., Фурман А.А. **КРИПТОВАЛЮТА: ФИНАНСОВАЯ ПИРАМИДА ИЛИ БУДУЩЕЕ ЭКОНОМИКИ?** 185
Писарева Ю.С. **ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ СИСТЕМЫ ПОДГОТОВКИ, ОБУЧЕНИЯ И ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ПЕРСОНАЛА** 189
Семенова А.В. **МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА ОРГАНИЗАЦИИ СФЕРЫ УСЛУГ** . 193

Семенькова Т.М. **ПЛАНИРОВАНИЕ РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА В ТОРГОВЛЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ** 196
Сергеенкова Е.А. **ФОРМЫ И СИСТЕМЫ ОПЛАТЫ ТРУДА В ОРГАНИЗАЦИИ СФЕРЫ УСЛУГ** 200
Терехова И.А. **ОПТИМИЗАЦИЯ ДОРОЖНОЙ СЕТИ ДЛЯ ВОВЛЕЧЕНИЯ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ** 204
Тютюкин А.Л. **ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ПЛАТЁЖЕСПОСОБНОСТИ КЛИЕНТОВ НА РЫНКЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ** 208
Экономика и управление организацией 212
Александров Д.В. **ОСНОВЫ ПРОГРАММНО-ЦЕЛЕВОГО УПРАВЛЕНИЯ** 213
Андрос Е. В. **СИСТЕМА СБАЛАНСИРОВАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ В РАМКАХ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ** 217
Батыкина И.В. **ОСОБЕННОСТИ ВЫБОРА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ** 221
Батюченко Ю.А. **ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ** 223
Бедретдинова Е.Н. **ВЫВЕДЕНИЕ НА РЫНОК ПРИНЦИПИАЛЬНО НОВОГО ПРОДУКТА** 228
Беляева М.Н. **БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ ЦИФРОВЫХ ЗНАКОВ (ТОКЕНОВ)** 231
Болбат А. А. **ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД В РАЗРАБОТКЕ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ** 233
Бугакова Н. В. **ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ТЕХНОСФЕРНОЙ БЕЗОПАСНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ** 236
Быковская М.В. **ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ НА РЫНКЕ БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ** 239
Гаврикова Н. И. **АНАЛИЗ ПОЛОЖЕНИЯ ООО «ГОРИЗОНТ» НА ТУРИСТИЧЕСКОМ РЫНКЕ БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ** 244
Головачев А.А. **СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ** 249
Горячко А.С., Зюко А.А. **СТАТИСТИЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ БАНКОВСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ** 251
Гудина А.С. **ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТСКОЙ ФИРМОЙ** 254
Дивак К.С. **КОМПАНИЯ «PATAGONIA» - ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА В СТИЛЕ «СЁРФИНГ»** 258
Дорофеева Е.Э., Полякова Н.А. **ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ УСТОЙЧИВОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ** 260
Ерёмушкина С.В. **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕМЕЙНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ** 264
Жилинская А.В. **ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ПРИБЫЛИ СУБЪЕКТА РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ТРАЙПЛ»)** 268
Жудро И. Н. **ИНТЕГРАЦИЯ ТРАДИЦИОННЫХ И ДИНАМИЧЕСКИХ МЕТОДИК МАССОВОЙ ОЦЕНКИ ЗЕМЕЛЬ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ** 272
Иванова Н.Е. **ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ ГОСУДАРСТВА В КОНТЕКСТЕ ЕГО ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ** 277
Ивлиев А.А. **ПОНЯТИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО КОНТРОЛЯ** 282
Капцевич Д.О. **КОНТРОЛЬ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ – ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ** 286

Касперчук М.Г. **АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «ЛИДСКАЯ МЕБЕЛЬНАЯ ФАБРИКА»: ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ И ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ** 291
Клесун Е.А., Мощенок К.В. **ЛОГИСТИКА 4.0 – НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ БИЗНЕСА: ОПЫТ БЕЛАРУСИ** 294
Комшило А.П. **ВОПРОСЫ ОПТИМИЗАЦИИ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ** 298
Коновалова И.А. **ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ** 303
Корхова Е.Н. **ПОНЯТИЯ «КОНКУРЕНЦИЯ» И «КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ»** 305
Корхов А.В. **ИННОВАЦИИ: ПОНЯТИЕ И РОЛЬ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ** 310
Кульбис Е.Г. **ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ БАЗИС УПРАВЛЕНИЯ ИЗДЕРЖКАМИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ** 315
Макаревич М.А. **АНТИКРИЗИСНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ, КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ** 317
Маличенко Ю.М. **ОПТИМИЗАЦИЯ ЗАТРАТ КАК ПРИОРИТЕТНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ** 321
Мальченко Ю.С. **ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ В ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ** 325
Матлаш Е.В. **ПОНЯТИЕ ПРОИЗВОДСТВА И ФОРМИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СТРАТЕГИИ** 327
Михолап Е.В., Виноградова Е.Д., Плескач В.О. **АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ НА ПРИМЕРЕ ДУП «АВТОБУСНЫЙ ПАРК №2 Г. ЛИДА»** 332
Низамова О.В. **ОСОБЕННОСТИ ДОКУМЕНТАЛЬНОГО ОФОРМЛЕНИЯ ЭКСПОРТА ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ** 337
Осипович А.С., Гамеза М.В. **ДИВИДЕНДЫ: СУЩНОСТЬ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ** 341
Охрименко Ю.Г. **РАСКРЫТИЕ В БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ ИНФОРМАЦИИ О ЦИФРОВЫХ ЗНАКАХ (ТОКЕНАХ)** 344
Полякова Н.А., Дорофеева Е.Э. **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К КЛАССИФИКАЦИИ ОСНОВНЫХ ФОНДОВ ПРЕДПРИЯТИЯ** 346
Реук Т.С. **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ НА РЫНКЕ** 351
Селюжицкая Е.Г. **ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ M&A В КИТАЙСКОЙ ОТРАСЛИ ТМТ** 356
Родонежская И.В. **АНАЛИЗ ДВИЖЕНИЯ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ** 361
Синиченков Ю.Г. **РАЗРАБОТКА ПРЕДЛОЖЕНИЙ ПО ФОРМИРОВАНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ** 365
Слесарева Н.А. **ИННОВАЦИИ В СФЕРЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ** 368
Скоблик Ю.А. **ПОВЫШЕНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ** 371
Стёпкина А.В, Тарасенко А.А. **РОЛЬ ПЕРСОНАЛА В ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ ПРЕДПРИЯТИЯ** 375
Тарасова Е.А. **ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ** 377
Теплая О.С. **ПУТИ НАРАЩИВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ** 380
Тимошенко А.В. **НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ** 384

Титов И.В. **К ВОПРОСУ ОПРЕДЕЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АВТОТРАНСПОРТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ, ФУНКЦИОНИРУЮЩИХ НА РЫНКЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ГРУЗОПЕРЕВОЗОК** 389
Ткачук Ж.Ч. **МОТИВАЦИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЕ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР УСПЕШНОЙ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ** 392
Ткачук Ж.Ч. **ФУНКЦИИ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ И МЕХАНИЗМ ИХ РЕАЛИЗАЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ** 394
Фёдорова В.И. **ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МУНИЦИПАЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ АВТОТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ** 397
Чуркин П.И. **СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ IT-ПРОДУКТА КОМПАНИИ** 401
Шапаренко Н.С. **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ** 406
Шапетько Д.Н. **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИИ** 411
Шведова В.Е. **АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ООО «РИТЕЙЛ» НА РЫНКЕ БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ** 415
Шумейко А.Г. **ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ** 420
Щербина Е.А. **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ** 424

Региональная экономика и управление

УДК 311.14

Адамович О.С., Змитревич А.П.

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ СРЕДНЕЙ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ ПО ВИДАМ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Научный руководитель: ст. преп. Селюжицкая Т.В.
Гродненский государственный университет им. Янки Купалы,
Республика Беларусь, г. Гродно
Adamovich_OS_17@mail.ru, anna.zmitrevich@mail.ru

В данной статье был проведен анализ динамики средней заработной платы по видам экономической деятельности в Республике Беларусь за 2016-2017 г. С помощью индексов средней заработной определено влияние факторов на данное изменение: уровня оплаты труда и доли работников каждого вида экономической деятельности в общей численности работников.

Ключевые слова: средняя заработная плата, темп роста, вид экономической деятельности, индексный анализ.

В соответствии со ст.57 Трудового кодекса ***заработная плата*** – это совокупность вознаграждений, исчисляемых в денежных единицах или (и) натуральной форме, которые наниматель обязан выплатить работнику за фактически выполненную работу, а также за периоды, включаемые в рабочее время [1].

Заработная плата выступает одной из важнейших и наиболее массовых видов доходов в любой экономической системе. Обычно на заработную плату приходится около 70% всех доходов, которые получает население страны [2]. Заработная плата выполняет следующие основные функции:

1. *Стимулирование труда работника*. Осуществляться это может, когда существует прямая зависимость между конечными результатами труда и величиной получаемой зарплаты.

2. *Мера потребления.* Степень удовлетворения потребностей людей, количество потребляемых благ, в первую очередь, зависит от размера их зарплат.

Целью данного исследования является определение влияния факторов на изменение средней заработной платы.

В таблице 1 рассмотрим динамику средней заработной платы по видам экономической деятельности в Республике Беларусь.

Таблица 1- Динамика средней заработной платы по видам экономической деятельности в Республике Беларусь за 2016-2017 г.

Вид экономической деятельности	Средняя заработная плата, руб.		Темп роста средней заработной платы, %
	2016 г.	2017 г.	
Сельское, лесное и рыбное хозяйство	506,9	585,2	115,4
Промышленность	750,9	869,1	115,7
Горнодобывающая промышленность	1144,8	1347,7	117,7
Обрабатывающая промышленность	741,0	856,5	115,6
Строительство	736,2	818,8	111,2

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4
Снабжение электроэнергией, газом, паром, горячей водой и кондиционированным воздухом	828,4	969,5	117,0
Водоснабжение; сбор, обработка и удаление отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	644,6	733,1	113,7
Оптовая и розничная торговля; ремонт автомобилей и мотоциклов	665,5	769,3	115,6
Транспортная деятельность, складирование, почтовая и курьерская деятельность	730,0	813,3	111,4
Услуги по временному проживанию и питанию	515,9	567,2	109,9
Информация и связь	2033,1	2376,6	116,9
Финансовая и страховая деятельность	1284,0	1415,7	110,3
Операции с недвижимым имуществом	595,2	725,0	121,8
Профессиональная, научная и техническая деятельность	985,6	1112,7	112,9
Деятельность в сфере административных и вспомогательных услуг	592,6	639,2	107,9
Образование	515,6	567,5	110,1
Здравоохранение и социальные услуги	574,8	626,8	109,0
Творчество, спорт, развлечения и отдых	584,5	615,0	105,2
Предоставление прочих услуг	576,2	620,5	107,1

Источник: собственная разработка на основании [3].

Наибольший уровень средней заработной платы в 2016 году наблюдался в таких видах экономической деятельности, как информация и связь – 2033,1 руб., финансовая и страховая деятельность – 1284,0 руб., горнодобывающая промышленность – 1144,8 руб. Анализируя данные 2017 года, мы можем сделать выводы о том, что лидирующие позиции остаются у прежних видов экономической деятельности, уровень средней заработной платы в которых достиг: информация и связь – 2376,6 руб., финансовая и страховая деятельность – 1415,7 руб., горнодобывающая промышленность – 1347,7 руб.

Наименьший уровень средней заработной платы наблюдался в сельском, лесном и рыбном хозяйстве и составлял в 2016 году – 506,9 руб., а в 2017 году – 585,2 руб., у работников, оказывающих услуги по временному проживанию и питанию в 2016 году – 515,9 руб., в 2017 году – 567,2 руб., в образовании в 2016 году уровень средней заработной платы составил 515,6 руб., в 2017 году – 567,5 руб.

Наибольший темп роста наблюдается по такому виду деятельности как операции с недвижимым имуществом – 121,8 %.

Наименьший темп роста заметен по такому виду деятельности как творчество, спорт, развлечения и отдых – 105,2 %.

Кроме анализа уровней и изменений средней заработной платы по отдельным видам экономической деятельности необходимо проанализировать

изменение среднего уровня заработной платы по всем видам деятельности, в частности, под влиянием двух факторов:

- за счет изменения уровней средней заработной платы по видам экономической деятельности;
- за счет изменения структуры работников.

Изменение средней заработной платы, а также влияние указанных факторов на ее изменение оценивается с помощью индексов средней величины переменного состава, постоянного состава и структурных сдвигов.

Рассчитаем $I_{\bar{З}}$ – индекс переменного состава, который характеризует динамику средней заработной платы.

$$I_{\bar{З}} = \frac{\sum З_1 \bar{T}_1}{\sum \bar{T}_1} \div \frac{\sum З_0 \bar{T}_0}{\sum \bar{T}_0} = \frac{4205457}{5186{,}4} \div \frac{3719120}{5238{,}2} = 1{,}14206 \ (1)$$

Затем находим индекс изменения средней заработной платы вследствие изменения уровня оплаты труда по каждому виду деятельности ($I_З$), т. е. индекс постоянного состава. Он рассчитывается по следующей формуле:

$$I_З = \frac{\sum З_1 \bar{T}_1}{\sum \bar{T}_1} \div \frac{\sum З_0 \bar{T}_1}{\sum \bar{T}_1} = \frac{4205457}{5186{,}4} \div \frac{3719120}{5} = 1{,}13946 \ (2)$$

Изменение средней заработной платы вследствие изменения доли численности работников каждого вида экономической деятельности в общей численности работников оценивается с помощью индекса структурных сдвигов ($I_{стр}$). Он рассчитывается по следующей формуле:

$$I_{стр} = \frac{\sum З_0 T_1}{\sum \bar{T}_1} \div \frac{\sum З_0 T_0}{\sum \bar{T}_0} = \frac{3690756}{5186{,}4} \div \frac{3719120}{5238{,}2} = 1{,}00228 \ (3)$$

Между рассчитанными индексами наблюдается взаимосвязь:

$$I_{\bar{З}} = I_З \cdot I_{стр} = 1{,}13946 \cdot 1{,}00228 = 1{,}14206 \ (4)$$

Взаимосвязь абсолютных изменений средней заработной платы:

$$\bar{З}_1 - \bar{З}_0 = \sum З_1 \, d_{T1} - \sum З_0 d_{T0} = \left(\sum З_1 \, d_{T1} - \sum З_0 d_{T1}\right) + \left(\sum З_0 d_{T1} - \sum З_0 d_{T0}\right) =$$
$$= 1122{,}56 - 710{,}196 = 412{,}36 \ (5)$$

Проведенные расчеты показали, что средняя заработная плата в Республике Беларусь в 2017 году по сравнению с 2016 годом увеличилась на 14,21 % или в абсолютном выражении на 412,4 руб.

Вследствие роста уровней заработной платы по отдельным видам экономической деятельности средняя заработная плата выросла на 13,95 % или на 137,4 руб.

За счет изменений в структуре занятых средняя заработная плата дополнительно увеличилась на 0,23 % или на 275 руб.

На основании проведенного анализа можно утверждать то, что в 2017 году на рост средней заработной платы по всем видам экономической деятельности в большей степени повлияло увеличение уровней средней заработной платы по отдельным видам экономической деятельности, тогда как изменения в структуре численности работников оказали незначительное, хотя и положительное влияние. Таким образам, изменение средней заработной платы было связано с ростом уровня заработной платы по отдельным видам экономической деятельности, а также изменениями в структуре численности

работников.

В целях более интенсивного повышения средней заработной платы в целом по экономике можно было бы порекомендовать увеличение доли работников в тех видах экономической деятельности, в которых наблюдается более высокий уровень заработной платы.

Список использованных источников:

1. Трудовой кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс]: // Доступ из Национального правового Интернет-портала Республики Беларусь.

2. Василевская, Л.И. Статистика промышленности и бизнеса. Практикум: учеб. пособие / Л.И. Василевская, И.И. Колесникова. — Минск: БГЭУ, 2015. - 363 с.

3. Демографическая и социальная статистика [Электронный ресурс]: // Доступ с сайта Национального статистического комитета Республики Беларусь.

УДК 332.021.8

Амеличкина К.И.

ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА В РЕГИОНАХ РОССИИ НА ОСНОВЕ НАЦИОНАЛЬНОГО РЕЙТИНГА

Научный руководитель: к.э.н., доц. Баранова И.А.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
chizhikova.carina@yandex.ru

Статья посвящена инвестиционному климату в России. Также рассматривается сущность, основные факторы общеэкономической ситуации инвестиционного климата. Проанализирована инвестиционная ситуация в РФ: ее оценка и состояние в настоящее время.

Ключевые слова: инвестиционный климат, инвестиции, национальный рейтинг, методика оценки, целевая модель, инвестиционная политика.

Инвестиционный климат является одним из наиболее важных индикаторов общеэкономической обстановки в любой стране. Для подъема экономики государства способствует в первую очередь эффективная инвестиционная деятельность, которая служит главным рычагом подъема экономики. На современном этапе экономического развития инвестиционная ситуация в Российской Федерации определяется с двух сторон [1, с.30]. С одной стороны, она определяется поворотом экономики к выходу из кризисной обстановки, а с другой стороны, отсутствием в нужном количестве инвестиций. Одним из факторов привлечения инвестиций в экономику для ее структурной перестройки, внедрения инновационных разработок, улучшения уровня жизни населения и экономического роста страны является именно благоприятный инвестиционный климат. Инвестиционный климат – это степень благоприятности для потенциальных инвестиций в данный момент времени на рассматриваемой территории.

В таблице 1 рассмотрим факторы, которые определяют инвестиционный климат страны или региона.

Таблица 1 – Основные факторы инвестиционного климата

№	Основные факторы	Показатели
1	макроэкономический баланс	показатель федерального и регионального бюджетов, решения в рамках монетарной и фискальной политики, индикаторы, включая инфляцию и ее прогноз в краткосрочной и долгосрочной перспективе
2	доступность и обеспеченность природными ресурсами	показатель ресурсообеспеченности
3	степень конкуренции и барьеры для входа на рынок	показатели нормы входа и проникновения организаций на отраслевой рынок
4	обеспеченность инфраструктурой	показатель эффективности реализации программ комплексного развития
5	качество трудовых ресурсов и уровень квалификации	показатель образования, квалификации
6	уровень преступности, коррупции, политическая стабильность	показатель уровня преступности и другие

В настоящее время исследованием инвестиционного климата в РФ занимаются многочисленные ученые и уже разработано большое количество методик оценки его состояния. В своих трудах они рассматривает инвестиционный климат как совокупность политических, экономических, правовых и социальных факторов в стране и в регионе, которые влияют на предпочтение инвестора в выборе объекта инвестирования [5, с. 131].

Агентство стратегических инициатив в 2014 г. провело оценку состояния инвестиционного климата по регионам в Российской Федерации, а позже разработало Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах РФ.

В 2014 г. приняли участие 21 субъект Российской Федерации. Первый рейтинг был проведен в 2015 году и работу региональных команд оценили в 76 субъектах РФ. В 2016 г. и 2017 г. в рейтинге приняли участие все регионы России. В 2018г. продемонстрировали свою работу 78 регионов.

В таблице 2 рассмотрим результаты национального рейтинга состояния инвестиционного климата субъектов РФ.

Таблица 2 - Результаты национального рейтинга состояния инвестиционного климата субъектов РФ [2]

Регион	Место в рейтинге 2018 г.	Место в рейтинге 2017 г.	Изменение позиции 2017-2018 гг.
Тюменская область	1	6	5
Москва	2	3	1
Республика Татарстан	3	1	-2
Санкт-Петербург	4	17	13
Тульская область	5	4	-1
Краснодарский край	6	7	1
Воронежская область	7	8	1
Чувашская Республика	8	2	-6
Московская область	9	9	0
Свердловская область	10	33	13

Анализируя данные таблицы, можно отметить, что на первом месте находится Тюменская область, а на последнем Свердловская область.

Брянская область переместилась из категории регионов со «средней инвестиционной привлекательностью» (группа IC6) в категорию регионов с «умеренной инвестиционной привлекательностью» (группа IC7).

Этот регион являются в настоящее время инвестиционным «аутсайдером» европейской части России. По данным за первое полугодие 2018 года объем инвестиций в основной капитал в Брянской области сократился на 24% (по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года). Данные результаты нельзя рассматривать как случайные колебания: по итогам 2017 года инвестиционная активность в этом регионе также существенно сократилась (на 22%).

Система показателей рейтинга включает 45 показателей, которые формируются в уровень интегрального индекса региона. Результаты рейтинга способствуют росту конкуренции в борьбе за инвестиции на уровне региона.

Рассмотрим основные факторы, которые препятствуют улучшению инвестиционного климата в РФ [4, с. 228]:

- административные барьеры для инвесторов;
- проблема в доступности кредитных ресурсов;
- непрозрачность законодательной системы;
- недостаточно развитый уровень инфраструктуры;
- высокий уровень монополизации рынков;
- отсутствие результативной системы страхования рисков инвестора;
- и другие.

В настоящее время одним из направлений деятельности системы государственного управления состоянием инвестиционного климата в РФ является внедрение целевых моделей [6, с. 289].

Распоряжением Правительства РФ от 31 января 2017 г. № 147-р утверждены двенадцать целевых моделей повышения инвестиционной привлекательности субъектов Российской Федерации по ключевым факторам, наиболее сильно влияющим на улучшение инвестиционного климата в регионах [3]. Рассмотрим целевые модули в таблице 3.

Для каждого региона составлен профиль соответствия целевой модели, выработаны рекомендации по улучшению ситуации и представлены успешные практики.

Следует отметить, что агентство стратегических инициатив в РФ разработало специализированную информационную систему - Region-ID, которая позволяет внедрять целевые модели в различные регионы.

На рисунке 1 отразим схему системы взаимодействия в Region-ID, т.е. как субъекты РФ, бизнес-эксперты, федеральные рабочие группы и ответственные федеральные органы исполнительной власти взаимодействуют благодаря именно этой системе.

Через данную систему осуществляется дистанционное обучение персонала каждой региональной команды. В режиме реального времени происходит информационное взаимодействие участников. В процессе

реализации, планирования, управления и контроля мероприятий «дорожных карт» по внедрению целевых моделей происходит также информационное взаимодействие. В процессе взаимодействия происходит оценка результатов внедрения федеральными министерствами и региональными экспертами целевых моделей.

Таблица 3 - Целевые модели упрощения процедур ведения бизнеса и повышения инвестиционной привлекательности субъектов РФ

№	Наименование
1	получение разрешения на строительство и территориальное планирование
2	регистрация права собственности на земельные участки и объекты недвижимого имущества
3	постановка на кадастровый учёт земельных участков и объектов недвижимого имущества
4	реализация контрольно-надзорной деятельности в субъектах РФ
5	поддержка малого и среднего предпринимательства
6	технологическое подключение к электрическим сетям
7	подключение к сетям газораспределения
8	подключение к системам теплоснабжения, к централизованным системам водоснабжения и водоотведения
9	наличие регионального законодательства о механизмах защиты инвесторов и поддержки инвестиционной деятельности
10	эффективность обратной связи инвесторов и руководства субъекта РФ
11	эффективность деятельности специализированного предприятия по привлечению инвестиций и работа с инвесторами
12	качество инвестиционного портала субъекта РФ

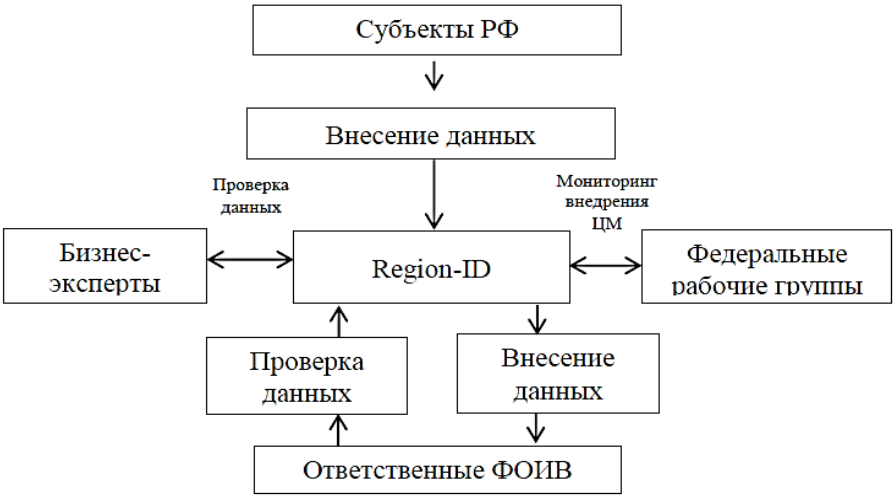

Рисунок 1 - Система взаимодействия в Region-ID

На сегодняшний день для формирования благоприятного инвестиционного климата в Российской Федерации проведена большая работа:

- реализуется процедура Национальной предпринимательской инициативы по улучшению инвестиционного климата в Российской Федерации;
- внедрен Стандарт деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации по формированию благоприятного инвестиционного климата в регионе;

- проводится Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации.

Таким образом, несмотря на актуальность внедрения целевых моделей по улучшению инвестиционного климата и повышению инвестиционной привлекательности регионов Российской Федерации, их эффективность будет зависеть от ресурсных возможностей регионов, качества и последовательности реализации мер государственной поддержки инвестиционной деятельности.

Список использованных источников:

1. Баранова, И.А. Организация современной системы мониторинга регионального развития / И.А. Баранова, О.А. Платова // В сборнике: Управление социально-экономическими системами и правовые исследования: теория, методология и практика Материалы международной научно-практической конференции. - 2017. - С. 28-33.

2. Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://asi.ru/investclimate/rating/

3. Распоряжение Правительства РФ от 31.01.2017 № 147-р «О целевых моделях упрощения процедур ведения бизнеса и повышения инвестиционной привлекательности субъектов Российской Федерации» [Электронный ресурс] // Доступ из справочно-правовой системы «Гарант».

4. Савинова, Е.А. Анализ инновационного развития Брянской области / Е.А. Савинова, В.А. Долганова // Региональная Россия: история и современность. - 2018. - № 1.- С. 227-234.

5. Тачкова, И.А. Моделирование институционального поведения экономических субъектов в процессе принятия хозяйственных решений / И.А. Тачкова // В сборнике: Управление социально-экономическими системами, правовые и исторические исследования: теория, методология и практика. Материалы международной научно-практической конференции. - 2018. - С. 130-134.

6. Шмиголь, А.А. Некоторые аспекты развития инновационной среды в России / А.А. Шмиголь, Л.А. Ковалерова // В сборнике: Современная наука: идеи, которые изменят мир. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Брянск, 2018. - С. 284-286.

УДК 338.24

Бальцевич Я.Л.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ И СОЦИАЛЬНЫЙ АСПЕКТЫ ЧЕРНОБЫЛЬСКОЙ АВАРИИ

Научный руководитель: ст. преп. Бедретдинова Е. Н.
Гродненский государственный университет им. Янки Купалы
Республика Беларусь, г. Гродно

Крупнейшая техногенная катастрофа XX века - взрыв огромного реактора на ЧАЭС - нанесла огромный ущерб Беларуси. Ее последствия отразились на всех сферах жизни общества. В статье рассматривается, как за 33 года изменились экономические отношения в

обществе, претерпели изменения характер повседневного поведения людей, их жизненные ориентиры.

Ключевые слова: зона отчуждения, экономика, социальные сети.

26 апреля 1986 года на четвертом реакторе Чернобыльской АЭС произошла авария, ставшая одной из самых страшных техногенных катастроф в мире. Заражение затронуло не только территорию Украины, но также и многие страны Европы, в частности, Беларусь.

Авария расценивается как крупнейшая в своём роде за всю историю атомной энергетики, как по предполагаемому количеству погибших и пострадавших от её последствий людей, так и по экономическому ущербу.[1] В течение нескольких дней после катастрофы 135 000 человек уехали из своих домов, чтобы больше никогда не вернуться. Была создана постоянная «Зона отчуждения», охватывающая радиус около 30 км от пострадавшего реактора. Эта область – более чем 5000 квадратных километров, а также почти 200 заброшенных населенных пунктов на севере Украины и на юге Беларуси. [2]

С момента катастрофы прошло 33 года и можно сказать, что последствия относительно ликвидированы. К сожалению, остались места, в которых человеку находиться будет смертельно опасно, к примеру, промплощадка ЧАЭС, но чем дальше от ядра, тем больше мест безопасных для посещения людей. Стоит сказать, что тема Чернобыльской катастрофы прослеживается в различных видах массовой культуры. Такие фильмы как «Колокол Чернобыля», «Распад» и «Сердце Чернобыля» произвели такое впечатление на людей, что первому фильму удалось попасть в Книгу рекордов Гиннесса, так как он был показан на момент выпуска во всех странах мира, где есть телевидение; второй фильм получил награду Венецианского кинофестиваля, а третий – удостоился даже Оскара.

С продвижением новых технологий появилась серия компьютерных игр «S.T.A.L.K.E.R.» на основе повести «Пикник на обочине» братьев Стругацких, одного из самых знаменитых произведений, связанного с событиями на Чернобыльской АЭС.

В 2014 году вышел также телесериал «Чернобыль: Зона отчуждения», что, безусловно, повлияло на вновь появившийся интерес к катастрофе у молодежи. Если говорить о социальных сетях, то следует отметить следующее: в социальной сети «Вконтакте» в разделе поиск сообществ можно найти тысячи групп, так или иначе связанных с Чернобылем и аварией, а также около 40 групп, где в самом названии прослеживается слово экскурсии или поездки. «Instagram» это как бы большое хранилище фотографий, на которых можно увидеть различные фото людей в «Зоне отчуждения», а также заброшенные здания и сооружения, дикую природу, в особенности леса и животных.

Среди негативных экономических последствий Чернобыльской аварии выделяются следующие:

1. полная либо частичная потеря сельскохозяйственных угодий и природных ископаемых,

2. падение производственных мощностей,

3. потери рабочей силы на загрязненной территории,

4. падение стоимости продукции, произведенной на загрязненной территории и другие.

Прямые потери включают стоимость выведенной из использования составной части национального богатства республики: основные и оборотные производственные фонды, объекты социальной инфраструктуры, жилье и природные ресурсы.

К косвенным отнесены потери, обусловленные влиянием экономических и социальных факторов (условия жизни, быта, состояние здоровья населения), вызвавшим нарушение или прекращение производства, снижение производительности труда, увеличение стоимости и сложности обеспечения других объектов государственной, кооперативной и личной собственности, а также потери от миграции населения из пораженных районов.

Составляющими упущенной выгоды, выраженной в стоимостной форме, являются сокращение объемов выпуска продукции, работ и услуг на загрязненных территориях, стоимость непригодной из-за радиационного загрязнения продукции, дополнительные затраты по восполнению недополученной продукции, затраты на восстановление утраченного качества продукции, потери от расторжения контрактов, аннулирования проектов, замораживания кредитов, выплаты штрафов, пени, неустоек и др.

Дополнительные затраты - это расходы по преодолению последствий аварии и обеспечению нормального функционирования различных отраслей народного хозяйства в зонах радиоактивного загрязнения, включая создание безопасных условий жизнедеятельности населения. К ним также относятся расходы по компенсации последствий действия негативных факторов, стоимость дополнительных ресурсов, привлекаемых для компенсации потерь и упущенной выгоды, затраты на работы по дезактивации и организации контроля за радиационной обстановкой.

Несмотря на то, что последствия катастрофы оказали значительный ущерб экономике Украины, государство нашло необычный способ постепенного возврата денег – туризм. Сегодня можно сказать, что данный вид туризма в Украине достаточно разрекламированный: в 2018 году зону отчуждения посетили 63 тысячи человек. А доход, который поступает в бюджет республики, достигает порядка 200 тысяч долларов. [3]

Что же люди могут увидеть, попав в зону отчуждения на территории Украины? Во-первых, это сам город Чернобыль, в котором сегодня даже живут люди, есть гостиница, кафе, магазины. Во-вторых, сама Чернобыльская АЭС, сейчас над четвертым энергоблоком установлен новый саркофаг, благодаря которому посещение этих мест и стало безопаснее. В – третьих, Рыжий лес, который на данный момент уже в большей степени зеленый, но хранит в себе достаточную степень радиации, которая опасна для людей. И в – четвертых, город Припять, в котором осталось большое количество зданий, которые пустуют, тут можно увидеть как природа быстро отвоевывает своё. [5]

Таким образом, достопримечательностей на территории зоны отчуждения со стороны Украины достаточно для того, чтобы сюда приезжали и

оставляли свои деньги многие иностранные туристы. Стоит заметить, что реклама Чернобыльской зоны в Украине проникла во многие социальные сообщества. У атомной станции есть официальный сайт с названием «VISITS TO SSE CHNPP», где можно найти все контакты, правила пребывания в зоне отчуждения, условия предоставления услуг, маршруты, цены. Сайт разработан для посетителей на украинском и английском языке, а значит, иностранцам удобнее будет искать информацию. Часть слов «sse chnpp» присутствует в названии всех страниц и аккаунтов Чернобыльской атомной станции в различных социальных сетях. У бывшей электростанции есть свой аккаунт в «Instagram», число подписчиков которого составляет свыше 5 тысяч. Есть также аккаунт в социальной сети «Facebook», где подписано сверх двух с половиной тысяч людей. Канал на «YouTube» охватывает около 19 000 людей. Размещение информации, создание аккаунта Чернобыльской станции в различных социальных сетях, также количество людей, которое ежедневно просматривает фото, новости, факты и многое другое о зоне отчуждения, безусловно, говорит о том, что такой вид подачи информации представляет собой рекламу. Люди интересуются, их завлекают, следовательно, такой вид туризма набирает обороты в Украине и будет развиваться, так как с течением времени на данной территории будет безопаснее.

Если в Украину туристы съезжаются уже несколько лет, то в Беларуси зона отчуждения оказалась более закрытой. 6 ноября 2018 года был подписан Указ Президента Республики Беларусь А.Г. Лукашенко №431, который разрешил несколько новых видов деятельности на территории Полесского государственного радиационно-экологического заповедника, в том числе и туризм. [6]

На зараженной территории Беларуси находится 95 выселенных деревень, а также дикая и самобытная природа. Экономике Беларуси необходимо развитие туризма, а развитие туризма в Полесском государственном радиационно-экологическом заповеднике может дать толчок въездному туризму. В декабре 2018 года территорию отчуждения уже открыли для посетителей. За четыре месяца тут побывало около 80 туристов. Большинство из них — иностранцы. За это время «мертвые» земли с белорусской стороны посетило 16 групп. Это в большинстве своем посетители из Польши, Украины, России, Германии и США. [7]

Сегодня разработано 2 безопасных маршрута, по которым водят туристов, в дальнейшем планируется разрабатывать больше. Что касается опасности радиации, то специалисты утверждают, что доза облучения за день будет не больше, чем доза от нескольких часов перелёта в самолете, если следовать точно по следам гида.

Существующие проблемы посещения туристами «Зоны отчуждения» со стороны Республики Беларусь:

1. Долгая закрытая политика касательно посещений мест радиационного заповедника

2. Почти нет рекламы в этом направлении, в частности на самом сайте Полесского заповедника нет информации об экскурсиях в зону отчуждения

3. Нет отдельного сайта, для желающих приехать на данную территорию

4. На данный момент сложность с пограничной зоной, если гражданам республики Беларусь необходим только паспорт, чтобы находиться там, то процедура с иностранными туристами будет куда сложнее

5. Страх людей перед опасностью таких туров, ведь не все места еще пригодны для посещения

Необходимо разработать следующие направления для разрекламирования «мёртвых земель» Беларуси:

1.Добавить информацию на сайт самого заповедника, а также создать отдельный сайт зоны отчуждения на территории Беларуси, со всеми правилами посещения, информациях об экскурсиях, подаче заявки и другое

2. Следуя примеру Украины, создать свои собственные аккаунты в социальных сетях, делая акцент на самобытности природы

3. Проводить прямые трансляции, показывая экскурсии, которые могут проводиться для людей, маршруты, диких зверей, а также выкладывать поучительные и интересные видеоролики, связанные с проверкой людей на радиацию, правилами безопасности, поездкой людей в автобусе. Важно показать людям, что поездка по проложенным маршрутам не опасна и интересна.

Таким образом, можно сказать, что Украина преуспела в рекламе той части страны, которая когда-то считалась закрытой навсегда. Люди могут на данный момент эту территорию посещать, их завлекают многочисленными фотографиями, им легко найти информацию, отдельно, хотелось бы заметить, что информация подаётся и на английском языке, что хорошо сказывается и на количестве приезжающих иностранцев. Что касается Республики Беларусь, то здесь «Зона отчуждения» открылась для посетителей совсем недавно, поэтому это новый и неизведанный маршрут. Несмотря на это, можно уже начинать продвигать рекламу данного вида туризма, в чём, безусловно, могут помочь социальные сети.

Список использованных источников:

1. Авария на Чернобыльской АЭС [Электронный ресурс]: // Википедия: свободная энциклопедия. 27.04.2019. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Авария_на_Чернобыльской_АЭС. – Дата доступа: 25.04.2019.

2. Чернобыль: переживший ядерный апокалипсис [Электронный ресурс]: Яндекс Дзен. // Персональная лента публикаций. 24.04.2019. – Режим доступа: https://zen.yandex.ru/media/grany_realnosty/chernobyl-perejivshii-iadernyi-apokalipsis-5cc04b4024a36500b485edc7. – Дата доступа: 27.04.2019.

3. Елена Ничук. Украина на туризме в зону ЧАЭС заработала сотни тысяч долларов [Электронный ресурс]: ИА «Антифашист». // Сайт. 27.04.2019. – Режим доступа: http://antifashist.com/item/ukraina-na-turizme-v-zonu-chaes-zarabotala-sotni-tysyach-dollarov.html. – Дата доступа: 28. 04. 2019.

4. Анастасия Жвик. Чернобыльская зона: как и зачем туда ехать? [Электронный ресурс]: Perito Burrito – проект о путешествиях. // Сайт. 01.04.2019. – Режим доступа: https://perito-burrito.com/posts/Chernobyl. – Дата

доступа: 28.04.2019.

5. Андрей Бородин. Дан старт развитию туризма в чернобыльской зоне [Электронный ресурс]: Планета Беларусь. // Сайт. 17.12.2018. – Режим доступа: https://planetabelarus.by/publications/dan-start-razvitiyu-turizma-v-chernobylskoy-zone/. – Дата доступа: 29.04.2019.

6. Екатерина Пантелеева. «Возраст для экскурсий — 18+». Репортаж из Чернобыльской зоны, которую Беларусь открыла для туристов [Электронный ресурс]: TUT.BY. // Белорусский портал. 29.04.2019. – Режим доступа: https://news.tut.by/society/634545.html?crnd=20848. – Дата доступа: 30.04.2019.

УДК 332.021.8

Баранова И.А.,
Савинова Е.А.

ВНЕДРЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ «ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Щеликова Н.Ю.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
ira-bar@yandex.ru

В статье исследуются факторы, препятствующие реализации государственной программы «Цифровая экономика». Проведенный анализ позволил выявить неравенство регионов в сфере внедрения информационно-коммуникационных решений (технологическое неравенство), а также наличия кадров необходимой квалификации (кадровое неравенство). Показано, что устранение этих проблем должно стать центральной задачей стратегии регионального развития и должно проводиться параллельно с реализацией мероприятий цифровизации.

Ключевые слова: государственная программа, региональная экономика, кадровое неравенство, технологическое неравенство, цифровая экономика.

Суть самого понятия «цифровизация экономики», а также ее значение для развития страны во много остаются предметом дискуссий. Однако, вне сомнения находится тот факт, что данный процесс объективен и оказывает самое непосредственное воздействие на экономику и общество. По сравнению с предыдущими формами организации общественных отношений, цифровизация экономики дает возможность существенно повысить эффективность различных видов производства. К тому же цифровизация экономики коренным образом влияет на технологическую основу производства, функционирование оборудования, а также хранение продукции, ее доставку, организацию продаж.

Важность процессов цифровизации подтверждается повышенным фокусом внимания правительства, научной и профессиональной общественности. Утверждение Правительством Государственной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» [4] свидетельствует о том, что на самом высоком уровне существует понимание важности проблемы необходимости активизации внедрения и освоения новых, цифровых

технологий. Однако несмотря на всеобщую заинтересованность в реализации данной Государственной программы, существует большое количество факторов, которые могут сдержать ее имплементацию. Данные факторы требуют всестороннего анализа и оценки, для своевременной выработки корректирующих мер.

Бюджет Программы, одобренный Правительством в сентябре 2018 г., предполагает общие затраты в период 2018–2024 гг. в размере более 2,6 трлн руб., из которых 1,1 трлн руб. будут профинансированы за из средств федерального бюджета, а остальные и внебюджетных источников [4]. При этом основной объем финансирования (79,7%) приходится на развитие информационной инфраструктуры страны. В рамках данного направления планируется создание глобальной спутниковой системы, обеспечивающей беспроводный доступ в интернет, развитие сети мобильной связи пятого поколения (5G), а также интернета вещей. 8,89% финансирования предполагается направить на перевод государственных услуг и государственного управления в цифровой формат, 5,37% – на развитие кадрового потенциала, 4,88% – на реализацию проектов развития цифровых технологий и поддержку разработчиков отечественных цифровых решений, 1,10% – на повышение уровня информационной безопасности, и менее 0,07% на разработку необходимой нормативно-правовой базы цифровой экономики. Следует отметить, что плановая схема финансирования включает в себя только федеральный бюджет и внебюджетные источники, и не охватывает расходы региональных и местных бюджетов.

Однако у реализации данной Программы есть весьма ощутимые препятствия. Одним из них является отсутствие необходимой нормативно-правовой базы. Распространение цифровых технологий в России на данном этапе наткнулось на несколько системных проблем, преодоление которых возможно только путем внесения изменений в законодательство. В частности, необходимо урегулировать вопросы доступа к личным данным пользователей, сферу электронной торговли, сферу цифровых товаров и криптовалют, расширить нормативную базу электронного банкинга и т.п. [5, с. 228].

Препятствием также можно считать и то, что по степени усвоения цифровых технологий российская экономика на данный момент не является лидером. Если сопоставить цели, которые декларирует российская государственная программа «Цифровая экономика» и тем технологическим и инновационным заделом, которым располагают российские компании, то явное отставание российских разработчиков от иностранных конкурентов по ряду направлений можно рассматривать как препятствие на пути реализации программы. Более того, все передовые разработки в данной сфере также осуществляются не российскими компаниями. К тому же, основные конкуренты российских компаний ушли далеко вперед в вопросе освоения новых цифровых технологий. Если в таких сегментах, как поиск в Интернете, социальные сети, сервис такси, российским компаниям удалось создать альтернативу мировым лидерам, то в других сегментах иностранные компании одерживают верх [2].

Еще одним препятствием на пути реализации Программы можно считать проблему цифрового неравенства [8, с. 5]. Хотя с данной проблемой в той или иной мере сталкиваются практически все страны, именно в России она может воспрепятствовать реализации планов правительства по цифровизации экономики страны. Цифровое неравенство состоит в том, что люди (компании, предприятия, государственные учреждения), которые в меньшей мере усвоили новые (цифровые) технологии, резко теряю свою конкурентоспособность в экономике, даже если по другим показателям их потенциал весьма высок. На индивидуальном уровне цифровое неравенство выражается в том, что человек, который не приобрел (не смог или проигнорировал) овладеть цифровыми компетенциями, оказывается вообще вне общественных связей. Такой человек, не сможет вызвать такси, быстро воспользоваться некоторыми государственными услугами, банковским сервисов и т.п. [6, с. 41]

Существенным препятствием является техническое и технологическое отставание России, проявляющееся прежде всего в повсеместном преимущественном применении импортного оборудования и программного обеспечения. Технические и программные решения для цифровой экономики сегодня представляют такие флагманы мировой IT-индустрии как Cisco Systems, Schneider Electric, Huawei, IBM, Microsoft, Google, UNIT и др. К сожалению, российские компании в перечне поставщиков практически отсутствуют. Для реализации государственной программы импортозамещения необходимо чтобы при внедрении решений цифровой экономики значительная часть заказов в обязательном порядке размещалась на российских предприятиях [1, с. 17].

Значимым является также и тот факт, что в России большая часть населения так и не овладела цифровыми технологиями в нужной мере. Если раньше к группам населения, которые находились в «зоне риска», следовало отнести тех, кто жил в регионах, то теперь деление имеет возрастной характер. Можно утверждать, что очень большая доля пожилых людей сегодня не владеет и не овладеет цифровыми компетенциями в достаточной мере. Именно эти люди находятся в зоне риска, и их не владение цифровыми технологиями существенно сдерживает планы государства по цифровизации экономики. В первую очередь это касается создания «электронного правительства» – крайне затруднительно продвигать электронные технологии в государственном управлении, когда значительная часть населения попросту не может ими воспользоваться.

На сегодняшний день безусловным лидером внедрения решений цифровизации в России является город федерального значения Москва. К настоящему моменту уже завершена реализация двух программ Правительства Москвы «Электронная Москва» и «Информационный город». Первая позволила оснастить структуры городского управления необходимыми информационными и телекоммуникационными ресурсами. В результате были внедрены система управления оказанием медицинских услуг «Единая медицинская информационно-аналитическая система», система управления образованием «Московская электронная школа», система управления городом «Активный

гражданин», система взаимодействия с бизнесом «Портал поставщиков Москвы», система государственных услуг «Мос.Ру».

Успехи Москвы были по достоинству оценены не только москвичами, но и мировыми аналитиками. Так в 2015 г. Wi-Fi сеть «Московский транспорт» была признана международной ассоциацией Wireless Broadband Alliance лучшей в мире публичной сетью Wi-Fi. В 2017 г. Москва была отмечена премией Всемирной организации электронных правительств городов мира (World e-Governments Organization of Cities and Local Governments, WeGO), а в 2018 г. заняла первое место в рейтинге ООН по уровню оказания электронных услуг [7].

В таблицах 1 и 2 по состоянию на конец 2017 г. приведены параметры, характеризующие кадровую и технологическую стороны готовности населения и организаций к реализации Программы «Цифровая экономика Российской Федерации» составленные автором на основании данных Единой межведомственной информационно-статистической системы (ЕМИСС) [2].

Таблица 1 – Готовность населения к реализации Программы «Цифровая экономика Российской Федерации»

Федеральный округ	Кадровая готовность	Технологическая готовность	
	Цифровая грамотность населения, %	Техническая оснащенность населения, %	Доступ населения к сети интернет, %
Центральный	85,50	78,00	72,60
Северо-Западный	85,60	79,70	76,20
Южный	82,80	77,10	71,50
Северо-Кавказский	74,50	66,00	58,50
Приволжский	80,10	71,40	68,30
Уральский	83,20	73,80	72,50
Сибирский	79,80	69,50	68,40
Дальневосточный	81,50	73,00	73,00
Город Москва	92,60	84,10	79,50

Таблица 2 – Готовность организаций к реализации Программы «Цифровая экономика Российской Федерации»

Федеральный округ	Кадровая готовность	Технологическая готовность	
	Наличие кадров в секторе информационно-коммуникационных технологий, %	Техническая оснащенность организаций, %	Доступ организаций к сети интернет, %
Центральный	2,30	94,93	92,39
Северо-Западный	1,70	95,64	93,27
Южный	1,20	89,33	86,74
Северо-Кавказский	0,90	89,42	85,91
Приволжский	1,40	91,59	88,70
Уральский	1,50	92,39	88,59
Сибирский	1,40	88,67	84,24
Дальневосточный	1,50	93,11	88,57
Город Москва	3,00	99,97	98,85

Анализ показывает, что если в сфере технологического обеспечения ситуация в регионах вполне сопоставима, то в сфере кадрового обеспечения их возможности в значительной мере неравномерны. Кадровое неравенство способно в значительной мере затруднить внедрение цифровых решений.

Само наличие программы такого уровня свидетельствует о понимании со стороны государства важности проблемы, необходимости ускоренного освоения цифровых технологий и их широкого применения во всех сферах экономической и общественной жизни. К сожалению, эта программа пока не нашла своего полного отражения в документах государственного стратегического планирования – стратегии социально-экономического развития и промышленной политике регионов, стратегии территориального развития и т.п. Очевидно, что интенсивное внедрение цифровых технологий существенно повысит уровень конкурентоспособности российской экономики в целом. С учетом того, что многие прямые конкуренты российских компаний уже прошли этот путь будет полезным проанализировать их опыт и дать оценку возможности его имплементации в российских условиях.

В целом институциональная среда в российской экономике весьма благоприятна для внедрения цифровизации – драйверов, которые положительно сказываются на данном процессе, гораздо больше, чем препятствий. Однако, с учетом того, что проекты цифровизации имеют значительное социальное значение, необходима разработка специальных механизмов их реализации с обязательным учетом реальных возможностей регионов России по реализации запланированных мероприятий. При этом одной из ключевых задач стратегии развития страны должно стать сглаживание региональной технологической и кадровой дифференциации.

Кроме того, следует отметить, что в современных экономических условиях, только небольшое число проектов может быть профинансировано государством. Для решения этой проблемы необходимо привлечение в проекты внебюджетных средств. Для этого необходимо рассмотреть возможность применения механизма государственно-частного или муниципально-частного партнерства и разработать необходимые меры государственной поддержки этих направлений (налоговые льготы, субсидии и т.п.).

Список использованных источников:

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

2. Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС). – Режим доступа: https://fedstat.ru/.

3. Кузнецов, Н.В. Государственная программа «Цифровая экономика Российской Федерации»: анализ готовности регионов [Электронный ресурс] / Н.В. Кузнецов // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. – 2019. - №1 (57). Режим доступа: https://eee-region.ru/article/5709/

4. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» [Электронный ресурс]: Распоряжение Правительства РФ от 28.07.2017 № 1632-р. - Режим доступа: http://government.ru

5. Савинова, Е.А. Анализ инновационного развития Брянской области / Е.А. Савинова, В.А. Долганова // Региональная Россия: история и современность. - 2018. - № 1.- С. 227-234.

6. Селиванова, Е.С. Институциональная природа цифровизации российского коммуникационного пространства в системе общественно-политического и корпоративного взаимодействия // Научные ведомости Белгородского государственного университета. – 2018. – № 45. – С. 40–48.

7. Цифровая экономика // Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/779/.

8. Шабашев, В.А. Тенденции цифрового равенства/неравенства в современном мире / В.А. Шабашев, Л.Н. Щербакова // Социологические исследования. – 2016. – № 9. – С. 3–12.

УДК 364.04

Богданова В.С.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ В БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Михалева О.М.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск

Деятельность по социальной защите населения является важнейшей задачей Российской Федерации как социального государства. В статье рассмотрены основные показатели, характеризующие современное состояние системы социальной защиты населения в регионе и меры по защите малозащищенных слоев населения.

Ключевые слова: социальная политика, социальная защита, меры социальной поддержки.

Система социальной защиты населения играет важную роль в реализации задач и целей социальной политики российского государства, являясь одним из механизмов ее реализации. Социальная защита населения как система - это совокупность экономических, социальных, юридических гарантий и прав, социальных институтов и учреждений, обеспечивающих их реализацию и создающих условия для поддержания нормальной жизнедеятельности населения, прежде всего, малозащищенных групп и слоев.

Социальная политика является важнейшей частью общей политики Российской Федерации, поскольку она способствует росту благосостояния граждан и улучшению качества их жизни, занимается удовлетворением не только материальных, но и духовных потребностей людей, способствует улучшению образа жизни граждан [7].

Основы политики в Брянской области в сфере социальной защиты населения, прежде всего, утверждены Уставом Брянской области [1].

Политика в сфере социальной защиты населения Брянской области строится на основе:

а) содействия занятости населения;

б) оказания государственной социальной помощи;

г) развития форм страхования и пенсионного обеспечения;

д) поддержки благотворительной деятельности;

е) предоставления льгот, компенсаций и социальных гарантий инвалидам, ветеранам и т.д.;

ж) ресурсного обеспечения законодательно закрепленных социальных льгот, компенсаций и социальных гарантий.

Вопросам защиты семьи как социального института общества на территории региона отводится большая роль, поскольку в настоящее время в демографической сфере Брянской области наблюдаются негативные тенденции.

Ежегодно показатель численности населения уменьшается, в 2018 г. он составил 1211 тыс. человек (в 2016 г. - 1225,7 тыс. чел., 2017 - 1220,5 тыс. чел.) [6, с.37]. Продолжается рост численности населения старше трудоспособного возраста, и одновременно идет снижение численности населения моложе трудоспособного возраста.

Таким образом, весь комплекс мер социальной поддержки должен быть направлен на преодоление возникающих в сфере социальной защиты населения Брянской области проблем.

Аналогично федеральному законодательству, на территории Брянской области утверждена Стратегия социально-экономического развития Брянской области до 2025 года [4].

Так, приоритетными направлениями в социальной сфере и демографии области названы:

- повышение уровня доходов населения (достижение к 2025 г. уровня среднемесячной заработной платы в размере 54933 руб.);
- удовлетворение потребностей социальной обеспеченности;
- обеспечение занятости населения и др.

Проведение государственной политики в области социальной защиты населения, демографии и поддержки семьи, материнства и детства Брянской области осуществляет Департамент семьи, социальной и демографической политики Брянской области.

Основные мероприятия, направленные на обеспечение социальной защиты населения региона, предусмотрены в государственной программе «Социальная и демографическая политика Брянской области», ответственным исполнителем которой является департамент [5].

За последние годы тенденции развития системы социальной защиты населения в Брянской области постоянно менялись.

За 2014-2018 годы были проведены мероприятия по изменению системы предоставления социальных услуг учреждениями и оказанию мер социальной поддержки населению. В результате проведенных преобразований сформировалась целостная система социальной защиты населения Брянской области.

Однако, несмотря на принимаемые меры, все еще остается ряд нерешенных вопросов, связанных с благоустройством детей, оставшихся без попечения родителей, улучшением жизни людей, попавших в трудную

жизненную ситуацию, положением инвалидов.

По состоянию на конец 2018 года в Брянской области проживает 4057 детей-сирот (аналогичный период прошлого года - 4269). Более 13% населения имеют доходы ниже среднего уровня по Брянской области. В связи с растущей безработицей, повышением цен на коммунальные услуги и товары сохраняется высоким число граждан, нуждающихся в государственной поддержке.

Население Брянской области, нуждающееся в социальной защите, к концу 2018 г. составляет:

1. Инвалиды - 96 128 чел. (в том числе дети-инвалиды - 2 611 чел., инвалиды ВОВ - 384 чел.).

2. Семьи с детьми - 196 400.

3. Дети-сироты - 4 057 чел.

4. Население с доходами ниже прожиточного минимума - 78 549 чел.

В результате катастрофы на Чернобыльской АЭС территория Брянской области оказалась наиболее пострадавшей от загрязнения радиацией. Брянская область - единственная, где имеются все зоны радиоактивного загрязнения. В органах социальной защиты населения Брянской области состоят на учете более 220 тыс. граждан, подвергшихся радиационному воздействию. В том числе - 2,5 тысячи инвалидов и членов семей умерших вследствие радиации, а также более 3 тыс. участников ликвидации последствий данной аварии.

В Брянской области осуществляется государственная поддержка молодых семей. В частности, в рамках подпрограммы «Обеспечение жильем молодых семей в Брянской области» государственной программы «Социальная и демографическая политика Брянской области» молодым семьям, признанным в установленном порядке нуждающимися в улучшении жилищных условий, оказывается помощь в решении жилищных проблем.

Одной из основных причин, по которым молодые семьи не желают иметь детей, является отсутствие собственного жилья. Поддержка же молодых семей при решении жилищной проблемы станет основой стабильных условий жизни для этой наиболее активной части населения, повлияет на улучшение демографической ситуации в регионе [5].

В настоящее время в Брянской области 1845 молодых семей являются участниками подпрограммы (2016 г. – 2183, 2017 г. – 2027).

Всего на территории региона за 2016-2018 гг. 225 молодых семей реализовали свое право на улучшение жилищных условий, 120 из которых – многодетные.

Ежегодно финансирование подпрограммы из областного и федерального бюджетов увеличивается, соответственно, растет количество молодых семей, улучшивших свои жилищные условия. Тем не менее, на текущий период очередь на получение социальных выплат в рамках подпрограммы не малая. Это объясняется тем, что не каждый муниципальный район (городской округ) Брянской области имеет возможность обеспечить софинансирование подпрограммы из местного бюджета. Этот факт, в свою очередь, замедляет продвижение очереди на получение социальной выплаты. Впоследствии часть молодых семей, простоявших несколько лет в очереди, исключаются из

участников подпрограммы в связи с возрастным цензом, и государственную поддержку на улучшение жилищных условий в рамках данной подпрограммы в итоге не получают.

В целях поддержки многодетных семей, в регионе действует Закон Брянской области от 31.01.2017 № 3-З «О бесплатном предоставлении гражданам, имеющим трех и более детей, в собственность земельных участков в Брянской области», согласно которому многодетные семьи имеют право на получение в собственность земельного участка [2]. Семья имеет право на получение в собственность земельного участка для ведения крестьянского (фермерского) хозяйства, либо личного подсобного хозяйства, или садоводства (огородничества) и дачного строительства, а также для строительства жилого дома.

По состоянию на февраль 2019 г. в Брянской области зарегистрировано всего 11 524 многодетных семей, из которых 10 208 подали заявления на предоставление им земельных участков. В настоящее время земельные участки получили 4346 (42,6%) семьи, в том числе 52 в 2019 г.

Также во исполнение Указа Президента Российской Федерации от 07.05.2018 г. № 204 и национального проекта «Демография» в Брянской области разработан региональный проект «Финансовая поддержка семей при рождении детей», который направлен на финансовую поддержку семей при рождении детей, создание благоприятных условий для жизнедеятельности семьи, рождения детей, минимизации последствий изменения материального положения граждан в связи с рождением детей.

Основной задачей проекта является увеличение суммарного коэффициента рождаемости до 1,542 к 2024 г. (коэффициент рождаемости за 2017 г. по Брянской области -1,434) за счет выплаты наиболее значимых мер социальной поддержки для семей с детьми, осуществляемых из консолидированного бюджета, а именно:

- ежемесячной выплаты при рождении (усыновлении) первого ребенка (федеральный бюджет). Размер выплаты 9677 руб. (в 2019 г. – 10029 руб.);
- ежемесячной денежной выплаты, назначаемой в случае рождения (усыновлении) третьего ребенка или последующих детей (федеральный и областной бюджет). Размер выплаты - 8330 руб. (с января 2019 г. – 10029 руб.).
- дополнительного единовременного пособия при рождении ребенка (областной бюджет). Размер пособия 1000 руб.;
- единовременного пособия зарегистрированной многодетной семье при рождении ребенка (областной бюджет). Размер пособия – 2000 руб.
- предоставление областного материнского (семейного) капитала (областной бюджет). Размер областного материнского (семейного) капитала – 100000 руб.

Кроме того, на территории региона выделяются денежные средства на выдачу сертификатов на областной материнский (семейный) капитал. Эта мера социальной помощи осуществляется в целях поддержки семей, имеющих детей, в соответствии с Законом Брянской области «О дополнительных мерах социальной поддержки семей, имеющих детей на территории Брянской области» от 11.10.2011 № 97-З [3].

Таким образом, система социальной защиты населения Брянской области направлена на устранение негативных последствий снижения уровня жизни наименее защищенных слоев общества. На сегодня в Брянской области сформирована организационная структура системы социальной защиты, основными формами которой являются государственное социальное страхование, социальное обслуживание, обеспечение социальными пособиями, льготами и иными социальными выплатами.

Список использованных источников:

1. Устав Брянской области (принят Брянской областной Думой от 20.12.2012) [Электронный ресурс]: //Доступ из справочно-правовой системы «Кодекс».

2. Закон Брянской области «О бесплатном предоставлении гражданам, имеющим трёх и более детей в собственность земельных участков в Брянской области» от 31.01.2017 № 3-З [Электронный ресурс]: // Доступ из справочно-правовой системы «Кодекс».

3. Закон Брянской области «О дополнительных мерах социальной поддержки семей, имеющих детей на территории Брянской области» от 11.10.2011 № 97-З [Электронный ресурс]: // Доступ из справочно-правовой системы «Кодекс».

4. Постановление Администрации Брянской области «Об утверждении стратегии социально-экономического развития Брянской области до 2025 года» от 20.06. 2008 г. № 604 [Электронный ресурс]: // Доступ из справочно-правовой системы «Кодекс».

5. Постановление Правительства Брянской области «Об утверждении государственной программы «Социальная и демографическая политика Брянской области» от 29.12.2018 г. № 735-п [Электронный ресурс]: // Доступ из справочно-правовой системы «Кодекс».

6. Брянская область в цифрах. 2018: Крат.стат.сб. / Брянскстат. - Брянск, 2018. – 180 с.

7. Тяпкина, Е.Ю. Система социальной защиты населения в современной России / Е.Ю. Тяпкина // Nauka-rastudent.ru. - 2017. - № 02 (038).

УДК 338.51

Бондарев В. М.

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОПЕРАТОРОВ СОТОВЫХ УСЛУГ СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

Научный руководитель: д.э.н., доц. Матвеева Е. Е.
Смоленский государственный университет,
Россия, г. Смоленск

Стратегия компаний сотовой связи должна быть разработана с целью развития поощрения каждого участника данного процесса, заинтересованного в выполнении своей роли в обеспечении процветания организации.

Ключевые слова: конкурентоспособность, потенциал компаний, конкурентные преимущества, компаний сотовой связи.

Проведение инновационных преобразований и развитие конкурентного потенциала организации должны основываться на внедрении новых технологий, повышении уровня подготовки кадров, знаний и навыков стратегического управления, маркетинга.

Основными факторами конкурентоспособности операторов сотовой связи являются:

- область покрытия сети
- международный и отечественный роуминг
- дилерские сети
- различные дополнительные услуги
- тарифные планы

Конкурентоспособность организации является комплексным и многогранным понятием, поскольку обобщает оценку конкурентных преимуществ организации в направлении формирования ресурсного потенциала, обеспечения эффективного и устойчивого функционирования, удовлетворение спроса потребителей, требует осуществления систематического мониторинга направленности воздействия значительного количества факторов на конкурентоспособность организации, которые определяют ее видовые проявления.

Конкуренция является важным фактором стимулирования хозяйственной активности субъектов торгового предпринимательства, увеличение разнообразия товаров и услуг, улучшение их качества, снижения затрат и стабилизации экономического роста.

Определение конкурентоспособности организации имеет актуальное и важное значение, как для экономики области, так и для предприятий-товаропроизводителей (что обусловлено ролью торговли как посредника между производителем и потребителем) [1].

Формирование конкурентных отношений в торговле имеет ряд характерных для отрасли особенностей, в частности:

1. Возможность ориентации предприятий торговли на территориально ограниченный рынок, размеры которого зависят от местоположения организации и его транспортной доступности.
2. Реализация посреднической функции торговли базируется на конкурентоспособности товаров и структуре платежеспособного спроса на внутреннем рынке.

Таким образом повысить конкурентоспособность любой компании можно:

– за счет повышения качества товаров на фоне уменьшения затрат;
– внедрения новейших научно-технических достижений;
– привлечения талантливого и высококвалифицированного персонала;
– совершенствования корпоративной культуры;
– информационно – коммуникационных технологий и т.д.

То, что эти мероприятия действительно эффективны, подтверждает рост

финансовых результатов и показателей операционной деятельности различных преуспевающих компаний[2].

Внутреннюю и общую конкурентоспособность на региональном уровне оценим для ведущих операторов ПАО «МТС», «Билайн» и «Мегафон». Доли данных операторов в Смоленской области: МТС – более 29 %, Билайн – около 35 %, Мегафон – около 25 %.

Проведем оценку конкурентоспособности ведущих операторов сотовой связи в Смоленском регионе, отраженных в таблице 1.

Таблица 1-Оценки факторов конкурентоспособности «МТС» и конкурентов по десятибалльной шкале и приведенные к единице

Фактор конкурентоспособности предприятия	«МТС»		«Билайн»		«Мегафон»	
	шкала	приведенная к единице	шкала	приведенная к единице	шкала	приведенная к единице
Конкурентоспособность продукции	5,6	0,56	4,2	0,42	8,8	0,88
Финансовое состояние предприятия	8	0,8	6,6	0,66	7	0,7
Эффективность маркетинговой деятельности	7,8	0,78	7,6	0,76	6	0,6
Рентабельность продаж	7	0,7	7,8	0,78	3,8	0,38
Имидж (марочный капитал) предприятия	7,6	0,76	7,8	0,78	8,2	0,82
Эффективность менеджмента	5,2	0,52	6,6	0,66	5,4	0,54

В целях расчета общей конкурентоспособности применим формулу (1):

$$Э_к = \frac{1}{3} \times П_{иног} \times Н \quad (1)$$

где Эк – оценка конкурентоспособности оператора сотовой связи.

Таким образом, общая конкурентоспособность компании «МТС» равна 12 %, компании «Мегафон» 10 %, «Билайн»-14%.

Внутреннюю конкурентоспособность операторов рассчитывается по формуле (2):

$$КП_{внутр} = \frac{П_{МТС}}{П_{базы}} \quad (2)$$

где: ПМТС – внутренняя конкурентоспособность

Пбаза – внутренняя конкурентоспособность базы сравнения (конкурента или идеала).

Относительная внутренняя конкурентоспособность «МТС» к «Билайн» равна 102,32 %, к «Мегафон» – 113,75 %, к идеалу – 21 %.

Показатели конкурентоспособности ведущих операторов на рынке сотовой связи в Смоленской области рассмотрим в таблице 3.

Из таблицы видно, что относительная внутренняя конкурентоспособность компании МТС выше, чем у ее основных конкурентов. При этом общая

конкурентоспособность данной компании ниже относительно Билайн. Этот факт можно объяснить тем, что при расчете показателя общей конкурентоспособности учитывается доля рынка операторов сотовой связи, а у Билайна самая крупная доля на данном рынке[3].

Таблица 2-Показатели конкурентоспособности

Уровни конкурентоспособности	МТС	Билайн	Мегафон	Идеал
Доля рынка	0,292	0,346	0,2684	0,65
Внутренняя конкурентоспособность	1,228	1,2	1,08	2,6
Общая конкурентоспособность	0,119	0,138	0,09	0,563

В последние годы компании сотовой связи большой тройки изменяют подходы не только в системе ценообразовании услуг мобильной связи, но и в целом миссии организации, в первую очередь, связанную с ассортиментом более выгодных и дешевых клиентских тарифных планов

Предлагаемая нами модель позволяет снизить тарифы для основных пользователей, что видно на рисунке 1.

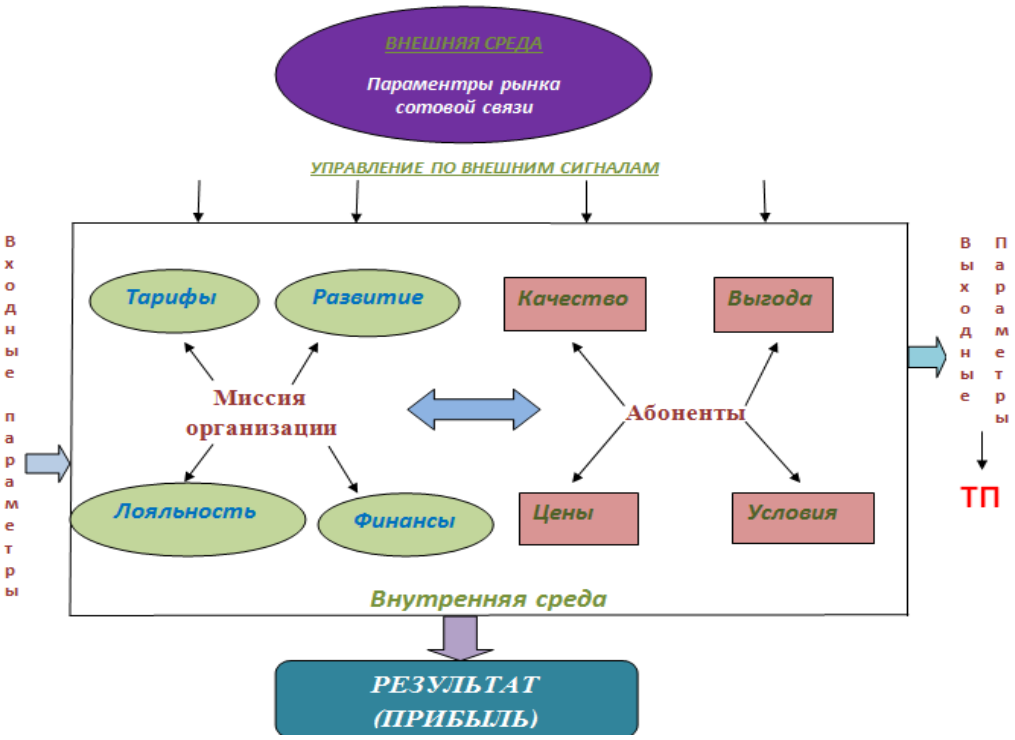

Рисунок 1- Модель, направленная на снижение тарифов для пользователей.

Предложенная модель является оптимальной для всех универсальных сотовых компаний, включащая в себя мониторинг цен, спроса, анализ поведения конкурентов, желания абонентов.

Данная модель будет являться для компаний, а также и абоненты будут иметь постоянно выгодные тарифные планы. Например, вместо ранее предлагавшегося безлимитного доступа в Интернет сотовые операторы уже внедряют пакет интернет-трафика, улучшают качество услуг, проявляя интерес

к росту потребителей, и к услугам конкурентов.

В итоге основными направлениями развития организации услуг сотовой связи можно выделить следующие:

• постоянный мониторинг услуг компаний сотовой связи;

• внедрение системы аудита эффективности финансовой деятельности операторов сотовой связи;

• составление прогнозов стратегических приоритетов развития на базе маркетинговых исследований.

Список использованных источников:

1. Горностаев, Ю.М. Перспективные рынки мобильной связи / Ю.М. Горностаев.- М.:МЦНТИ,2000.-203с.

2. Фомина, Т.А. Анализ рынка операторов сотовой связи/ Т.А. Фомина // Молодой ученый.-2017.-№18.- С.35-36.

3. Леонов, Т.Ю. Тарифное планирование в сетях сотовой связи/ Т.Ю. Леонов// Социальная работа.-2016.- №1.-С.45.

УДК 351.85+338.48

Гаврютина Н.Л.

КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ КАК ФАКТОР ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИЗМА В БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ

Научный руководитель: к.г.н., доц. Куница М.Н.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского, Россия, г. Брянск

В статье анализируются особенности одного из важных факторов территориальной организации туризма в Брянской области – её культурно-исторического потенциала. Выявлены главные черты и региональная специфика туристско-рекреационных районов в контексте их культурного наследия. Отражены ведущие проблемы и направления повышения его аттрактивности в туризме.

Ключевые слова: культурно-исторический потенциал, наследие, памятники истории и культуры, туристско-рекреационный район.

В современный период повышения значения туризма в экономическом развитии российских регионов происходит усиление роли его туристско-рекреационного потенциала как базиса территориальной организации отрасли. В его структуре особое место занимает культурное наследие, что особенно характерно для староосвоенных районов, к которым относится Брянская область. Её отличает значительный и разнообразный культурно-исторический потенциал.

В его структуре выделяются пять основных видов памятников: археологии, градостроительства и архитектуры, истории, искусства и документальные [3]. В области представлены все виды при доминировании исторических (44% общего количества – 2189 объектов) [5]. Удельный вес памятников градостроительства и архитектуры и археологии примерно одинаков (26% и 24%) при невысоком значении монументального искусства (6%). Важна роль и документальных памятников, сконцентрированных в музеях и архивах. Особую роль приобретает

в настоящее время и духовное наследие.

На позиционирование культурно-познавательного туризма большое внимание оказывает категория наследия. Лимитирующим фактором выступает отсутствие в Брянской области объектов Всемирного наследия. «Базовой категорией» являются объекты федерального ранга с наиболее высокой в регионе аттрактивностью, составляющие 26% фонда. Особо выделяются памятники археологии, отражающие длительность развития территории (от палеолита до позднего средневековья). Хотя доминируют объекты регионального значения (64%), однако уровень их ценности уступает федеральному. В данной категории преобладают памятники истории. Менее 10% объектов имеют локальное значение.

Влияние культурного наследия определяется его основными свойствами как ресурса (историчностью, территориальностью, уровнем сохранности, емкостью, степенью уникальности, рекреационной ценностью и аттрактивностью, организующей функцией), способствующих формированию специализации туристских дестинаций и развитию системы туристских маршрутов [3].

Брянская область отличается гетерогенным наследием. Культурно-исторический каркас области – результат длительного и достаточно интенсивного заселения, активного и разнотипного хозяйственного освоения. Он представлен городскими и сельскими центрами с долгой историей развития, усадебными, монастырскими, военно-историческими комплексами, археологическими стоянками, ареалами самобытной культуры (славянской русско-украинско-белорусской, старообрядческими, казацкими традициями и др.), связанными туристскими осями и маршрутами. Ядрами каркаса являются древние города (Брянск, Карачев, Мглин, Почеп, Севск, Стародуб, Трубчевск) и села (Вщиж, Овстуг, Красный Рог), музеи-усадьбы (историко-литературный музей-заповедник Ф.И. Тютчева «Овстуг», литературно-мемориальный музей А.К. Толстого в с. Красный Рог и др.) [4].

В туристско-рекреационной структуре области достаточно четко выделяются четыре туристско-рекреационных района (ТРР): Брянский, Трубчевский, Новозыбковский и Стародубский [7]. Их отличает выраженные структурные и региональные особенности культурно-исторического потенциала, специфика его туристского освоения. Центрами районов являются исторические города – Брянск, Трубчевск, Стародуб, Новозыбков.

Наибольшей концентрацией объектов наследия отличается Брянский туристско-рекреационный район (40% областного) при значительном количестве объектов федерального статуса. В регионе представлены все виды историко-культурных памятников при доминировании градостроительства и архитектуры и истории. Район отличается разнообразием форм церковного зодчества (нарышкинского стиля, русского барокко, классицизма). Особо значимы для развития религиозного туризма Свенский Успенский мужской монастырь и Николо-Одрин женский монастырь. Важный аттрактор – мемориальный историко-литературный музей-заповедник Ф.И. Тютчева «Овстуг». При условии реконструкции интересным объектом может стать усадьба Тенишевых в с. Хотылево с единственным в Брянском крае террасным прибрежным парком.

Большую роль в патриотическом воспитании играют памятники, отражающие активную борьбу солдат Советской Армии и партизан в период Великой Отечественной войны. Хотя воинские захоронения представлены на территории всей области, в Брянском ТРР выделяются наиболее значимые военно-исторические объекты (мемориальные комплексы «Хацунь», «Партизанская поляна», «Базовая стоянка партизанского отряда А.И. Виноградова») [5]. Особая категория – археологические памятники, отражающие историю первобытного человека (палеолитическая стоянка в с. Хотылево), разные этапы средневековья.

Главным туристским центром является г. Брянск, отличающийся высокой концентрацией историко-культурного потенциала (18% объектов Брянщины). Среди доминирующих памятников градостроительства и архитектуры (53% областного наследия) выделяются объекты церковного зодчества, гражданской застройки, промышленной архитектуры. Значимы и 15 археологических объектов федерального ранга, отражающих историческое развитие территории от неолита до позднего средневековья [5]. Необходима активизация продвижения туристского образа Брянска как Города Воинской и Партизанской славы.

Важным фактором повышения аттрактивности культурно-исторического потенциала района является наиболее развитая в области туристская инфраструктура. Здесь функционируют все 17 туроператоров и практически все турагентства области [6]. Район отличает высокая концентрация предприятий размещения и питания, которые ориентированы на разные сегменты туристов. Транспортная инфраструктура обеспечивает возможность реализации туристских маршрутов. Особо значимы федеральные – «Партизанскими тропами Брянщины» военно-исторического профиля, «Продлись, продлись, очарованье…» с посещением усадебного комплекса Ф.И. Тютчева в с. Овстуг. Привлекателен межрегиональный маршрут на стеклодувное производство елочных игрушек в Карачеве, зародившееся как народный промысел. Перспективное направление – создание и продвижение туристских кластеров – «Хрустальный город» в г. Дятьково, «Брянский Кремль»; «Снежетьский» на базе мемориальных комплексов «Хацунь» и «Партизанская поляна».

Трубчевский ТРР отличается высокой концентрацией памятников истории (30% областных), среди которых преобладают посвященные героическим сражениям Великой Отечественной войны. Значим древнерусский «пласт» истории. У д. Кветунь расположен крупный археологический комплекс. Перспективен как аттрактор г. Трубчевск – родина легендарного Бояна. Православные образы связаны с церковными памятниками федерального значения. Выделяются ансамбль Успенской церкви в с. Радогощь Комаричского района и Крестовоздвиженская церковь Севского района (традиции классицизма), Троицкий собор (преобладание барокко) с родовой усыпальницей князей Трубецких и Ильинская церковь с элементами шатрового зодчества в г. Трубчевске. Ядром притяжения паломников является Богородицкая Площанская мужская пустынь в Брасовском районе.

Юго-западный Новозыбковский ТРР занимает первое место по концентрации памятников градостроительства и архитектуры федерального

значения (39%) [5]. Среди них выделяются усадебные комплексы в стиле классицизма – П.В. Завадовского в с. Ляличи Суражского района и П.А. Румянцева-Задунайского в с. Великая Топаль Клинцовского района. Определенный туристский интерес представляют редкие для Брянской области объекты готического стиля, отраженные в архитектуре усадьбы Д.А. Сапожкова (с. Вьюнки) и Спасо-Преображенской церкви (с. Великая Топаль) Клинцовского района. Аттрактором района может стать продвижение туристского образа старообрядческого региона. Архитектуру центров старообрядчества в Злынке, Новозыбкове, Клинцах отличает каменный или деревянный резной декор. Славянские народные традиции данного приграничного региона (ткачество, вышивка и др.) – важный фактор развития туризма. Сохраняющийся образ радиационно загрязненной территории, несмотря на улучшение ситуации, по-прежнему лимитирует туристскую деятельность.

Несмотря на наименьший историко-культурный потенциал (17% от областного) Стародубский ТРР отличает самая высокая концентрация памятников археологии области с выделением доминанты – уникального историко-археологического музея в с. Юдиново Погарского района. Литературно-мемориальный музей А.К. Толстого, расположенный в с. Красный Рог Почепского района наряду с музеем-заповедником Ф.И. Тютчева «Овстуг» в Брянском ТРР является важным аттрактором литературного культурно-познавательного туризма. Значимым фактором привлечения туристов могут стать народные промыслы, в частности производство глиняной игрушки (Мглинский и Унечский районы), изготовление валенок (Почепский район).

Недостаточное развитие туристской инфраструктуры Трубчевского, Новозыбковского и Стародубского ТРР лимитирует функционирование туристско-рекреационной сферы. Основные проблемы повышения аттрактивности культурно-исторического наследия: его сохранение и реконструкция, недостаточный уровень инфраструктурного обустройства территории и информационного продвижения объектов в российском туристском пространстве.

Существуют различные формы включения культурно-исторических ресурсов в систему туристско-рекреационного обслуживания. Наиболее важными являются музейная и экскурсионная деятельность, развитие народных промыслов, а в современный период – формирование туристских кластеров.

В туристском освоении культурного наследия выделяются несколько направлений: экономическое, социальное, культурно-воспитательное и образовательное [3]. В стимулировании экономического, нацеленного на развитие территории, создание новых рабочих мест, усиливается роль коммуникационной маркетинговой стратегии (рекламы, пропаганды). Социальное направление нацелено на формирование познавательного менталитета и патриотическое воспитание населения. Оно реализуется посредством развития экскурсионных программ, проведения мастер-классов культурно-этнографического профиля. В Брянской области осуществляются проекты культурно-познавательного краеведческого образовательного туризма «Живые уроки», на базе областного методического центра «Народное

творчество» действует народная школа-студия «Мастер», лучшие работы которой составляют основной фонд Музея этнографии и ремесел [2].

Историко-культурные ресурсы Брянской области являются фактором развития разных видов культурно-познавательного туризма (исторического, литературного, событийного, религиозного, археологического, этнографического). Эффект «староосвоенного» региона проявляется в разнообразии наследия и в ряде проблем, связанных с необходимостью активизации политики его сохранения, нацеленный на рост конкурентоспособности брянского культурно-исторического туристского продукта.

Одним из ведущих направлений повышения эффективности использования культурно-исторического потенциала является территориальное планирование, в системе методов разработки которого особенно значим программно-целевой. Большое внимание уделено «внедрению» культурного наследия в международные туристские проекты, созданию маршрутов этнографической тематики [5]. Возрастает роль кластерного подхода. Перспективны проекты туристских кластеров – «Снежетьского», «Северодеснянского», «Придеснянского», «Дятьковского», «Судость», «Брянск» [1]. Важна задача стимулирования развития культурно-познавательного пространства Брянской области вследствие реализации на региональном уровне федеральных проектов «Культурная среда», «Творческие люди» и «Цифровая культура» [2].

Эффективное использование культурно-исторического потенциала как фактора территориальной организации туризма Брянской области должно базироваться на концепции адекватного туризма, направленного на сохранение и рациональное использование культурного наследия и традиций региона [3]. Особо значимы следующие принципы: акцентирование внимания на уникальности объектов наследия и «брендинг» территории, активизация политики реконструкции и охраны памятников культуры, формирование у местного населения чувства гордости и ответственности за наследие региона.

Список использованных источников:

1. Ахромеев, Л.М. Кластерный подход к перспективам развития туризма в Брянской области / Л.М. Ахромеев, И.В Шарапаев // Материалы IV Международной заочной научно-практической конференции «Географические проблемы сбалансированного развития староосвоенных регионов». – Брянск: Курсив, 2017. – С. 6 – 19.

2. Государственная программа «Развитие культуры и туризма в Брянской области»: Постановление Правительства Брянской области от 31.12.2018 г. № 759-п. [Электронный ресурс]: // http: //www.kultura32.ru.

3. Кусков, А.С. Рекреационная география / А.С. Кусков, В.Л. Голубева, Т.Н. Одинцова. – М., 2005. – 496 с.

4. Об утверждении схемы территориального планирования Брянской области (с изменениями на 15 апреля 2019 года): Постановление Администрации Брянской области от 14.06.2011 № 528. [Электронный ресурс]: // http://docs.cntd.ru/document/974019972.

5. Перечень объектов, включенных в Единый государственный реестр объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) Российской Федерации [Электронный ресурс]: // http://kultura32.ru/normativnaya-baza/postanovlenie-pravitelstva-bryanskoj-oblasti-ot-31-12-2018-g-759-p-ob-utverzhdenii-gosudarstvennoj-programmy-razvitie-kultury-i-turizma-v-bryanskoj-oblasti.

6. Реестры туроператоров и турагентств Брянской области [Электронный ресурс]: // http://www.russiatourism.ru.

7. Чистобаев, А.И. Территориальное планирование Брянской области: особенности, стратегия, решения / А.И. Чистобаев, О.В. Красовская, С.В. Скатерщиков // Региональные исследования. – 2009. – №1 (22). – С. 43–52.

УДК 332.816.4

Гайдук А.И.,
Шабунио А.В.

ПРОБЛЕМЫ РЫНКА АРЕНДНОГО ЖИЛЬЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Леднёва И.А.
Белорусский государственный экономический университет,
Республика Беларусь, г. Минск
nngaiduk@mail.ru

Жилищный вопрос является актуальным для общества независимо от времени. В данной статье будут рассмотрены проблемы арендного жилья, которое, в свою очередь, выступает средством решения данного вопроса.

Ключевые слова: рынок недвижимости, арендное жилье, проблемы арендного жилья

Развитие рынка аренды положительно сказывается как на состоянии экономики государства, так и на благосостоянии потребителей во всех странах мира. Например, в странах с развивающейся экономикой аренда дает возможность потребителям выбирать место своего жительства в зависимости от их дохода: при его увеличении – проживать в более дорогостоящем жилье, с повышенной комфортностью, при уменьшении – выбирать варианты жилья с более низкими ценами. Что касается беднейших стран, то наличие съемного жилья предоставляет многим жителям возможность для удовлетворения базовых потребностей: питание, образование, медицина.

В Республике Беларусь арендное жилье – это жилое помещение государственного жилищного фонда, которое предоставляется в аренду за плату по договору найма. Право на его получение имеют граждане, которые состоят на учете нуждающихся в улучшении жилищных условий, в порядке очереди. При отсутствии таковых претендовать на получение арендного жилья могут и те, кто не состоит на таком учете. Арендное жилье не подлежат приватизации, обмену, разделу, продаже и предоставлению по договору поднайма [1].

Потребность в строительстве арендного жилья в Республике Беларусь является актуальной проблемой в течение длительного времени. Исходя из

экономической ситуации в стране спрос на арендное жилье является высоким. Сейчас на каждую квартиру приходится порядка 20-30 заявлений от потенциальных арендаторов. Далеко не каждый имеет финансовую возможность приобрести жилье в собственность. Однако стоит отметить, что арендных квартир гораздо меньше, чем количества людей, желающих их получить.

Одной из наиболее важных проблем является то, что граждане, которым предоставляется коммерческое жилье, снимаются с очереди нуждающихся в улучшении жилищных условий. Предпринимаются попытки решения данной проблемы (в отношении многодетных семей), однако на государственном уровне она все еще не является рассмотренной.

Расчет арендной платы за арендное жильё определен постановлением Советов Министров РБ № 1297 от 31 декабря 2014 года. В нем зафиксирована базовая ставка за пользование жилым помещением коммерческого использования государственного жилищного фонда на уровне 0,2 базовых величин за 1 квадратный метр общей площади в месяц.

Формула расчета стоимости арендного жилья выглядит следующим образом:

$$Апл = Рбв \times Рбс \times S \times К,$$

где: Апл – арендная плата; Рбв – базовая величина; Рбс – базовая ставка платы за пользование жилым помещением (0,2 базовых величин); S – общая площадь; К – коэффициент.

Значение коэффициента устанавливается решением областного исполнительного комитета для каждого города и района отдельно [2].

Сейчас ежемесячный платеж за аренду однокомнатной квартиры в Минске составляет 50–100 белорусских рублей в месяц, двухкомнатной – от 200, трехкомнатной квартиры – от 300. Например, «сталинка», которая находится в 1 экономико-планировочной зоне и имеет площадь 70 квадратных метров обойдется в 500 белорусских рублей. В случае получения арендного жилья, арендатор не всегда объективно оценивает свои доходы, что влечет за собой задолженности по оплате жилья и дальнейшее выселение через суд.

Государством осуществляется перевод свободных квартир в коммерческий фонд. Однако в большинстве случаев данные квартиры обладают плохими потребительскими качествами. Также ведется строительство домов доходного типа, однако в будущем ноша для государства может стать неподъемной. Решением данной проблемы является привлечение частных застройщиков. Данного механизма в Республике Беларусь пока еще не разработано. В свою очередь, частный инвестор, нацелен не только на возврат затраченных средств, а и на получение прибыли.

Стоимость квадратного метра арендного жилья периодически пересматривается в зависимости от экономической ситуации в Республике Беларусь, поскольку содержание такого жилья должно быть экономически оправданным. Ведь окупаемость – один из основных принципов формирования государственного фонда данного типа жилья. По подсчетам исследователей, окупаемость арендных домов в Европе составляет около 20 лет. Что касается

Республики Беларусь, срок окупаемости здесь значительно больше. Таким образом, для бизнеса строительство арендного жилья не совсем выгодно, что снижает заинтересованность частных фирм-застройщиков в возведении подобного рода домов.

Сегодня в Республике Беларусь большое количество частных строительных компаний используют заемный капитал, ввиду нехватки собственных средств, и, вследствие этого, предлагают гражданам участие в долевом строительстве. Для изменения ситуации в стране необходимо использование механизмов государственно-частного партнерства. Одним из способов развития данных механизмов является заимствование зарубежного опыта, однако не всегда идеи иностранных государств можно практически и всецело применить в Республике Беларусь, ввиду различного уровня развитости рынка недвижимости. Поэтому привлечение частного (негосударственного) капитала в необходимом объеме на данном этапе является затруднительным.

Таким образом, для решения вышеперечисленных проблем следует обратиться к зарубежному опыту, однако грамотно переносить его на рынок недвижимости Республики Беларусь. Необходимо разработать механизмы стимулирования частных инвесторов, развивать государственно-частное партнерство, а также совершенствовать законодательство в отношении защиты прав арендаторов. Что касается формирования арендной платы, то оно должно быть основано на принципе сопоставимости с доходами населения.

Список использованных источников:

1. Указ Президента Республики Беларусь от 16.12.2013 №563 «О некоторых вопросах правового регулирования жилищных отношений» [Электронный ресурс]: // Доступ из Национального правового Интернет-портала Республики Беларусь.

2. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 31.12.2014 «О некоторых вопросах предоставления жилых помещений коммерческого использования» [Электронный ресурс]: // Доступ из Национального правового Интернет-портала Республики Беларусь.

УДК 332.1

Грабовская Е. А.

МЕХАНИЗМ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В ПСКОВСКУЮ ОБЛАСТЬ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Шаповалова В. Н.
Российская таможенная академия,
Россия, г. Люберцы
gralin@rambler.ru

В данной статье рассматривается инвестиционный климат Псковской области, а также приведены факторы, формирующие его. Представлены основные методы улучшения инвестиционного климата в области и результаты исследования качественных показателей инвестиционной деятельности.

Ключевые слова: инвестиционный климат, Псковская область, факторы, инвестиционная привлекательность.

Псковская область — регион, входящий в состав Северо-Западного федерального округа с административным центром в городе Псков. Она обладает богатой историей, большими перспективами экономического развития и рядом важных конкурентных преимуществ. В первую очередь, это, конечно же, выгодное географическое положение: область находится на границе с тремя государствами: странами — членами Европейского союза: Эстонией, Латвией; Республикой Беларусь, являющейся членом Содружества Независимых Государств.

Псковскую область выделяет и развитая транспортная и инженерная инфраструктура. Проходящие через регион линии автомобильных и железных дорог, соединяет его с крупными экономическими центрами: Москвой, Санкт-Петербургом, а также с портами России и Прибалтики. Этот район обладает большими промышленными, экономическими, научными и кадровыми возможностями и считается одним из крупнейших традиционных культурных центров Российской Федерации.

Нормативно-правовая база инвестиционной деятельности из года в год улучшается, оставаясь устойчивой в своей явно выраженной ориентации на поддержку бизнеса, нацеленного на инвестирование финансовых средств в различные сектора экономики. В Псковской области реализуются крупные инвестиционные проекты в сфере развития аграрного сектора, комбикормовой промышленности, туризма, транспортной логистики и других направлений.

Стоит отметить, что администрация области прикладывает максимум усилий для создания на территории региона благоприятного инвестиционного климата для ведения бизнеса. Эти усилия выражены в предоставлении определенных льгот и гарантий, таких как:

1.Налоговые льготы, сроком на 5 лет: снижение налога на имущество — 0,01 (вместо 2,2%), налога на прибыль — 13,5% (вместо 17%).

2.Государственные гарантии: если инвестор вкладывает собственные денежные средства на финансирование проекта на момент начала его финансирования в размере не менее 30% от объемов инвестиционных затрат.

3.В целях реализации инвестиционных проектов на территории Псковской области существует возможность получения земельного участка без участия в торгах: для масштабных стратегических инвестиционных проектов, для объектов социально-культурного назначения; для объектов коммунально-бытового назначения [1].

4.Расширяется доступ субъектов малого и среднего предпринимательства к ссудному капиталу: предоставляются микрозаймы в размере от 30 тыс. руб. до 1 млн. руб. на срок до 3-х лет, годовая процентная ставка для займов составляет от 8% до 16% в зависимости от приоритетности деятельности, срока займа и целей заимствования [2].

5.Агентством Инвестиционного Развития Псковской области оказываются услуги по сопровождению инвестиционного проекта для

получения согласований и разрешений в органах государственной власти и органах местного самоуправления в нужные сроки.

Таблица 1 - Сопровождаемые инвестиционные проекты

Стадия разработки проекта	Кол-во	Объем инв., млн. руб.
В активной стадии	20	12841,4
В подготовительной стадии	17	24712
Приостановили реализацию	17	17909
Инвест. идеи, предложения, площадки	5	1952,7
Реализовано	18	7030,2
ИТОГО	**77**	64445,3

Исходя из данных таблицы 1, по состоянию на 31 декабря 2017 года, Агентство сопровождает 77 инвестиционных проектов, общий планируемый объем инвестиций по которым составляет 64445,3 млн. рублей. Планируемое количество создаваемых рабочих мест по этим проектам – 9831. Преимущественно, это проекты, реализуемые в сферах сельского хозяйства, лесопереработки и туризма [3].

Кроме того, реализуется подпрограмма «Развитие промышленности и повышение конкурентоспособности промышленных предприятий Псковской области на 2016-2020 годы» «Государственной программы Псковской области «Содействие экономическому развитию, инвестиционной и внешнеэкономической деятельности на 2014-2020 годы». В рамках данной программы в Псковской области выделяются субсидии промышленным предприятиям по наиболее востребованным направлениям, среди которых следующие: модернизация и техническое перевооружение производственных мощностей промышленных предприятий, направленные на создание и развитие производства новой высокотехнологичной конкурентоспособной продукции.

Оказывается активная поддержка экспортно-ориентированным субъектам малого и среднего предпринимательства: организации конференций и переговоров с зарубежными партнерами, участии в международных выставках и ярмарках, организации презентаций продукции за рубежом, бизнес-миссиях; изучении внешнего рынка; разработке сайтов на иностранных языках; в приведении продукции в соответствие с международными сертификатами качества.

Анализируя инвестиционный климат, нельзя не отметить тот факт, что на территории Псковской области в июле 2012 года была создана особая экономическая зона промышленно-производственного типа «Моглино», которая является единственной промышленной зоной на Северо-Западе России.

ОЭЗ ППТ «Моглино» наделена особым юридическим статусом, который дает инвесторам ряд налоговых льгот и таможенных преференций. Издержки инвесторов при реализации проектов в особой экономической зоне в среднем на 30-40% ниже общероссийских показателей. На территории «Моглино» 6 резидентов, объем инвестиций - 2,8 млрд руб., к созданию запланировано 600 рабочих мест [4].

Исходя из данных таблицы 2, мы можем заметить, что в Псковской

области имеется положительная тенденция к росту инвестиций, а следовательно и инвестиционная политика области достаточно успешна. Стоит отметить, что объем инвестиций увеличился почти в 2 раза с 166695 млн. рублей в 2010 году до 31351 млн. рублей в 2018 году [5].

Таблица 2 - Инвестиции в основной капитал

Год	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Млн. руб.	16695	24882	33664	28953	29808	27363	27272	29267	31351
Прирост, в %	102,6	127,4	128,4	84,5	96,9	82,8	93,1	103,4	101,3

Таким образом, Псковская область обладает большим потенциалом дальнейшего экономического роста. Регион продолжает привлекать капитал, и с каждым годом становится все более привлекательным для инвесторов. Необходимо продолжать улучшать инвестиционный климат в области, так как именно эффективная инвестиционная деятельность служит важным рычагом поднятия экономики.

Список использованных источников:

1. Закон Псковской области от 06.10.2015 № 1571-ОЗ
2. Инвестиционный портал Псковской области. URL: http://invest.pskov.ru/gp (дата обращения 01.04.2019)
3. Сводный отчет о результатах деятельности ГАУ ПО «Агентство инвестиционного развития Псковской области» и об использовании закрепленного за ним государственного имущества за 2017 г.
4. Особая экономическая зона Моглино. URL: http://www.moglino.com (дата обращения 06.04.2019)
5. Федеральная служба государственной статистики, URL: http://www.gks.ru/ (дата обращения 07.04.19)

УДК 338

Грецкая Ю.А.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА В РФ

Научный руководитель: д.э.н., доц. Бабич О.В.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск

В статье поднимаются проблемы развития промышленного потенциала региона и страны в целом. Показано, что категория «промышленный потенциал» выступает одной из главных составляющих экономического потенциала региона. В статье сделан вывод о том, что для устранения проблем, тормозящих развитие промышленного потенциала региона, необходимо формирование инновационной промышленной политики.

Ключевые слова: промышленность, производственный потенциал, региональная экономика, программно-целевое управление.

В настоящее время российская промышленность сталкивается с рядом вызовов, от успешности парирования которых зависят контуры ее долгосрочного развития [5].

Первый - формирование и сохранение глобальной конкурентоспособности в условиях «четвертой промышленной революции». Источники роста производительности за счет труда и капитала в большинстве развитых стран исчерпаны: ее динамика замедляется с 2000-х годов. На мировом рынке обостряется конкуренция, в которой стартовые условия для России с каждым годом становятся все хуже. Выход из сложившейся ситуации страны-лидеры видят в «четвертой промышленной революции»: внедрении сетевых технологий, «интернета вещей», взаимной интеграции услуг и производственной сферы. Два ее ключевых последствия - сокращение цикла создания нового продукта и удешевление выпуска. И то и другое означает, что традиционная продукция и, что важнее, традиционные принципы организации производства могут очень быстро устареть, а российская продукция - потерять конкурентоспособность на мировом рынке. За рубежом потенциал «Промышленности 4.0» в полной мере осознан: в ведущих странах уже реализуются государственные программы и проекты, обеспечивающие переход на новый технологический уровень. Если российская экономика промедлит со вступлением в новую фазу развития, то отставание в производительности и, как следствие, в конкурентоспособности может стать системным и непреодолимым в обозримой перспективе. При этом речь идет не только о производственных технологиях, но и о принципах корпоративного управления и структуре рынков.

Второй вызов - ограничение доступности традиционных внешних рынков по внеэкономическим причинам. Важным следствием обострения конкуренции на мировом рынке стала активизация усилий по защите интересов национальных производителей, в том числе с использованием технологических ограничений и запретов для устаревшей продукции. Для преодоления возникающих барьеров, включая политически обусловленные, требуются дополнительные преимущества в конкурентоспособности. Особую роль здесь играет экологическое регулирование. Экологическая политика становится частью условий конкурентоспособности. Идеи «зеленых производств», сокращения загрязнения окружающей среды при производстве и эксплуатации продукции стимулируют возникновение дополнительных требований и условий, в том числе и в России, в форме утилизационных сборов. Планируемые действия стран ЕС по отказу от эксплуатации двигателей внутреннего сгорания на автомобильном транспорте и полному переходу к возобновляемым источникам энергии в сфере электроэнергетики приведут к трансформации целых отраслей мировой экономики - не только добывающих, но и связанных с негативным воздействием на природу: металлургии, химической промышленности и др [6].

Третий вызов - возможность сохранения и развития локальных (внутрироссийских) рынков при исчерпании потенциала экстенсивного роста. Экономический кризис 1998-1999 г. стимулировал развитие российской промышленности: за счет эффекта девальвации и задействования свободных мощностей, созданных в 1980-е годы и не использовавшихся в 1992-1998 гг., она смогла существенно нарастить объем выпуска и во многих случаях осуществить проекты по модернизации. Последствием кризиса 2008-2009 гг.

стала, напротив, постепенная утрата российскими производителями своих позиций на внутреннем рынке. Несмотря на созданный резерв неиспользуемых мощностей, из-за растущего технологического отставания (по экспертным оценкам, доля неконкурентоспособных мощностей составляет от 17% в производстве транспортных средств до 26% в производстве машин и оборудования) к 2014 г. вырос импорт промышленной продукции. При этом суммарный уровень загрузки производственных мощностей в 2014 г. составлял порядка 60% (Широв и др., 2014). В настоящее время неудовлетворенный спрос на российских товарных рынках, как правило, отсутствует, они поделены между участниками. Меры по экстенсивному расширению производства и сбыта за счет искусственной поддержки конкурентоспособности, в том числе через управление валютным курсом, противоречат основам макроэкономической политики Банка России и Правительства РФ [1].

Четвертый вызов для российской промышленности - объективная невозможность решать все вопросы силами государства. Возможности наращивать промышленное производство имеющимися методами в основном исчерпаны. Применение инструментов торговой политики ограничено обязательствами, принятыми при вступлении в ВТО (в том числе снижение средневзвешенных ставок таможенных пошлин для промышленных товаров до 6,41%) и формировании ЕАЭС. Возможности фронтального расширения господдержки ограничиваются сокращением бюджетных доходов, существенным исчерпанием средств резервных фондов, формированием дефицитных бюджетов. С точки зрения эффективности замещения частных инвесторов роль государства в экономике приближается к предельной. Инструментарий государственной промышленной политики, особенно в сфере специализированных форм финансирования (Фонд развития промышленности, проектное финансирование при поддержке Банка России, Российский экспортный центр и др.), в основном уже сформирован и опробован с той или иной степенью эффективности. Фронтальному расширению господдержки препятствуют институциональные причины, когда даже при готовности предоставить госфинансирование на него нет достаточного спроса, с одной стороны, и ограничены возможности его администрирования - с другой [4].

Пятый вызов - совокупность проблем институционального характера, развитие в условиях высокой неопределенности, кризиса доверия и недостатка качественных институтов. Существенным вызовом для промышленного развития выступает малый горизонт планирования, преобладающий и в бизнесе, и в сфере государственного управления. По данным опроса, проведенного РСПП, только в 18,7% компаний приняты долгосрочные стратегии на срок более 5 лет. Будущее рассматривается как плохо предсказуемое, ограничивающее возможности инвестирования. Предприниматели в основном ориентируются на короткие, окупаемые в течение 3-5 лет проекты. Даже с учетом распространения технологий «быстрого старта», модульных решений, снижения роли капитальных сооружений в пользу мобильного оборудования и быстровозводимых конструкций это ограничивает возможности реализации больших,

технологически прорывных проектов мирового уровня. При малых горизонтах планирования инвестиции направляются или туда, где отдача наиболее высокая, или туда, где она гарантирована. В результате в структуре капвложений преобладают сырьевые секторы и традиционные отрасли, а новый высокотехнологичный бизнес и венчурные проекты не получают финансирования [2].

В современной российской экономике наблюдается кризис доверия, когда безрисковые вложения в системообразующие банки (с короткими сроками вкладов) и вывод капитала за рубеж оказываются для бизнеса привлекательнее, чем инвестиции. В инвестиционных проектах по той же причине преобладают кредитные схемы под залог активов предприятий, так как владельцы средств не готовы разделять риски с предпринимателями и предпочитают ограниченный, но гарантированный доход, а собственники предприятий не хотят открывать для инвесторов структуру управления и делиться правом собственности. При этом институциональная среда находится за рамками даже расширенного понимания промышленной политики и предстает для промышленных предприятий таким же внешним риском, как макроэкономические факторы [1].

Шестой вызов - деятельность в условиях отрицательной динамики человеческого капитала. Численность населения трудоспособного возраста в России сокращается: если в 2002 г. она составляла 88,9 млн человек, то на начало 2016 г. - 84,2 млн (по данным Росстата). Одновременно в силу возрастающей сложности промышленных систем и «четвертой промышленной революции» девальвируются ранее накопленные знания и навыки у имеющегося персонала. При возросшей по сравнению с 1990-ми годами мобильности человеческого капитала трудоспособные высококвалифицированные промышленные работники рабочих и инженерных специальностей становятся дефицитным ресурсом, ограничивающим потенциал промышленного развития. По данным обследований Росстата, недостаток квалифицированных рабочих в числе факторов, ограничивающих развитие, в последние годы называют не менее 20% промышленных предприятий, что ставит этот фактор в один ряд с конкурирующим импортом и изношенностью оборудования. В этих условиях продление трудовой активности старшего поколения оказывается лишь временной мерой, а кадровые ограничения могут стать не меньшим препятствием для развития высокотехнологичной промышленности, чем недостаток доступного финансирования [7].

Последний, седьмой вызов - развитие в условиях исторически сложившихся экономических, политических и социальных ограничений. Даже через 25 лет после распада СССР российская экономика функционирует под воздействием социальных и политических факторов, основа которых была заложена в советское время. К их числу относятся высокая значимость вопросов обороны и безопасности при организации, размещении и развитии промышленных производств, сложившиеся инфраструктурные сети, логистические маршруты и производственные связи, территориальное размещение производственных комплексов и отраслей промышленности, включая во многом специфическую для постсоветского пространства проблему

моногородов, высокая социальная нагрузка, значительная роль социальных факторов при принятии управленческих решений [8].

Целью промышленной политики должна стать диверсификация присутствия России на мировых товарных рынках и рынках услуг - это прямо следует из необходимости изменить отраслевую структуру российской экономики. Иными словами, нужно существенно увеличить объемы выпуска и экспорта промышленной продукции по двум-пяти стратегическим конкурентным позициям - целевым нишам на глобальных рынках.

Для достижения такой цели требуется повысить роль промышленного производства в структуре российской экономики с точки зрения создаваемой добавленной стоимости. В ходе реализации стратегии развития промышленности надо обеспечить опережающие темпы роста промышленного производства относительно других отраслей. Таким образом, при постановке задач промышленной политики государство должно реагировать на существующие вызовы и риски в процессе разработки основных направлений своих действий [3]:

– обеспечить достаточный объем и качество инвестиций в промышленное развитие (инвестиционная политика);

– способствовать достижению устойчивых рыночных позиций на внутреннем и мировом рынках (экспортоориентированное развитие и импортозамещение);

– стимулировать технический прогресс в промышленности на основе массового применения новых поколений продуктовых и технологических платформ (технологическая политика);

– ослабить действие внутренних инфраструктурных и ресурсных ограничений (территориальное планирование и логистика);

– оптимизировать свое участие в промышленной сфере (принадлежащие государству промышленные производства и государственное регулирование);

– поддерживать баланс между экономическими и социальными целями развития (социальные аспекты промышленной политики).

Список использованных источников:

1. Бабич, О.В. Адаптация деятельности промышленного предприятия путем формирования эффективной стратегии: монография / О.В. Бабич. - Брянск: БГТУ, 2014. – 187 с.

2. Бабич, О.В. Инновационная составляющая развития производственного потенциала региона / О.В. Бабич, Т.Г. Пусь // Экономика и предпринимательство. – 2017. - №8 (ч.3) (85-3). – С. 329-332.

3. Балабанова, А.В. Факторы экономического роста / А.В. Балабанова // Ученые записки Российской Академии предпринимательства. - 2017. - Т. 16. №3. - С. 9-27.

4. Бандурин, Р.А. Анализ экспортного потенциала агропромышленного комплекса Брянской области / Р.А. Бандурин // Никоновские чтения. - 2017. - №22. - С. 184-186.

5. Игольникова, И.В. Стратегические факторы социально-экономического

развития региона / И.В. Игольникова, А.А. Аксенов // Экономика. Социология. Право. - 2018. - №4(12). - С. 40-43.

6. Митюченко, Л.С. Развитие социально-экономической сферы через малый бизнес / Л.С. Митюченко, Л.В. Куцев // Экономика и предпринимательство. 2017. - №12-3 (89). - С. 470-474.

7. Чернышова, И.Г. Развитие инновационного потенциала Брянской области / И.Г. Чернышова // Инновационный путь развития экономики регионов. Сборник трудов второй международной научно-практической конференции. - 2014. - С. 303-310.

8. Babich, O.V. Innovative process management model given the dynamic capabilities of an industrial enterprise / O.V. Babich, L.S. Mityuchenko, I.G. Chernyshova // 31st International Business Information Management Association Conference (IBIMA): 25-26 April 2018, Milan, Italy. – P. 6557-6565.

УДК 330.59

Ермашкевич А.А.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ

Научный руководитель: к.п.н., доц. Фещенко В.В.
ФГБОУ ВО Московский авиационный институт (национальный исследовательский университет), г. Москва
lex733889@mail.ru

В данной статье будет рассмотрены основные направления совершенствования управления качеством жизни населения Брянской области, а также представлена информация об особенностях современных проблем по управлению качеством жизни населения региона.

Ключевые слова: управление, качество жизни, региональное управление.

В настоящее время большое внимание уделяется проблемам повышения качества жизни населения в региональной и национальной политике. Процесс управления качеством жизни, направленный на улучшение качества жизни всех групп населения и предоставление всем жителям равных возможностей для получения различных социальных льгот, станет ведущим фактором развития региона и страны в целом.

Для повышения качества жизни населения Брянской области определены следующие приоритетные направления в сфере здравоохранения (финансируются из бюджета субъекта Российской Федерации) [1, с. 151]:

– обеспечить всем слоям населения бесплатную медицинскую помощь в гарантированном объеме и гарантированном качестве, что предусматривает разработку и реализацию соответствующей государственной программы гарантирования бесплатной медицинской помощи жителям Брянской области;

– укрепление материально-технической базы учреждений здравоохранения области, в том числе приведение ее в соответствие со

стандартами лечебно–диагностического процесса;

– обучение медицинского персонала, в том числе работающих в поликлиниках;

– разработка ресурсов госпитальных форм и видов лечения;

– улучшение лечения рака;

– улучшение акушерских услуг;

– развитие перинатальных услуг;

– развитие системы платных медицинских услуг; способствовать развитию частных диагностических центров; развитие добровольного медицинского страхования за счет организаций всех форм собственности;

– внедрение системы первой помощи пострадавшим в дорожно-транспортных происшествиях и других авариях.

– оказание паллиативной помощи нуждающимся.

Более 530 миллионов рублей выделено в 2018 году из бюджета Брянской области на приобретение медицинского оборудования. Торги на 418 миллионов рублей уже прошли, заказчики приобрели 79 единиц оборудования. Часть его поставлена в учреждения здравоохранения области, другая – будет поставлена в ближайшее время.

15 июня 2018 года при департаменте здравоохранения была создана комиссия по оценке обоснованности приобретения медицинского оборудования учреждениями здравоохранения Брянской области. Все оборудование стоимостью более 100 тысяч рублей проходит обязательное согласование на комиссии, проводится анализ документации на соблюдение норм действующего законодательства, в том числе с целью обеспечения принципов открытости, прозрачности, конкурентности, изложенных в ст.7,8 № 44–ФЗ »О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для государственных и муниципальных нужд» [5, с. 470].

Предлагаем провести мероприятия по профориентации и психологической подготовке молодежи к работе в медицинских учреждениях. Необходимо активно участвовать в управлении здравоохранения Брянской области, привлекая важных фрилансеров, опытных работников и ведущих специалистов здравоохранения региона.

Основные направления довузовской профориентации:

– предоставление полной информации о медицинских профессиях, сети медицинских учебных заведений, порядке их утверждения и условиях их обучения;

– предоставление медицинской консультации студентам образовательных учреждений по выбору медицинской профессии, лекций по истории здравоохранения и успехам российских врачей;

– проведение работы с родителями студентов (лекции, встречи, индивидуальные консультации);

– введение студентов в медицинскую профессию через общение с представителями медицинских специальностей.

Мероприятие по повышению репутации и социальной значимости медицинской профессии.

Планируется создание социальной рекламы в рамках программных мероприятий – видеороликов по различным направлениям медицинской деятельности медицинских организаций региона – для информирования общественности о работе врачей, что не только повышает юридическую компетентность пациентов, но и показывает, что медицинское сообщество ведет диалог с населением и что врачи заинтересованы в эффективности их работы.

Участие медицинских работников в цикле телевизионных историй позволяет говорить о том, как они способствовали формированию стабильной жизни в Брянской области.

Формат диалога позволит объяснить многие вопросы населению региона и подготовить формирование мнений по различным аспектам медицинской практики для освещения медицинских вопросов.

Также предлагается подготовка медицинских кадров в учебных заведениях. Оплата обучения студентов по целевой подготовке.

Профессиональное обучение – это комплексная, постепенная система управления профессиональным развитием человека с учетом его индивидуальных особенностей.

Ежегодно департамент здравоохранения Брянской области заключает договоры о целевом приеме абитуриентов – жителей Брянской области с медицинскими вузами на бюджетной основе (за счет средств федерального бюджета).

Брянской области, учреждением здравоохранения и заявитель).

По прежнему актуальной для нашего региона остается проблема паллиативной помощи.

Пациенты всех возрастов, страдающие тяжелыми неизлечимыми заболеваниями, нуждаются в квалифицированной медицинской помощи и уходе, а также в социально–психологической, духовной и моральной поддержке. В Брянской области вид паллиативной помощи осуществляется, но говорить о качестве и доступности при отсутствии достаточного коечного фонда и хосписа практически невозможно.

Анализ мониторинга ОНФ показал, что потребность региона составляет 343 паллиативных койки, в то время как в наличии только 47 коек сестринского ухода. Необходимо рассмотреть возможность создания хосписа в Брянской области [2, с. 46].

Современная реальность такова, что многие пожилые люди оказываются, что называется, «за бортом» жизни. Поэтому нужно работать не только с пациентами, но и с их семьями: родственники должны получать необходимую всестороннюю информацию. В сложившейся ситуации на сегодняшний день мы имеем примеры того, что люди, которые нуждаются в паллиативной помощи, попадают в частные пансионы, которые фактически обеспечивают уход, но не могут купировать болевой синдром, люди живут в муках. Представители медицинского сообщества поддержали мнение об актуальности развития направления паллиативной помощи в области. ГБУЗ «Севская центральная районная больница» на сегодняшний день это практически

единственное медицинское учреждение в области, которое имеет лицензию на оказание амбулаторной и стационарной паллиативной помощи, а также обученный персонал.

Необходимо разработать предложения, направленные на повышение качества и доступности паллиативной помощи в Брянской области. Так, предлагается при формировании бюджета в сфере здравоохранения на 2019–2020 гг. выделить дополнительные средства на открытие отделений паллиативной помощи в медицинских учреждениях региона [4, с. 247].

Также предлагается создание выездной патронажной службы паллиативной помощи. Общественники также отметили важность развития социального волонтерства с привлечением студентов и школьников.

Реализации предлагаемых мер по улучшению состояния здоровья населения Брянской области являются:

1) Сокращение стационарной медицинской помощи.

2) Увеличить объем амбулаторной медицинской помощи.

3) Снижение смертности за счет своевременного, доступного, квалифицированного медицинского обслуживания.

4) Снижение детской смертности.

5) Оказание паллиативной помощи в регионе, увеличение числа койко–мест в регионе.

Для достижения основных целей развития образования, интеллектуального, профессионального и культурного сотрудничества населения рекомендуется сосредоточить внимание на следующих приоритетных направлениях [3, с. 89]:

– реализация мер по модернизации региональной системы образования, перечисляемых из целевых средств федерального бюджета, областного бюджета и внебюджетных фондов;

– национальная независимая система сертификации учебных заведений и контроля качества образования;

– обеспечение и обновление материально–технической базы учебных заведений и региональных поставщиков ПО;

– совершенствование системы переподготовки и подготовки педагогических кадров;

– развитие дополнительного образования у молодежи;

– разработка системы дистанционного обучения для детей с ограниченными возможностями;

– определение порядка предоставления дополнительных услуг в школах за плату.

Следующие воздействия планируются в реализации вышеупомянутых мероприятий по развитию образования:

1) Создание модернизированной электронной базы данных дистанционного обучения для детей с ограниченными возможностями, которая будет способствовать их обучению в общеобразовательных программах.

2) Создание эффективной региональной системы сертификации, переподготовки и подготовки педагогических кадров.

3) Повышение качества состава научных и педагогических кадров.

Приоритетными мерами по улучшению социального обеспечения малообеспеченных групп населения в Брянской области являются:

– создать условия для адресной социальной помощи малообеспеченным гражданам путем разработки механизма предоставления пособий и выплат;

– создание сети государственных социальных служб;

– учет особых потребностей наиболее уязвимых групп населения (инвалидов, пожилых людей и детей);

– медицинская и социальная поддержка больных, пожилых людей и инвалидов.

Реализация мер по улучшению социального обеспечения малообеспеченных групп населения дает следующие результаты:

1) Увеличение доли малообеспеченных граждан, получающих социальные пособия.

2) Увеличить долю пожилых людей и людей с ограниченными возможностями, получающих пособия от социальных служб.

3) Улучшение медико-демографической ситуации в регионе.

Реализация всех вышеперечисленных мер по достижению высокого качества жизни населения региона возможна, если администрация сосредоточит свое внимание на основных проблемах, препятствующих развитию человека в регионе.

Для решения этих проблем государственные органы региона должны определить приоритетные направления своей деятельности. Для достижения этих стратегических целей вам необходимо:

• увеличение доходов населения;

• развитие инфраструктуры;

• Привлечение инвестиций.

Реализация этих целей будет обеспечиваться благодаря действиям органов исполнительной власти и на основе долгосрочных программ развития региона в каждой из ключевых областей (долгосрочная целевая программа развития транспортной системы). Брянской области на 2018–2020 годы, долгосрочная программа «Энергосбережение и энергоэффективность Брянской области до 2020 года»).

Список использованной литературы

1. Илюхина, С.В. Политико-экономические вопросы экономического роста страны и регионов / С.В. Илюхина, В.Н. Лавров, Т.В. Бурцева / В сборнике: Урал – XXI век: регион инновационного развития Материалы II Международной научно-практической конференции. В 2-х томах. Ответственные за выпуск: Я.П. Силин, Е.Б. Дворядкина. 2017. С. 151-158.

2. Лавров, В.Н. Основные направления повышения социально-экономического благосостояния народонаселения России / В.Н. Лавров, Т.В. Бурцева, К.С. Семенюк // Вестник Уральского института экономики, управления и права. 2017. № 3 (40). С. 45-49.

3. Тихомирова, В.В Направления совершенствования формирования и использования финансовых ресурсов социальной защиты населения / В.В.

Тихомирова // Часопис економічних реформ. 2018. № 2(30). С. 86-92.

4. Фещенко, В.В Развитие инновационной деятельности как основа финансовой стабильности предприятия В.В. Фещенко, В.Ю. Сысоева // Финансовая экономика. 2018. № 8. С. 246-249.

5. Фещенко, В.В Управление социально-экономическими системами на основе когнитивных технологий / В.В. Фещенко // В сборнике: Управление социально-экономическими системами и правовые исследования: теория, методология и практика Материалы международной научно-практической конференции. 2017. С. 463-473.

УДК 332.1

Ермоленко Д.А.

МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫМ КЛИМАТОМ НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Шаповалова В.Н.
Российская таможенная академия,
Россия, г. Люберцы
diana917@mail.ru

Рассмотрена инвестиционная привлекательность Новгородской области. Выделяются основные факторы, формирующие благоприятный инвестиционный климат в регионе. Указаны основные показатели деятельности иностранных и отечественных инвесторов на территории региона. Сделана попытка сделать прогнозы объема инвестиций и развития области.

Ключевые слова: экономика, региональная экономика, Новгородская область, инвестиционный климат, инвестиции.

Новгородская область — субъект Российской Федерации, расположенный на северо-западе европейской части страны. Административный центр области — Великий Новгород – один из наиболее древних и известных городов нашей страны, возникший еще в 859 году. Его выгодное географическое положение, сохранившиеся архитектурные памятники, а также уникальное политическое положение сквозь многовековую историю России делают этот город (и всю область) одним из наиболее интересных для анализа в экономическом плане.

На данный момент Великий Новгород входит в Ганзейский союз Нового времени (первый российский город, вступивший в союз в 1993 г.), который ставит перед собой цели развития торговли и туризма, сохранения ганзейского духа и культуры, внести вклад в единство Европы. Это говорит о передовых позициях Новгородской области касательно экономической, политической и социальной стабильности.

Стоит отметить, что экономика данного региона характеризуется стабильным ростом на протяжении последних лет, что подтверждается многими показателями. Так, в 2018 году Новгородская область заняла 29 место в плане благоприятного инвестиционного климата, улучшив показатели на 24 позиции.

Высокий уровень привлекательности этого региона для инвесторов, в

частности, определяется выгодным географическим положением (благоприятный климат, сырьевая база), благоприятной инвестиционной средой (льготное законодательство), развитой инфраструктурой (железнодорожные магистрали), наличием высококвалифицированных трудовых ресурсов, высоким уровнем НИОКР и т.д.

У Новгородской области довольно развитая и многоотраслевая экономика. Регион имеет индустриально-аграрную специализацию, а территория богата полезными ископаемыми происхождения (глины, известняки, пески и пр.). По запасам торфа Новгородская область занимает лидирующее место в европейской части страны [1].

Инвестиционная стратегия Новгородской области до 2020 г. подчеркивает необходимость привлечения инвестиций (иностранных в том числе) путем мер государственной поддержки (предоставление инвестиционных налоговых кредитов, субсидирование части процентной ставки по банковским кредитам), льготного законодательства (на имущество, аренду земли и пр., созданы стратегии развития региона до 2030 г., сократилось количество проверок бизнеса на 30%, а также оказание поддержки властями бизнесу с вложениями от 150 млн. руб.). Статистика по инвестиционному климату Новгородской области подтверждает относительный успех применяемых мер.

С 2008 года реализовано более 130 инвестиционных проектов с объемом более 50 млн. рублей в химическом, целлюлозно-бумажном производстве, машиностроении, сельском хозяйстве, транспорте, торговле, сфере услуг крупными отечественными и зарубежными инвесторами: ИКЕА, Газпром, Ростелеком, Монделез Интернешнл и т.д. В портфеле инвестиционных предложений на 2018-2019 гг. находятся 35 проектов с общим объемом инвестиций 125 млрд. руб.

Таблица 1 – Объем инвестиций в основной капитал, млн. руб.

Год	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Рублей, млн.	39454	38031	45000	53063	61369	69336	78742	70832

Из таблицы 1 [2] можно сделать вывод о том, что инвестиционная стратегия развития региона в целом довольно успешна, так как объем инвестиций в основной капитал вырос почти в два раза с 39454 млн. руб. в 2010 г. до 70832 млн. руб. в 2017 г. (почти в два раза).

Таблица 2 – Инвестиции в основной капитал по источникам финансирования, %

Годы	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Инвестиции в основной капитал - всего	100	100	100	100	100	100	100	100
собственные средства	22,5	36,0	37,7	43,8	41,1	34,4	29,1	24,1
привлеченные средства	77,5	64,0	62,3	56,2	58,9	65,6	70,9	75,9

Значительную долю инвестиций Новгородской области составляют привлеченные средства – около 70%. Из них большую часть составляют бюджетные средства из федерального бюджета. Наименьшую долю занимают средства государственных внебюджетных фондов (около 0,1-0,2%), а также

средства местного бюджета (0,5%) [3]. Наблюдается зависимость региона от федерального бюджета, однако имеющиеся ресурсы распределяются рационально.

Для обеспечения рационального использования земельных ресурсов при размещении производительных сил и строительстве объектов недвижимости создана и поддерживается в актуальном состоянии база данных «Свободные индустриальные площади Новгородской области», включающая 370 площадок, расположенных на территории муниципальных районов и пригодных для размещения новых производств. Сформирован реестр потенциальных инвестиционных площадок, площадью от 100 га для создания индустриальных парков [4].

Привлечение инвестиций в создание новых высокотехнологичных производств, развитие сферы услуг приблизит область к достижению следующих целей: формирование активно растущей экономики с развитой инфраструктурой; диверсификация экономики, за счет развития добывающей отрасли и вовлечения в хозяйственный оборот сырьевых ресурсов; инновационное развитие промышленности; развитие сельского хозяйства, внедрение передовых технологий.

Несомненно, Новгородская область может стать одним из ведущих регионов Российской Федерации (наряду с Москвой, Республикой Татарстаном, Тюменской областью и пр.). Для этого необходимо продолжать улучшать инвестиционный климат путем совершенствования законодательства, привлечения средств федерального уровня, строительства и развития инфраструктуры и т.д.

Список использованных источников:

1. Областной закон Новгородской области от 27.06.2012 №224-5 ОД «О стратегии социально-экономического развития Новгородской области до 2030г.»

2. Инвестиции в России. 2017: Стат. сб./ Федеральная служба государственной статистики (Росстат). М., 2017

3. Инвестиции. 2018: Стат. сб. / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Новгородской области (Новгородстат). В.Н., 2017.

4. Инвестиционный портал Новгородской области. URL: https://novgorodinvest.ru.

УДК 334.01

Жафяров А.Х.

МАЛЫЙ БИЗНЕС КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

Научный руководитель: к.э.н., доц. Михалева О.М.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
molgam13@mail.ru

В статье рассмотрены законодательные норы регулирования малого бизнеса. Определены критерии для характеристики малого предпринимательства в Российской

Федерации. Представлена характеристика ключевых свойств малого бизнеса.

Ключевые слова: малый бизнес, малое предпринимательство, экономический рост.

В настоящее время малый бизнес является важным сектором экономики и фактором экономического роста и развития. Ключевой ролью малого бизнеса является формирование новых рабочих мест. В связи с этим развитие малого бизнеса является стратегическим приоритетом современной экономической политики государства.

В научной литературе отсутствует однозначное определение сущности бизнеса в качестве системы и малого бизнеса в качестве подсистемы или особого типа бизнеса. В исследованиях Д. Стоунера и Э. Долана отмечено, что бизнес выступает в качестве деятельности на частных предприятиях, производящих товары и услуги, стремящихся к получению прибыли и конкурирующих друг с другом.

Сущности бизнеса и предпринимательства посвящены исследования многих зарубежных и отечественных ученых, поскольку с развитием рыночной экономики роль бизнеса усиливается, а ведущими экономическими субъектами становятся субъекты системы малого бизнеса. В научной литературе нет однозначного определения сущности бизнеса как системы и малого бизнеса как подсистемы или особого типа бизнеса.

В настоящее время нормативно-правовое регулирование развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации основывается на Конституции Российской Федерации и Федеральный закон от 24.07.2007 г. №209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [1].

К основным свойствам малого бизнеса с точки зрения системного подхода относятся:

1. Целостность означает совместное функционирование элементов, составляющих совокупный процесс функционирования самой системы как единого целого. При этом для системы малого бизнеса характерны наличие эффекта синергии, когда дополнительная единица эффективности является результатом отлаженного взаимодействия факторов и единство многообразия форм, организационных аспектов [4].

2. Взаимодействие с внешней средой означает, что система реагирует на воздействие внешней среды, ее свойства формируются и сохраняются, а также развиваются именно под воздействием факторов этой среды (прямого и косвенного воздействия), при этом сила и интенсивность влияния факторов определяют устойчивость, адаптивность и качественную определенность системы малого бизнеса. Без взаимодействия с внешней средой система малого бизнеса как открытая система не может функционировать.

3. Структурность означает наличие внутреннего строения и способа организации объекта как целостной системы, характеризующейся совокупностью разнородных элементов, их взаимосвязями и взаимообусловленностью, функциональными особенностями, мобильностью. Так, система малого бизнеса может быть структурирована по субъектам -

участникам (предприниматели, потребители, наемные работники, государство), по организационно-правовым формам, по территориальному или отраслевому признакам и так далее.

4. Иерархичность означает возможность декомпозиции (например, по целям), структуризации (по уровням) и рассмотрения отдельных компонентов системы как подсистем в зависимости от степени сложности, точности, возможностей и срочности решаемой относительно системы малого бизнеса проблемы.

5. Множественность описания системы малого бизнеса связана с невозможностью познания всех ее параметров и свойств ввиду ее сложности, вариативностью, неопределенностью, наличием большого числа неформализованных процессов, протекающих во внутренней и внешней среде функционирования, способностью к развитию и эволюционному обновлению.

6. Эволюция означает, прежде всего, непрерывность функционирования, которая обусловливает само существование системы малого бизнеса как организационной формы, в которой функционирование компонентов определяет характер функционирования системы в целом и наоборот, ее способность к развитию и эволюции [3].

7. Целенаправленность означает целевую ориентацию и множественность целей и задач, сознательно организуемых форм малого бизнеса в социально-экономическом локальном пространстве, глобальным критерием достижения которых является показатель эффективности.

8. Самоорганизация или стремление к состоянию устойчивого равновесия предполагает адаптацию достигнутых результатов к новым, определяемым системой в результате полученных возмущений во внешней среде, посредством их сглаживания или приспосабливаемости.

9. Альтернативность означает возможность выбора варианта функционирования и развития системы малого бизнеса в условиях неопределенности будущих условий и ситуаций с учетом различных видов риска. Вариант обусловливается группой субъективных и объективных факторов. Так, устойчивое развитие рыночных общественно-экономических отношений способствует позитивному развитию системы малого бизнеса. Становление рыночных институтов, здоровой конкуренции, рост гражданского правосознания, неизменность норм, правил и обычаев делового оборота повышает устойчивость системы малого бизнеса.

10. Наследственность означает закономерность передачи на отдельных стадиях развития (эволюции) определяющих (объективных) признаков системы (доминантных и рецессивных), что в настоящее время является инновационным знанием для социально-экономических систем в целом и для системы малого бизнеса в частности, поэтому мало используется с точки зрения прикладного аспекта.

11. Приоритет качества является основным наследственным признаком системы, обеспечивающим ее выживаемость и развитие, что подтверждается множеством исследований самых различных систем, это практически историческая данность цивилизационного развития. Высокое качество - долго

удерживаемое преимущество. Это подтверждается даже на небольшом временном отрезке возрождения предпринимательства в России: от кооперативов начала перестройки до высокотехнологичных субъектов малого бизнеса, от хаоса к сравнительно упорядоченным отношениям рыночной экономики настоящего.

12. Надежность системы малого бизнеса означает возможность (бесперебойность) функционирования при отказе от проектных значений одной из компонент, сохраняемость параметров и устойчивость системы, перспективность политики в течение определенного времени.

В соответствии с Федеральным законом от 24.07.2007 г. №209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» численность работников для каждой категории субъектов малого предпринимательства составляет:

– от 15 до 100 человек включительно для малых предприятий;
– до 15 человек для микропредприятий [1].

Предельные значения выручки от реализации товаров для субъектов малого предпринимательства утверждены Постановлением Правительства РФ от 04.04.2016 г. №265 «О предельных значениях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства»:

– до 120 млн. руб. для малых предприятий;
– до 800 млн. руб. для микропредприятий [2].

Таким образом, для экономики страны деятельность малого бизнеса является важным фактором повышения гибкости отечественной экономики. Малым предпринимательством признается предпринимательская деятельность, осуществляемая определенными субъектами рыночной экономики по установленным законом критериям.

Список использованных источников:

1. Федеральный закон от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ (ред. 03.08.2018) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/

2. Постановление Правительства РФ от 04.04.2016 г. №265 «О предельных значениях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства» [Электронный ресурс]. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_196415/

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. Современное состояние и направления развития малого бизнеса в регионе / Михалева О.М., Вороная Е.В. // Финансовая экономика. - 2018. - № 5. - С. 1337-1341.

УДК 332.8

Жилинская А.В,
Шаминская С.С.

ОЦЕНКА ДОСТУПНОСТИ ПОКУПКИ ЖИЛЬЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Прыгун И.В.
УО «Белорусский государственный экономический университет»,
Беларусь, г. Минск
alinkaabc@mail.ru

В данной научной работе рассмотрен такой экономический показатель, как коэффициент доступности жилья. Он был применен непосредственно к недвижимому имуществу в Республике Беларусь и сравнен с уже рассчитанным коэффициентом в Российской Федерации. Также был рассмотрен альтернативный способ приобретения недвижимого имущества - кредит. Произведены расчеты по выплатам кредита и сделаны соответствующие выводы.

Ключевые слова: недвижимость, коэффициент доступности жилья, анализ рынка недвижимости, кредитование.

На сегодняшний день в Республике Беларусь существует такая проблема, как доступность жилья гражданам, что связано с рядом различных факторов:

- невысокий уровень средней заработной платы граждан Республики Беларусь;
- высокая стоимость жилья в Республике Беларусь;
- невыгодные условия жилищного кредитования в Республике Беларусь [1, 3, 5].

Именно этими проблемами и обусловлена актуальность выбранной темы.

На примере однокомнатных квартир города Минска был проведен анализ условия кредитования двух белорусских банков:

- Технобанк: если средняя цена однокомнатной квартиры в Минске 52800$, что составляет 111534 бел р, ставка - 14%, а максимальный срок кредитования 180 месяцев, то ежемесячный платёж будет варьироваться от 1785 р. в первый месяц и до 582 р. в последний, причем переплата 115477 р. Можно отметить, что наблюдается увеличение почти в два раза [7].
- Беларусбанк: ставка-13,5%, максимальный срок кредитования 240 мес., ежемесячный платёж в начале-1598 белорусских рублей, в конце-436 р., переплата составила 147562 р. [7].

Исходя из данных условий кредитования можно выявить, что даже если семья из трех человек (двое взрослых и один ребенок) оформит кредит на данных условиях, то вряд ли сможет позволить себе его выплачивать, так как медианная заработная плата белоруса составляет 715,6 белорусских рублей [4].

Рассмотрим покупку более бюджетной однокомнатной квартиры в Минске в районе 40000$ с учетом, что медианные доходы населения составляют 715,6 белорусских рублей [4]. Ежемесячный платёж будет составлять 1384 р. при ставке 14% на 180 мес., что также является несопоставимой суммой с доходами среднестатистической семьи (согласно условиям кредитования Технобанка).

Если сравнивать Российскую Федерацию и Республику Беларусь, то в Беларуси «национальной формулы» определения доступности жилья не существует. В Российской Федерации введен официальный коэффициент доступности жилья, который показывает, за какой промежуток времени семья со средним доходом сможет накопить на покупку квартиры, если все свои средства направит только на приобретение жилья [6]. В статистических сборниках Росстата цены жилья на первичном и вторичном рынках по регионам фиксируются ежеквартально, среднедушевые доходы населения – ежемесячно. Такой подход позволяет смягчить сезонные всплески/падения среднедушевых доходов, самые сильные из которых приходятся на декабрь-январь (если при расчетах брать доход не в среднем за три месяца, а за второй месяц квартала, тренды доступности в целом не меняются) [6].

Коэффициент доступности жилья (КДЖ) рассчитывается по формуле:

КДЖ=$(C*S)$/(Д$*N$) (1)

где КДЖ-коэффициент доступности жилья; S-площадь условной квартиры в кв.м.; С-средняя стоимость кв.м. жилья, руб.; Д-среднедушевой доход семьи, руб/чел в год; N-число человек в семье.

Согласно Постановлению Правительства РФ от 17-12-2010 1050 «О Федеральной целевой программе «Жилище», норма по КДЖ составляет 4 года. Рассчитаем данный коэффициент на примере Республики Беларусь:

КДЖ= (1468,7*54)/((715,6+715,6+0)/3*3)=55,4 месяца (или 4 года и 8 месяцев). Исходя из данных расчетов можно увидеть, что наблюдается превышение нормы КДЖ на 8 месяцев (исходя из российской нормы).

В силу того, что в Республике Беларусь существует очень нестабильная ситуация, связанная с приобретением жилья, у белорусов большим спросом пользуется панельное жильё и жильё низких потребительских качеств. Однако спрос на жильё бизнес-класса представлен в основном иностранными гражданами. Прежде всего, для граждан России, которые желают приобрести квартиру или дом в Беларуси, планируя переехать в Республику Беларусь на постоянное место жительства, а также это актуально для предпринимателей, имеющих бизнес в Республике Беларусь. Как правило, жильё приобретается в районах «Маяк Минска», «Лебяжий» и «Новая Боровая», поскольку концепция жилых комплексов полностью отвечает запросам иностранцев [2].

На граждан России приходится 7% жилого фонда Беларуси. Для жизни и работы большим спросом у граждан России пользуется Минск и Минская область, а недвижимость в областных центрах они в основном приобретают для своих родственников. Цены там вдвое меньше, чем в столице. Что касается загородной недвижимости, то этот сегмент давно находится в кризисном состоянии (даже для белорусов), поскольку для граждан России есть существенный минус – Республика Беларусь землю в собственность им не предоставляет [2].

Одним из плюсов для гражданина Союзного государства является то, что процедура оформление права собственности на жильё точно такая же, как и для граждан Республики Беларусь. Можно использовать либо общегражданский паспорт, либо заграничный, поскольку действует соответствующее международное соглашение. Еще одно большое преимущество для всех иностранных покупателей:

прозрачность и законность юридического оформления сделки, позволяющие купить квартиру в Беларуси гражданину Российской Федерации и любой иной страны без риска потерять деньги или приобрести вместе с жильем серьезные проблемы, требующие разрешения в судебном порядке [2].

Таким образом, экономическая ситуация с доступностью жилья складывается для Республики Беларусь не самым плохим образом, ведь наблюдается положительная динамика спроса на жилую недвижимость. Вместе с тем, миграционные процессы положительно влияют на экономику страны в целом и экономические отношения в рамках Союзного государства, а именно наблюдается приток иностранного капитала и рабочей силы. Решению задачи по увеличению доступности жилья для граждан и росту объемов строительства во многом могут способствовать снижение ипотечных ставок и повышение доступности проектного финансирования для застройщиков.

Список использованных источников:

1. Недвижимость и строительство [Электронный ресурс] // URL: www.nest.by (дата обращения 21.03.2019)

2. О приобретении недвижимости иностранцами [Электронный ресурс] // URL:: www.past.by (дата обращения 21.03.2019)

3. О недвижимости в Республике Беларусь [Электронный ресурс] // URL: www.a-h.by (дата обращения 21.03.2019)

4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] // URL:: www.belstat.gov.by (дата обращения 21.03.2019)

5. Финансовый портал Беларуси [Электронный ресурс] // URL: www.myfin.by (дата обращения 21.03.2019)

6. Постановление Правительства РФ от 17-12-2010 1050 «О Федеральной целевой программе «Жилище» на 2011-2018 годы» [Электронный ресурс] // URL: http://www.zakonprost.ru/content/base/part/716552 (дата обращения 21.03.2019)

7. Кредитный калькулятор [Электронный ресурс] // URL: https://myfin.by/kredity/kalkulyator (дата обращения 21.03.2019)

УДК 351.85

Канциянов Р.Ю.

УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ КУЛЬТУРЫ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Баранова И.А.
Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского
Россия, г. Брянск
kantsiyanovroman@yandex.ru

В статье рассмотрены проблемы управления культурой на региональном уровне. Взаимосвязь культуры с историей развития страны. Рассмотрена проблема преемственности поколений как механизма передачи и обогащения культурного наследия. Изучены показатели управления культурой на примере города Клинцы.

Ключевые слова: культура, регион, социум, общность, поколение, наследие, история, финансирование, период, достояние.

Распад СССР резко сократил государственные расходы на социальную сферу. Учреждения культуры в настоящее время находятся в довольно незавидном положении: заработная плата сотрудников низка и оставляет желать лучшего, большинство коллективов, даже в довольно крупных населенных пунктах, вынуждены перейти на самоокупаемость. Это обуславливает сворачивание культурных программ во многих регионах страны.

Таким образом, происходит ослабление процесса региональной идентификации, на его место приходит общегражданская идентификация, либо побочная, неопределенная идентичность. Ведь, именно укрепление и поддержка этнических либо региональных идентичностей среди наших граждан является одним из аспектов формирования представлений о народе России, как социально-политической и исторической общности, которая являет собой «многообразие в единстве». Сокращение количества активного населения истончает культурную и социальную «ткань» социума в регионе. Остаются, в основном, не самые успешные и не самые молодые люди. Всё большее количество людей перестают видеть перспективы на своей малой родине, так как сегодняшнее состояние в регионах затрудняет самореализацию населения.

В настоящее время информационная культура предоставляет возможность любому человеку, располагающему современными коммуникативными средствами, получить любые знания, в том числе и культурного порядка, не покидая собственного дома [5, с. 9].

Необходимо отметить, что прогнозирование социальных систем, особенно культурных, характеризуется высокой неопределенностью, поэтому процесс управления данной сферы крайне затруднителен, но крайне необходим. Необходимость создания региональной инфраструктуры культуры и системы управления региональной культурой вытекает из положения, сложившимся в социальной, кадровой и экономической политике и характеризующегося следующими причинами:

– происходит рост финансовых потребностей культуры, а финансирование данной сферы государством все еще осуществляется по остаточному принципу. Для решения данной проблемы в границах региона позволит распределить консолидированные средства, направляемые из бюджета и других источников в составе единого фонда местного финансирования, наиболее эффективно и рационально;

– первоначально строго регламентированный образ жизни человека в условиях тоталитарного государства в настоящее время начинает постепенно сменяться индивидуальной стратегией развития личности, осуществляемой в условиях свободы выбора. Возникает все больший разрыв между личными планами человека и государственными;

– происходящие содержательные и структурные изменения в области культуры ведут к преобразованию стиля и всей модели управления. Взаимоотношения между органами управления местного, регионального и федерального и уровней базируются на основе новых парадигм управления, одним из способов, реализации которых выступают соглашения, принятые между Министерством культуры России и органами власти субъекта

федерации. Управление культурой начинает принимать системный уровень.

Еще одной проблемой управления культурой на региональном уровне является изменение состава региональных элит. За постсоветский период он серьезно изменился, причём, в основном, за счёт сокращения числа деятелей культуры. Подобная же ситуация может быть отмечена для структур по делам молодежи, патриотическому воспитанию, организаций по охране и приумножению объектов культурного наследия, музеев - их часто возглавляют люди далекие от современных запросов культурной жизни общества. Они проецируют на новую ситуацию традиционные для себя образцы поведения и ценностные ориентации, утрируя ситуацию под себя.

Когда это происходит достаточно продолжительное время, то это ведёт к негативным изменениям в культурной жизни социума, так как нарушает действие механизма передачи культурных ценностей. Так как культурное достояние народа переходит от поколения к поколению, то оно должно накапливаться и обогащаться хотя бы благодаря тому, что старше поколение передает более молодому определенный опыт, идеи, символы, правила для их использования в дальнейшей жизни.

Для отечественной действительности это приобретает определенную важность, так как в течение 20 века произошло два коренных события, разворачивающих ход истории в стране в противоположных направлениях. Насущной проблемой в российском обществе является культурный разрыв между различными слоями общества, который в последнее время имеет тенденцию к росту. В данном случае подразумевается дифференциация потребления, имущественное, информационное неравенство.

Старшее поколение после распада СССР было вынуждено ресоциолизироваться, перенимая новый характер отношений между людьми, однако поведенчески и ментально они остались в прошлом государстве. С удалением от крупных областных центров доля таких людей растет. Для части регионов можно утверждать даже архаизацию всего уклада жизни.

Рассмотрим систему управления культурой на примере города Клинцы Брянской области. Население города с пригородами составляет 70122 человек [4]. Население практически равномерно распределено по возрастным группам (рисунок 1).

Сеть учреждений культуры и искусства города Клинцы представлена в таблице 1.

Среднее число жителей на одну библиотеку - 9942 человек. Процент охвата населения региона библиотечным обслуживанием составляет 29%. Количество посещений составило - 80522 [1]. 8 библиотек города Клинцы подключено к сети Интернет и имеют электронную почту. Благодаря этому существенно изменился библиотечно-информационный сервис, в котором все более заметную роль стали играть электронные информационные ресурсы и реализуемые на их основе новые виды библиотечно-информационных продуктов и услуг [2, с. 217].

В городе работает Клинцовский городской краеведческий музей, филиал Брянского областного краеведческого музея. Основной фонд государственных

и муниципальных музеев насчитывает 17811 тыс. единиц хранения, в постоянных экспозициях представлено 30 % основного фонда, в выставочной деятельности ежегодно используется 20 % основного фонда.

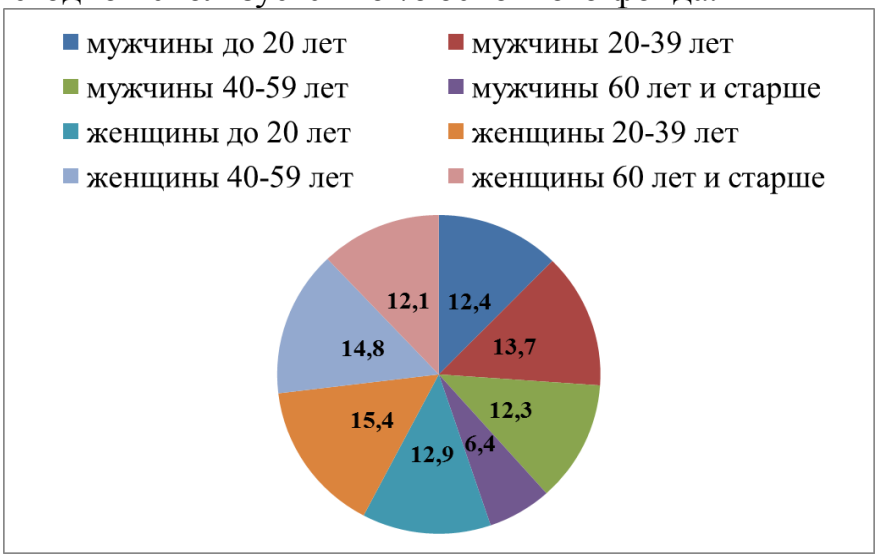

Рисунок 1 – Поло-возрастная структура населения г. Клинцы

Таблица 1 – Учреждения культуры города Клинцы

Вид учреждения культуры	Количество всего	В чьем ведении находится
Библиотеки	8	Муниципалитет
Культурно-досуговые учреждения	2	Муниципалитет
Музейные учреждения	1	Брянский областной краеведческий музей
Школы	2	Муниципалитет
Киноорганизации	2	Муниципалитет; частная организация
Парки культуры и отдыха	1	Муниципалитет
Другие учреждения (перечислить)	1 Выставочный зал	Муниципалитет

В г. Клинцы поставлено на государственную охрану 16 памятников архитектуры, 24 памятника истории и культуры, в том числе 1 федерального значения. В рамках ведомственной целевой программы «Развитие культуры и сохранение культурного наследия города Клинцы на 2018-2020 гг.» в 2018 году профинансировано 50 тысяч рублей на текущий ремонт памятников воинской славы [3].

Полученные собственные доходы учреждений культуры, находящихся в подчинении Клинцовской городской администрации, составили 1107050 рублей.

Муниципальное бюджетное учреждение «Дом культуры» - 993500 рублей.

Муниципальное бюджетное учреждение культуры «Централизованная библиотечная система г. Клинцы» - 113550 рублей.

Однако данных денежных средств не хватает для нормального функционирования учреждений культуры в регионе.

Являясь отраслью национальной экономики, культура в обществе не просто является одним из способов удовлетворения потребностей. Она должна стать активным участником процессов, формирующих целостность Российского общества что естественно, требует некоторых усилий со стороны государства.

Список использованных источников:

1. Баранова, И.А. Организация современной системы мониторинга регионального развития / И.А. Баранова, О.А. Платова // В сборнике: Управление социально-экономическими системами и правовые исследования: теория, методология и практика Материалы международной научно-практической конференции. - 2017. - С. 28-33.

2. Клинцы. Паспорт культурной жизни малого города 2018.

3. Культура и искусство [Электронный ресурс]: поиски и открытия. Сборник научных статей / Ю. И. Адаменко, В. О. Алексеева, С. С. Алексеева [и др.]; под ред. Е. Е. Леонов. – Электрон. текстовые данные. – Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2015. – 363 с. – 978-5-8154-0140-2. – Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/55786.html

4. Постановление Клинцовской городской администрации № 1873 от 27.09.2018 года «О внесении изменений в ведомственную целевую программу «Развитие культуры и сохранение культурного наследия города Клинцы на 2018-2020 гг.», утверждённую постановлением Клинцовской городской администрации от 25.12.2017 № 2815. // http://www.klinci.ru/articles/17/9195/

5. Черных, В. Д. История культуры и формирование национальной идентичности русского народа [Электронный ресурс]: учебное пособие / В. Д. Черных. – Электрон. текстовые данные. – Воронеж: Воронежский государственный университет инженерных технологий, 2018. – 76 с. – 978-5-00032-326-7. – Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/76429.html

УДК 338.48

Кветень В.В.

ВЛИЯНИЕ «БЕЗВИЗА» НА РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ И ИНФРАСТРУКТУРЫ ГРОДНЕНСКОЙ И БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТЕЙ

Научный руководитель: к. ф.-м. н., доц. Сетько Е.А.
УО «Гродненский государственный университет имени Я. Купалы»
Беларусь, г. Гродно
violetto4kakv@mail.ru

Ввод безвизового режима на территории Республики Беларусь благоприятно повлиял на развитие туристического бизнеса, экономики и инфраструктуры страны. Особенно это отразилось на историческом, медицинском, оздоровительном туризме. В данной статье рассматривается влияние безвиза на развитие туризма в Гродненской и Брестской областях.

Ключевые слова: безвизовый режим, туризм, сферы, инфраструктура.

Безвизовый режим — это режим взаимоотношений между странами, при котором гражданам этих государств не требуется получение визы для въезда на их территорию. В Беларуси такой режим начал действовать с 12.02.2017 года

согласно Указу Президента РБ №8 "Об установлении безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан"[1]. Документ был направлен на активизацию путешествий бизнесменов, туристов, частных лиц, имеющих общегражданские паспорта. Режим не распространяется на иностранцев, осуществляющих официальные поездки: дипломатические, служебные, специальные и иные приравненные к ним. Паспорта в этом случае во внимание не принимаются.

Гражданам из 80 стран мира было разрешено находиться на территории нашего государства в течение 5 дней. Одним из главных условий был въезд через пункт пропуска - Национальный аэропорт Минск. По состоянию на 15 февраля в пункте пропуска в Национальном аэропорту Минск было оформлено более 460 иностранных граждан, которые решили воспользоваться пятидневным безвизовым режимом. Среди въехавших – по 82 гражданина Германии и Польши, около 50 итальянцев, более 30 граждан Литвы, 21 француз, 20 – граждан Великобритании.

Безвизовый режим для болельщиков различного рода спортивных мероприятий разрешается европейским странам (вместе с Евросоюзом), а также Бразилии, Индонезии, США, Японии и другим государствам и начинает действовать в Беларуси за 10 дней до начала соревнований и ещё 10 дней после их окончания. Наличие билета, действующего паспорта и страховки дает возможность беспрепятственного въезда в страну.

С первого января 2018 года был введен 10-дневный безвизовый въезд в белорусские города Брест и Гродно, а также прилегающие к ним территории (рисунок 1). Безвизовой стала туристско-рекреационная зона «Брест». Сюда вошли Брест, Брестский, Каменецкий, Жабинковский, Пружанский районы Брестской области и Свислочский район Гродненской области. Пропуск безвизовых туристов осуществляется по 12 пунктам пропуска. В Брестской области это: «Брест» («Тересполь»), «Домачево» («Словатичи»), «Песчатка» («Половцы»), пункт упрощенного пропуска «Переров» («Беловежа»), железнодорожный пункт пропуска «Брест» («Тересполь»), пункт пропуска «Аэропорт "Брест"». В Гродненской области: «Брузги» («Кузница Белостоцкая»), «Привалка» («Райгардас»), пункты упрощенного пропуска «Лесная» («Рудавка»), «Привалка» («Швяндубре»), железнодорожный пункт пропуска «Гродно», пункт пропуска «Аэропорт "Гродно"» [2].

Несмотря на одинаковое время пребывания на территории областей, заметна существенная разница в работе по «безвизу» в связи с расположением данных городов.

Гродно располагается у границы с Литвой и Польшей, а Брест – с Польшей и Украиной. В числе безвизовых туристов в Гродно литовцы составляют 60%, а поляки – 30%. Брестские турфирмы принимают в качестве туристов так же и большое количество россиян. Гродненикие турфирмы сразу же обратили пристальное внимание на Литву и Польшу.

За два года безвизового режима перестроился весь рынок услуг города Гродно и его окрестностей. Этот результат дала работа абсолютно всех уровней – гостиничного бизнеса, торговли, сувенирных магазинов и лавок. Например,

по реке Неман стало ходить речное такси, начали проводиться анимационные экскурсии, например, для польских туристов экскурсии может вести в театральном костюме сама “Элиза Ожешко”.

Рисунок 1 – Безвизовые зоны вокруг Гродно и Бреста

За два года безвизовые туристы принесли в экономику гродненского региона около 25 млн. долларов США [3]. Рост туристического потока поспособствовал и развитию необходимой инфраструктуры, прежде всего в сфере услуг и гостеприимства. Создано почти 600 рабочих мест. За эти два года открылось свыше 30 мест общественного питания, только в 2018-м в Гродно и Гродненском районе появилось 15 новых кафе, ресторанов, других подобных заведений на более чем 600 посадочных мест. Интересны туристам и белорусские товары. Темп роста товарооборота в Гродно превысил в 2018 году 120%. В более чем 40 торговых объектах работает система Tax Free. Активно (прежде всего за счет малого и среднего бизнеса) развивается гостиничный бизнес. В Гродно и окрестностях работает 12 гостиниц и 3 хостела: 8 из них открылись в последние годы. Серьезно изменилась и туристическая инфраструктура региона. В областном центре, его окрестностях стало больше навигационных, информационных объектов. Увеличилось количество событий, культурных, спортивных, анимационных мероприятий. В самом Гродно появились обзорные площадки, панорамный лифт, регулярно возникают новые арт-объекты, малые архитектурные формы. Активно работает сайт, посвященный безвизовому региону, на днях открылся портал Августовского канала.

В прошедшем году иностранные туристы стали чаще выбирать для лечения гродненские санатории. Только в одном из них за 2018 год оздоровилось более тысячи граждан Польши и стран Прибалтики. Туристы считают, что качество услуг в белорусском санатории на европейском уровне, а цены значительно ниже.

В 2018 году правом приехать без визы на территорию Гродненского района воспользовались более 100 тысяч туристов из 60 стран. Гродно стал одним из самых привлекательных для посещения иностранцев городов Беларуси. Очень популярными стали Старый и Новый замок, музеи,

исторический центр, зоопарк. Практически все польские туристические группы с большим желанием посещают дом-музей Элизы Ожешко. Растет востребованность агроусадеб в безвизовой зоне. Предполагается, что в 2019 году зона действия безвизового режима в Гродненской области расширится за счет включения в нее Щучинского района.

Двадцать четвертого июля 2018 года Президент Беларуси подписал указ, в соответствии с которым срок безвизового пребывания иностранных граждан в Беларуси увеличен до 30 суток при условии их въезда в страну и последующего выезда через Государственную границу в Национальном аэропорту Минск. Принятие указа призвано способствовать дальнейшему развитию белорусской туристической отрасли, обеспечить доступность санаторного и медицинского туризма в Беларуси, стать одним из немаловажных факторов содействия развитию экономики страны, включенности Беларуси в мирохозяйственные связи.

Увеличение продолжительности безвизового пребывания иностранцев в Беларуси простимулировало совершенствование туристической инфраструктуры. Указ обеспечил загрузку гостиниц, других объектов размещения, исторических памятников, а также привел к совершенствованию и увеличению туристической инфраструктуры, придорожного сервиса по основным направлениям вокруг Минска.

Принятие указа обеспечило доступность санаторного и медицинского туризма, так как срок пребывания по путевкам составляет в среднем 18-24 дня. В 2018 году в Гродненском регионе прошли оздоровление порядка 12 тысяч иностранцев из 30 стран мира. Гродненщина заработала 1 млн. долларов на экспорте медицинских услуг [5]. Лидером в этом плане стала Гродненская областная больница, в которой прошли лечение около 600 иностранцев из десятка стран мира. Огромная доля иностранцев и среди пациентов в отделении платных медицинских услуг Гродненской больницы скорой медицинской помощи. В медучреждении такие пациенты обычно проходят диагностику, делают пластические операции и заменяют тазобедренные и коленные суставы. В других медицинских учреждениях туристы посещают кабинеты стоматологов, пластических хирургов, хирургов-окулистов, кардиологов, гинекологов, неврологов. Иностранцы пользуются в Гродно теми услугами, которые не покрывают взносы по страховой медицине в их странах. Больше всего среди иностранных пациентов россиян. Из безвизовых туристов – поляки и литовцы. Что особенно важно, длительность пребывания дала возможность улучшить сервис, качество обслуживания. Большое количество внимания было уделено повышению квалификации работников этой сферы.

Туристическая инфраструктура Бреста всегда была значительно более развитой, чем гродненская. Сравним: до введения «безвиза» в Гродно приезжали 4500 организованных туристов в год, в Брест - порядка 80 000. У жителей всего постсоветского пространства Беларусь как страна, прежде всего, ассоциируется с Брестской крепостью и Беловежской пущей. Каждый третий зарубежный турист, который посещал Беларусь в прошлом году, приезжал через брестские турфирмы. То есть, брестский туристический рынок услуг был

более развит всегда и к моменту введения безвизовых зон в приграничье уже имел огромный поток туристов, которого не было в Гродно.

Практически все континенты были охвачены географией безвизовых туристов, приехавших в Брест в 2018-ом году. Это были туристы из Латинской Америки, США, Нидерландов, Испания, Италия и Португалии. Но самыми массовыми туристами оказались жители Польши. Среднеобеспеченные туристы стараются потратить 80-100 евро в день, деловые способны израсходовать значительно больше. Безвизовые туристы заботятся, чтобы средняя стоимость за размещение не превышала 50 рублей. Деловые туристы чаще размещаются в отелях и тратят на ночлег от 30 до 100 долларов. Безвизовый режим, занявший небольшую долю в общем экспорте туристических услуг Брестской области, дал возможность региону заработать на миллион долларов больше, чем в прошлом году [4]. Таким образом, введение безвизового режима для граждан государств, безопасных в миграционном отношении, придает устойчивости белорусскому туристическому рынку.

Для привлечения иностранных туристов также нужно развивать внутренний туризм. Это даст возможность сделать его массовым явлением в стране. Этот процесс будет связан с реализацией различных бизнес-проектов. При установлении конкурентных цен на туры в белорусские города, увеличится поток различных туристов.

Таким образом, безвизовый режим дает возможность повысить показатели страны как в туристическом плане, так и в плане экономики и экспорта товаров и услуг иностранным гражданам. После его введения улучшилась инфраструктура некоторых городов, повысился доход различных сфер услуг, увеличилось количество рабочих мест. Безвизовый режим – это огромный шаг в развитии, популяризации, налаживанию интеграционных связей и коммуникации, как с близлежащими, так и с дальними странами.

Список использованных источников:

1. О безвизовом въезде иностранных граждан [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://sputnik.by/tourism/20170215/1027462461/gpk-bolee-460-inostrancev-vekhali-v-belarus-bez-vizy-s-12-fevralya.html - Дата доступа: 27.04.2019

2. Пункты пропуска безвизовых туристов [Электронный ресурс] - https://news.tut.by/amp/society/574806.html – Дата доступа: 26.04.2019

3. Развитие инфраструктуры Гродно и Гродненского района [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://m.belta.by/regions/view/pochti-130-tys-turistov-i-25-mln-v-ekonomiku-regiona-v-grodno-podveli-itogi-dvuh-let-bezviza-323167-2018/ - Дата доступа: 26.04.2019

4. Развитие инфраструктуры Бреста [Электронный ресурс] – Режим доступа https://vb.by/society/tourism/brest_bez_viz_2018.html – Дата доступа: 28.04.2019

5. Оздоровительный туризм в Гродно [Электронный ресурс] – Режим доступа https://sputnik.by/tourism/20190106/1039462132/Bezvizovye-turisty-v-Grodno-stali-chasche-priezzhat-na-lechenie-v-sanatorii.html – Дата доступа:

27.04.2019

6. Об увеличении срока пребывания безвизовых туристов [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.belta.by/society/view/uvelichenie-bezviza-prostimuliruet-razvitie-turisticheskoj-infrastruktury-belarusi-ekspert-311671-2018/ - Дата доступа: 27.04. 2019

УДК 330.101

Конецкая А. С.

РАЗВИТИЕ СВОБОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Научный руководитель: к.ф.-м.н., доц. Киреенко В.П.
Институт бизнеса БГУ,
Беларусь, г. Минск
alinakoneckaya@mail.ru

Свободная экономическая зона как особый вид экономического образования прочно вошла в мировую экономику. Они создаются для привлечения инвестиций и для обеспечения технологически-промышленного роста. В данной статье рассмотрены динамика и основные экономические результаты развития свободных экономических зон в Республике Беларусь за последние семь лет.

Ключевые слова: свободная экономическая зона, резиденты, инвестиции.

Острая необходимость в создания и развития производств, основанных на современных технологиях, обеспечении благоприятных условий для экономического развития регионов, поиске новых способов привлечения иностранных инвестиций в страну, увеличения импортозамещения и экспорта побудили государство к созданию новых привлекательных условий для инвесторов.

В Республике Беларусь первые экономические зоны «Минск» и «Гомель-Ратон» были созданы в 1998 году. Впоследствии в течение четырех лет были созданы еще четыре свободные экономические зоны: СЭЗ «Брест», СЭЗ «Витебск», СЭЗ «Гродноинвест», СЭЗ «Могилев».

В соответствии с Законом Республики Беларусь 1998 года «О свободных экономических зонах» [1], свободная экономическая зона (далее СЭЗ) – часть территории Республики Беларусь с определенными границами, в пределах которой в отношении резидентов этой свободной экономической зоны устанавливается и действует специальный правовой режим для осуществления ими инвестиционной и предпринимательской деятельности.

В основу концепции создания СЭЗ в Республике Беларусь был положен международный опыт организации и развития этих территориальных образований с особым налоговым и таможенным режимом, а также совместные разработки отечественных и зарубежных специалистов. Наиболее весомый вклад и активное участие принимали немецкие и китайские практики.

Стоит отметить, что территория СЭЗ Республики Беларусь составляет чуть больше 0,1 % от всей территории страны (207595 кв.км.), однако эта цифра довольно велика в сравнении с другими странами Европы и Азии, где доля

территории СЭЗ не дотягивает и до 0,01% [2].

Резиденты СЭЗ Беларуси имеют следующие льготы и преференции [3]:

- освобождение от уплаты налога на прибыль, полученной от реализации товаров (работ, услуг) собственного производства на экспорт или другим резидентам белорусских СЭЗ;
- освобождение от уплаты налога на недвижимость и арендной платы по зданиям и сооружениям, расположенным на территории СЭЗ;
- освобождение от уплаты государственной пошлины за выдачу иностранным гражданам и лицам без гражданства, привлекаемым резидентом СЭЗ для реализации инвестиционного проекта на территории СЭЗ, специальных разрешений на право занятия трудовой деятельностью в Республике Беларусь;
- финансирование расходов на создание инженерной и транспортной инфраструктуры, требуемой для реализации инвестиционного проекта резидента СЭЗ, в первоочередном порядке за счет средств, предусматриваемых в Государственной инвестиционной программе и местных бюджетах, в случае реализации резидентом СЭЗ инвестиционного проекта с заявленным объемом инвестиций более 10 млн. евро.

Такие выгодные условия привлекают многих инвесторов и предприятий. Однако не каждое предприятие может стать резидентом СЭЗ. Для того чтобы реализовать инвестиционный проект в свободной экономической зоне, необходимо, чтобы он отвечал следующим условиям [3]:

1. Соответствие целям и задачам создания и деятельности СЭЗ, приоритетам социально-экономической политики государства.
2. Отсутствие аналогичных производств на территории Республики Беларусь вне территории свободных экономических зон.
3. Заявленный объем инвестиций в реализацию инвестиционного проекта должен составлять сумму, эквивалентную не менее 1 млн. евро (или 500 тыс. евро при условии их инвестирования в течение 3 лет с даты регистрации).
4. Создание и (или) развитие производства, ориентированного на экспорт и (или) импортозамещение.

По состоянию на 1 января 2019 года, в СЭЗ Республики Беларусь зарегистрировано 419 предприятий, в том числе в СЭЗ «Брест» – 78 резидентов; в СЭЗ «Витебск» – 38 резидентов; в СЭЗ «Гомель-Ратон» – 79 резидентов; в СЭЗ «Гродноинвест» – 72 резидента; в СЭЗ «Минск» – 112 резидентов; в СЭЗ «Могилев» – 40 резидентов. Динамика изменения количества резидентов за последние 6 лет, по данным Национального статистического комитета [4], представлена на рисунке 1.

Рисунок 1 показывает, что в 2013 году произошло резкое увеличение количества резидентов СЭЗ на 202 предприятия. Такой скачок обусловлен изменением законодательства в Республике Беларусь, в частности, резидент свободной экономической зоны, зарегистрированный до 1 января 2014 года, освобождался от таможенных пошлин по ввозу и вывозу продукции за пределы страны на 5 лет (до 1 января 2019 года), чего не имели резиденты,

зарегистрированные позднее. Однако такой рост зарегистрированных резидентов практически сразу начал падать, поскольку многие предприятия были не в силах осуществлять свою деятельность в качестве резидентов СЭЗ, платить ежеквартально 1000 у.е. в фонд развития СЭЗ и поставлять более 50% продукции на экспорт. Поэтому ежегодно количество слабых резидентов сокращается, и все идет к тому, что через 3-4 года показатель зарегистрированных резидентов вновь окажется на уровне 2012 года.

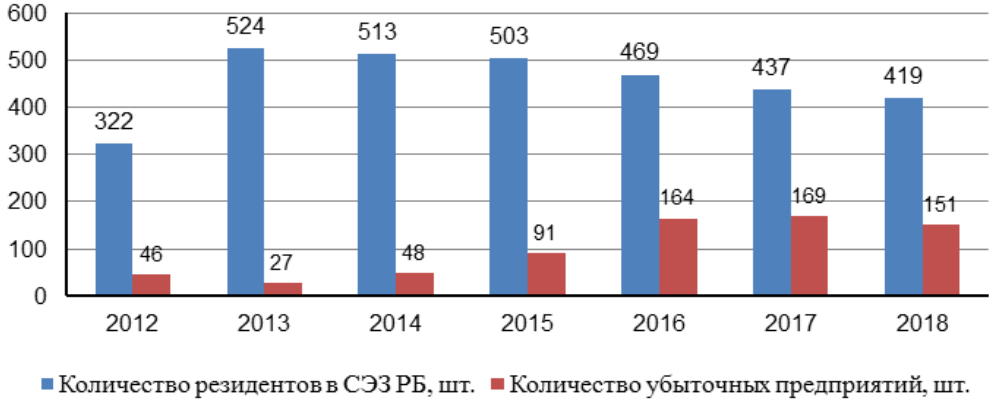

Рисунок 1 – Количество резидентов в СЭЗ Республики Беларусь

Анализируя представленную динамику, можно отметить значительный рост количества убыточных предприятий за последние годы: если в 2012 году их количество составляло 14,3% от общего числа, то в 2016 году – 35%, в 2017 году – 38,7%, в январе-сентябре 2018 года – 36%. Это можно объяснить тяжелой экономической ситуацией, сложившейся в этот период в Республике Беларусь. Экономический кризис, нестабильность курса валют и большие риски привели к спаду в деятельности резидентов СЭЗ, уменьшению инвестиций, сокращению производства.

За последние 6 лет количество рабочих мест, созданных на предприятиях-резидентах СЭЗ, увеличилось с 65561 до 122384 человек, или на 187% [4]. Особенно ярким скачок был в 2013 году, что также можно объяснить массовой регистрацией предприятий ввиду отмены таможенных льгот. На рисунке 2 это наглядно видно.

Рисунок 2 – Списочная численность работников и их средняя зарплата за 2012-2018 гг.

Стоит отметить, что для удобства вычислений и анализа данных, все показатели учитываются в деноминированных рублях.

Данные показатели свидетельствуют о положительном движении в

борьбе с безработицей и повышением занятости населения. В среднем, если смотреть данные за 2018 года, то на каждое предприятие приходится по 290 работников (419 предприятий, 122384 работников).

Анализируя показатели инвестиций в основной капитал [4], можно заметить некоторые колебания во вложенных инвестициях за 2012-2018 годы, динамика которых представлена на рисунке 3.

Так, в период 2014-2016 годы произошел резкий скачок в сумме вложенных инвестиций, в несколько раз превышающий показатели предыдущих лет. Это также связано с большим наплывом предприятий, их стремлением расширить свою деятельность. Однако затем инвестиции начали падать, и за два последних года уменьшились практически вдвое. Основным фактором снижения инвестиций стал экономический кризис в 2016 году, который задел все сферы деятельности предприятий и приостановил приток инвестиций.

Рисунок 3 – Инвестиции в основной капитал резидентам СЭЗ за 2012-2018 гг.

Последнее, на что хотелось бы обратить внимание, это анализ экспорта и импорта товаров и услуг резидентами СЭЗ. Эти показатели за 2012-2018 годы, представленные на рисунке 4 [4], являются определяющими в подсчете ВВП страны, играют главную роль в оценке экономики страны и демонстрируют суть вложения инвестиций предприятиями.

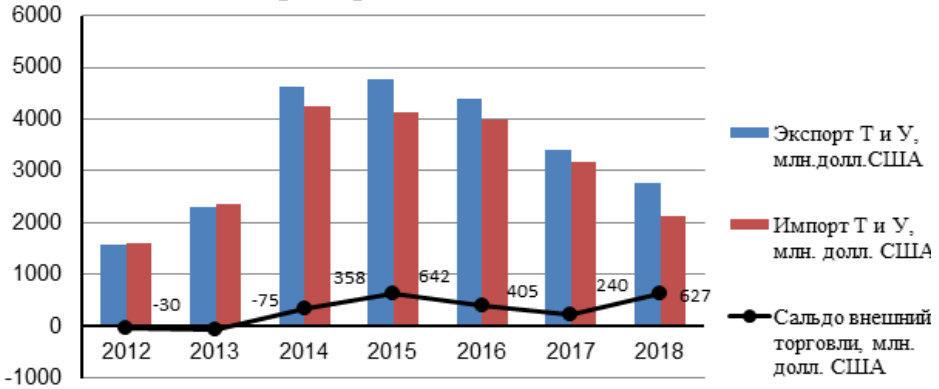

Рисунок 4 – Внешняя торговля товарами и услугами резидентами СЭЗ за 2012-2018 гг.

Данные этого рисунка свидетельствуют, что за последние 5 лет резиденты СЭЗ Республики Беларусь стали больше экспортировать свои товары и услуги, чем импортировать, что является положительным эффектом в деятельности

предприятий. Так, только за январь-сентябрь 2018 года сальдо внешней торговли товарами и услугами составило 626,9 млн. долл. США [4]. К сожалению абсолютные цифры выше указанных показателей имеют тенденцию к снижению по ранее указанным причинам.

Рассмотренные показатели деятельности СЭЗ в Республике Беларусь, свидетельствуют о том, что свободные экономические зоны создают благоприятные условия для ведения бизнеса предприятий, улучшают инвестиционный климат в стране, повышают экономическую ситуацию, а также сокращают безработицу и увеличивают количество рабочих мест.

Список использованных источников:

1. О свободных экономических зонах: Закон Президента Республики Беларусь от 07.12.1998 №213-З (с изм. и дополн.) // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Республики Беларусь. – Минск, 2019.

2. Христов, Т.А. Свободные экономические зоны мира / Т.А. Христов. – Бизнес, 2017. №4-5. – 112 с.

3. Об утверждении положений о свободных экономических зонах и внесении изменений и дополнений в постановления Совета Министров Республики Беларусь по вопросам деятельности свободных экономических зон: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 21.05.2009 г. № 657 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Республики Беларусь. – Минск, 2019.

4. Основные показатели деятельности резидентов свободных экономических зон Республики Беларусь в 2012-2018 годах [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2019. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/. – Дата доступа: 02.04.2019.

УДК 342.553

Короткова В.С.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Матюшкина И.А.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
egorova_vika1996@mail.ru

В статье представлен анализ методологических и организационно-правовых основ оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления в Российской Федерации. Рассматриваются нормативные правовые и методические документы, определяющие подходы к оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления. Определены проблемы применения современных методов оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления.

Ключевые слова: методика оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления, местное самоуправление, , эффективность деятельности органов местного

самоуправления, органы местного самоуправления.

Система органов местного самоуправления представляет собой один из базовых инструментов становления и развития гражданского общества в Российской Федерации, фундамент процесса народовластия. Основные положения местного самоуправления были закреплены в Конституции РФ и конкретизированы как в федеральных, так и в региональных законодательных актах, которые определили принципы и нормы деятельности и организации общей системы органов местного самоуправления, установивших нормы и принципы организации и деятельности системы предметы ведения, принципы формирования местных бюджетов, обозначили минимальные государственные социальные стандарты и нормы.

Практика существования органов местного самоуправления в Российской Федерации позволяет сделать вывод, что для их эффективного функционирования кроме базовых условий правового и политического характера необходима устойчивая экономическая основа, обеспечивающая финансовую самостоятельность муниципальных образований, способность к совершенствованию деятельности муниципальных органов и повышению эффективности их работы [1].

Для определения уровня развития муниципального образования и повышения качества работы органов местного самоуправления требуется объективная оценка эффективности деятельности местных органов власти.

Федеральная нормативно-правовая база оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления (МСУ) стала формироваться относительно недавно. Ее основу составляет Указ Президента РФ от 28 апреля 2008 г. № 607 «Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов» [2]. В целях реализации данного Указа появилось распоряжение Правительства РФ от 11 сентября 2008 г. № 1313-р, которое впоследствии было изменено распоряжением Правительства РФ от 15 мая 2010 г. № 758-р. Утвержденный рассматриваемым Указом Президента РФ перечень показателей для оценки эффективности деятельности органов МСУ состоит из 30 пунктов, хотя показателей на самом деле больше 50, поскольку целый р яд показателей являются сложными (т. е. состоящими фактически из нескольких показателей).

Утвержденный первоначальной редакцией распоряжения Правительства РФ от 11 сентября 2008 г. № 1313-р перечень дополнительных показателей состоит из 31 пункта и также фактически из более чем 50 индикаторов. Обновленный перечень дополнительных показателей состоит уже из 74 пунктов.

Поскольку показателей для оценки эффективности деятельности органов МСУ, как мы сказали, больше ста, то интерес представляет не столько перечень показателей, сколько методика мониторинга эффективности деятельности органов МСУ, предложенная все в том же распоряжении Правительства РФ.

В методике все показатели предложено группировать по 8 направлениям. Помимо направлений, 154 показателя делятся на показатели, отражающие

конечные результаты деятельности органов МСУ, собственно деятельность органов МСУ и ход реализации институциональных реформ (табл.1).

Таблица 1 – Группировка показателей для оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления

Направление	Количество показателей, характеризующих		
	Конечные результаты деятельности органов МСУ	Деятельность органов МСУ	Ход реализации институциональных реформ
Экономическое развитие	26	4	-
Здравоохранение и здоровье населения	8	22	3
Дошкольное образование	6	6	-6
Общее и дополнительное образование	16	2	-
Физическая культура и спорт	5	-	-
Жилищное строительство и обеспечение граждан жильем	6	1	-
Жилищно-коммунальное хозяйство	17	-	8
Организация муниципального управления	8	10	-

Для расчета неэффективных расходов по тем или иным направлениям нормативно-правовыми актами субъектов Федерации должны быть установлены целевые (нормативные) значения показателей, возможно, отдельно для городских округов и муниципальных районов. На среднесрочный период (сроком 3 года) утверждают целевые значения выделенных показателей, важно учесть, что на каждый плановый период определяют свои конкретные промежуточные показатели реализации цели. [3].

В целом можно отметить, что методика оценки эффективности деятельности органов МСУ не лишена недостатков. Один из них - это использование в методике абсолютных показателей, которые не позволяют сравнивать муниципальные образования друг с другом.

Второй недостаток заключается в существовании в группе показателей конечных результатов деятельности органов МСУ показателей, которые в большей части ситуаций не совсем можно отнести к таковым. Например, в целом ряде разделов есть показатели доли расходов на ту или иную статью в общем объеме расходов муниципального образования. По нашему мнению, совершенно очевидно, что структура расходов сама по себе еще мало, о чем говорит. В конце концов объем выделяемых средств может быть достаточно большим, при этом их расходование и распределение будет абсолютно неэффективным.

Третий недостаток - это использование показателей, которые зависят, во-первых, от деятельности властей сразу нескольких уровней, во-вторых, от набора целого ряда объективных факторов. К числу таковых относятся, например, доля прибыльных сельскохозяйственных организаций в общем их числе (для муниципальных районов) (%), объем инвестиций в основной капитал (за исключением бюджетных средств) в расчете на одного жителя

(руб.). Последний показатель вообще находится в прямой зависимости от уровня экономического развития территории, поэтому высокоразвитые муниципалитеты автоматически будут иметь гораздо более высокие значения показателя по сравнению с муниципалитетами с низким уровнем экономического развития.

Четвертый недостаток — это наличие неоднозначно интерпретируемых показателей. С одной стороны, подобного рода показатели очень важны, с другой стороны, площадь объектов инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства или сам факт поддержки предпринимательства еще не являются залогом благоприятных условий для его развития.

Пятый недостаток методики — это неполное отражение в системе показателей полномочий органов местного самоуправления, установленных в Федеральном законе от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» [4].

В заключении следует отметить, что с целью устранения выявленных недостатков в системе оценки эффективности деятельности органов МСУ необходимо более детально проработать вопрос о создании такой системы, которая позволяла бы сравнивать муниципальные образования по всем субъектам Федерации. На сегодняшний день многие вопросы решаются в рамках методики региональными властями (это дополнительные показатели, нормативные значения показателей и др.) [5]. С одной стороны, это правильный подход, о многих особенностях регионов и муниципалитетов гораздо лучше осведомлены власти на местах. С другой стороны, такой подход не позволяет сравнивать муниципалитеты друг с другом. В связи с этим, возможна разработка дополнительной методики оценки эффективности деятельности органов МСУ именно для сравнения муниципалитетов.

Список использованных источников:

1. Матюшкина И.А. Высшее образование как фактор формирования человеческого капитала / И.А. Матюшкина, О.М. Михалева. – М.: LAP Lambert Academic Publishing RU, 2018. – 166 с.

2. Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов: указ Президента РФ от 28.04.2008г. № 607 (ред. от 09.05.2018г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru

3. Смирнов Д.С. Современные проблемы совершенствования деятельности органов местного самоуправления / Д.С. Смирнов, Н.С. Шашина // В сборнике: Модернизация российской экономики. прогнозы и реальность сборник научных трудов II Международной научно-практической конференции. Санкт-Петербургский академический университет; Институт экономики, менеджмента и информационных технологий. 2016. - С. 380-385.

4. Удолдина К.С. Пути и способы совершенствования деятельности органов местного самоуправления в Российской Федерации / К.С. Удолдина // Молодой ученый. 2018. - № 43 (229). - С. 164-167.

5. Matyushkina I. Innovation, economic growth and inequality / Dmitriev S.,

Drigo M., Kalinicheva V., Shadoba E., Ozherelieva M., Matyushkina I. // International Review of Management and Marketing. 2016. Т. 6. № S1. P. 316-321.

УДК 338

Куцев Л.В.

АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ

Научный руководитель: д.э.н., доц. Бабич О.В.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
klacsss@gmail.com

В данной статье будет рассмотрена теоретическая основа современных проблем малого бизнеса, а также представлена информация об особенностях современных проблем малого предпринимательства.

Ключевые слова: регион, малый бизнес, социально-экономическое развитие.

На данный момент на территории Брянской области действуют ряд социально-экономических программ, которые затрагивают различные сферы деятельности [1]:

– «Экономическое развитие» (2014 - 2020 годы);
– «Развитие информационного общества и инфраструктуры электронного правительства Брянской области» (2014 - 2020 годы);
– «Повышение качества и доступности предоставления государственных и муниципальных услуг в Брянской области» (2014 - 2020 годы);
– «Повышение инвестиционной привлекательности Брянской области» (2014 - 2020 годы);
– «Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства в Брянской области» (2014 - 2020 годы);
– «Государственное регулирование тарифов Брянской области» (2014 - 2020 годы);
– «Управление государственным имуществом Брянской области» (2014 - 2020 годы) [5].

В 2017 году объем производства продукции сельского хозяйства во всех категориях хозяйств в 2017 году оценивается в 83,9 млрд. рублей или 103,3% в сопоставимых ценах к уровню 2016 года, в том числе продукции растениеводства - в 36,6 млрд. рублей (101,3%), продукции животноводства - в 47,3 млрд. рублей (105,0%). Доля продукции растениеводства в общем объеме производства составит 43,6%, животноводства - 56,4% (рис. 1).

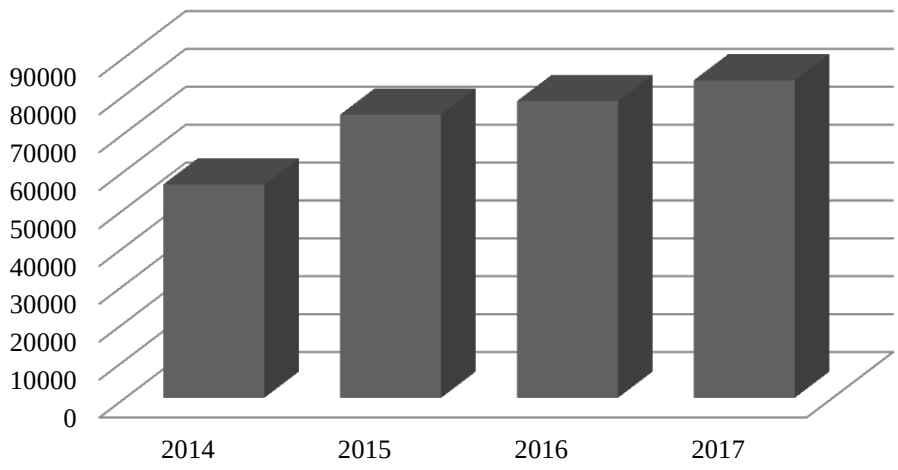

Рисунок 1 - Производство продукции сельского хозяйства, млрд. руб.

За последние пять лет удалось увеличить объём сельскохозяйственной продукции более чем в 2 раза, что положительно сказалось на аграрно-промышленном комплексе региона.

В 2017 году по категориям хозяйств сформировалась следующая структура производства: на 24,2% пришлось доля продукции изготовленной личными хозяйствами, а наибольший долю изготавливаемой продукции пришлось на сельхоз-организации, а именно 67,3% и 8,5% пришлось на долю фермерских хозяйств, представлено на рисунке 2 [3].

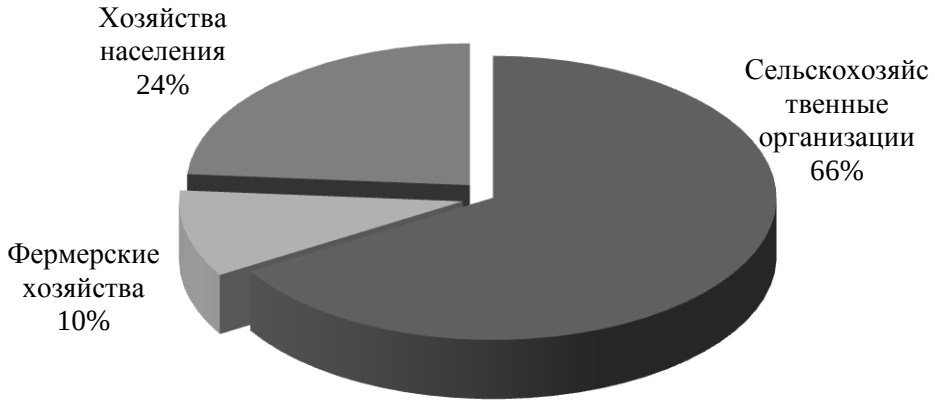

Рисунок 2 - Доля изготовленной продукции сельского хозяйства по категориям хозяйств за 2017 год

Из рисунка видно, что две трети продукции сельского хозяйства приходится на сельскохозяйственные организации. Самая малая доля приходится на фермерское хозяйство, что не является положительным показателем. В условиях рыночной экономики фермерские хозяйства не могу неравных конкурировать с сельскохозяйственными организациями, не объёму продукции, не по ценовой политике [4].

В нынешних условиях ни один из представленных критериев не реализуется в той мере, в которой должен. Помимо гибкости и способности быстрого адаптированная малый и средний бизнес имеет высокий уровень риска, что является негативным фактором для начинания своего дела. Именно

для этого необходима благоприятная среда.

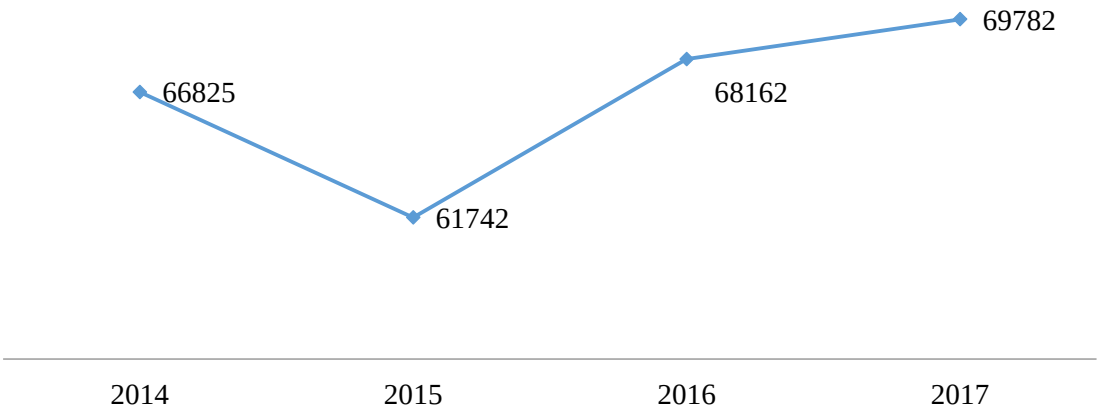

Рисунок 3 - Объем инвестиций в основной капитал, млн рублей

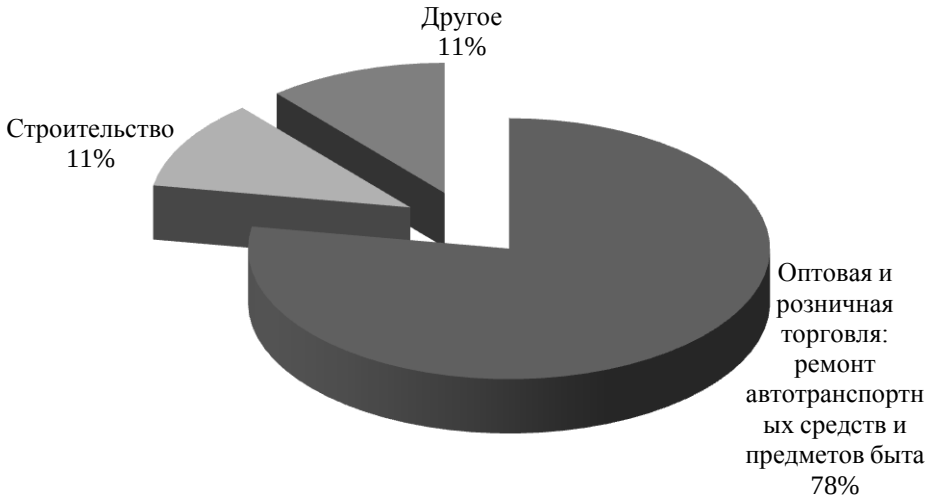

Рисунок 4 - Структура оборота малых предприятий Брянской области

Из рисунка следует, что на территории Брянской области идёт перенасыщение представителями одной сферы малого бизнеса, и дефицит представителей в других областях, что не позволяет равномерно и поступательно развиваться малому бизнесу целиком, как отдельному сегменту рынка [2].

Из рисунка видно, что в Брянской области развитие бизнеса движется крайне неравномерно, доля малого бизнеса составляет менее 10% от общего объёма рынка.

Специфика развития малого бизнеса в Брянской области имеет некоторые отличия от предпринимательства в других городах:

– мало информации о рынке, состоянии отрасли, а также недостаточно консультационных, обучающих и прочих информационных ресурсов;

– проблемы с управлением из-за недостатка должного уровня опыта и необходимых знаний;

– низкий уровень технической оснащенности;

– плохая самоорганизация и отсутствие должной поддержки извне;

– в одном предприятии часто совмещено сразу несколько видов

деятельности;

– российские предприятия малого бизнеса стремятся работать самостоятельно и редко берут на себя договоры субподряда;

– предприятия, которые работают успешно, стремятся охватить более широкий сегмент рынка;

– хорошо приспосабливаются к сложной экономической обстановке.

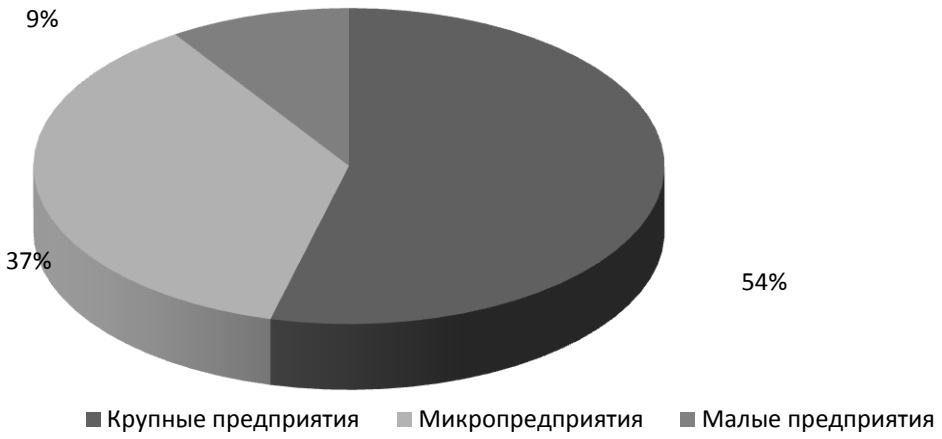

Рисунок 5 - Доля рынка малого, среднего и крупного бизнеса Брянской области 2017 год

Для огромного числа мелких и средних предпринимателей созданы неравные условия и это одна из проблем малого бизнеса. Отсутствие «здоровой» конкуренции, вспомогательных программ, и условий для развития малого и среднего предпринимательства приводит к упадку рыночной экономики, ведь главными чертами рыночной экономики является предпринимательство и многообразие его форм. Улучшение сферы для малого бизнеса также позволит улучшить и социальную обстановку так как, одними из положительных качеств малого бизнеса является гибкость и быстрая адаптация к изменяющимся условиям, малый бизнес может заполнить пустующие ниши. Предоставляя свои услуги на территории Брянкой области малый бизнес увеличит, ассортимент предоставляемых товаров и услуг, а также в условиях равновесной конкуренции буду представлены новые качественные товары и новые ценовые предложения. При появлении новых дистрибьюторов товаров и услуг на рынке труда появятся новые вакансии, что в условиях возросшего уровня показателя безработицы, однозначно окажет положительный эффект.

Список использованных источников:

1. Аганбегян, А.Г. Социально-экономическое развитие России: анализ и прогноз/ А.Г. Аганбегян – М.: Юрайт, 2016. – 20 с.

2. Бабич, О.В. Сущность и особенности предпринимательства в современных условиях /О.В. Бабич // Экономика и предпринимательство. - 2014. -№10(51). - С. 939-943.

3. Бандурин, Р.А. Обоснование показателей оценки развития малого предпринимательства в АПК / Р.А. Бандурин // Стратегия социально-ориентированного управления в рыночной экономике. Труды международной научно-практической конференции. - ФГОУ ВПО «Брянская государственная

сельскохозяйственная академия». - 2009. - С. 170-174.

4. Митюченко, Л.С. Развитие социально-экономической сферы через малый бизнес / Л.С. Митюченко, Л.В. Куцев // Экономика и предпринимательство. 2017. - №12-3 (89). - С. 470-474.

5. Чернышова, И.Г. Развитие инновационного потенциала Брянской области / И.Г. Чернышова // Инновационный путь развития экономики регионов. Сборник трудов второй международной научно-практической конференции. - 2014. - С. 303-310.

УДК 338

Куцев Л.В.

РОЛЬ МАЛОГО БИЗНЕСА В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ

Научный руководитель: д.э.н., доц. Бабич О.В.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
klacsss@gmail.com

Малый бизнес является составной частью развитой экономики. Он должен выполнять ряд функций, которые позволяют экономике гармонично развиваться. В данной статье будет рассмотрены пути повышения эффективности предприятий малого бизнеса, а также представлена информация об особенностях современных проблем малого предпринимательства.

Ключевые слова: управление, малый бизнес, социально-экономическое развитие.

Малый бизнес - процесс свободного экономического хозяйствования в различных сферах деятельности (кроме запрещенных законодательством) в рыночном пространстве с ограниченным количеством ресурсов (капитал, численность персонала и т.д.), который осуществляется в целях удовлетворения потребностей общества в товарах и услугах, получения прибыли, необходимой для развития предпринимательского дела, для выполнения финансовых обязательств перед государственными налоговыми органами и другими хозяйствующими субъектами [1,2].

Кроме всего прочего малый бизнес интенсивно оказывает влияние на сокращение факторов экономического кризиса, при этом уменьшая уровень безработицы, путем формирования нового социального класса мелких и средних собственников.

Идентификация места малого предпринимательства в национальной экономике и выявление его отличительных особенностей является ключевым в понимании его роли. Свободное и равноправное сосуществование и развитие разных форм собственности является имманентным в формировании и развитии рыночных отношений [3].

Нельзя отрицать важность малого и среднего бизнеса в рыночной экономике, как основополагающего фактора для развития и расширения. Иными словами, малый и средний бизнес – фундамент рыночной экономики, без которого невозможно как её развитие, так и функционирование в целом. Становление и развитие сегментов малого и среднего бизнеса – одна из

проблем экономики в условиях нормального развития и функционирования рыночного механизма. Являясь ведущим сектором в рыночной экономике, определяющим темпы экономического роста, качество и структуру валового национального продукта, малый бизнес покрывает до 30% ВНП во всех развитых странах. Потому абсолютное большинство развитых государств выступает за деятельность предприятий малого бизнеса и их развитие.

Малому предпринимательству в России присущ ряд отличий от малого бизнеса в большинстве зарубежных стран. Отличиями выступают следующие особенности российского малого бизнеса:

– несколько видов деятельности в рамках одного малого предприятия;
– невозможность ориентироваться на однопродуктовую модель развития;
– стремление к максимальной самостоятельности.

Несмотря на инновационный потенциал, в России присутствует низкая технологическая оснащенность и низкий технический уровень предприятий малого бизнеса [7].

Наличие и степень развитости рынков факторов производства: рынок, капитала, рынок инвестиционных товаров (например, земля и объекты недвижимости) является важным экономическим условием становления малого бизнеса, в свою очередь, зависящее от эффективности методов государственного управления, регулирования и контроля.

Также необходимо отметить, что при развитии мелкого и среднего производства, создаются благоприятные условия, необходимые для улучшения и «оздоровления экономики»:

– появление дополнительных рабочих мест;
– активизация структурной перестройки;
– развитие конкурентной среды;
– расширение потребительского сектора.

Масштабы развития малого бизнеса в России и его вклад в оздоровление экономики сегодня явно недостаточны. Объясняется это как общим спадом производства и разрывом хозяйственных связей, так и тем, что не получила развития государственная поддержка этих предприятий [4].

Государство, сознавая важную роль малого предпринимательства в рыночной экономике, разрабатывает и реализует ряд федеральных программ по его поддержке. Целью государственной политики РФ в рамках поддержки и развития малого бизнеса выступает создание правовых, политических и экономических условий его свободного развития, обеспечивающих:

– увеличение общественной эффективности в деятельности предприятий малого и среднего предпринимательства, рост числа занятых в данном секторе, формирование среднего класса-базы политической стабильности и увеличение средних доходов;
– увеличение темпов развития малого бизнеса, выступающим одним из стратегических факторов в социально-экономическом развитии государства в целом, повышение доли малого бизнеса во всех составляющих внутреннего

валового продукта;

– расширение сфер деятельности и экономическое укрепление малых и средних предприятий: производство товаров, оказание услуг, налоги.

В рыночной экономике основой является деятельность предпринимателей, с которой тесно связано создание мелких и средних предприятий [6].

Как известно, в развитии необходимо найти правильный ориентир, данная максима справедлива и для экономического развития. В странах Западной Европы и США рыночная экономика имеет высокий уровень развития в социально-экономической сфере. Ввиду того, что высокий уровень развития малого и среднего бизнеса в этих странах напрямую влияет на уровень развития рыночной экономики, способствуя решению социальных проблем, данный вид деятельности также может служить основой экономического развития Российской Федерации. Таким образом, необходимо и важно оказывать поддержку столь важному субъекту экономики.

Уровень развития малого бизнеса напрямую определяет степень развития экономики государства в целом. Достаточно упомянуть, что на 1000 российских граждан приходится примерно около 6 предпринимателей, в то время как в странах - членах ЕС не менее 30. В России доля малых фирм в общем числе всех предприятий составляет только лишь 30%, в странах ЕС предприятия малого бизнеса составляют около 70-80% от общего числа предприятий [5].

В настоящее время в России малый бизнес находится на начальном этапе развития. Данный фактор негативно отражается на социально-экономическом развитии регионов страны. Проблема малого и среднего бизнеса не является единственной, но в условиях экономического кризиса, она проходит лейтмотивом через все сферы жизни региона.

Список использованных источников:

1. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.constitution.ru.

2. Гражданский кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru.

3. Бабич, О.В. Сущность и особенности предпринимательства в современных условиях /О.В. Бабич // Экономика и предпринимательство. - 2014. -№10(51). - С. 939-943.

4. Балабанова, А.В. Особенности структуры региональной экономики / А.В. Балабанова // Инновационная стратегия развития регионов как фактор обеспечения финансово-экономической безопасности России в условиях глобализации. Сборник статей всероссийской научно-практической конференции. - 2016. - С. 209-212.

5. Бандурин, Р.А. Обоснование показателей оценки развития малого предпринимательства в АПК / Р.А. Бандурин // Стратегия социально-ориентированного управления в рыночной экономике. Труды международной научно-практической конференции. - ФГОУ ВПО «Брянская государственная сельскохозяйственная академия». - 2009. - С. 170-174.

6. Митюченко, Л.С. Развитие социально-экономической сферы через малый бизнес / Л.С. Митюченко, Л.В. Куцев // Экономика и предпринимательство. 2017. - №12-3 (89). - С. 470-474.

7. Чернышова, И.Г. Развитие инновационного потенциала Брянской области / И.Г. Чернышова // Инновационный путь развития экономики регионов. Сборник трудов второй международной научно-практической конференции. - 2014. - С. 303-310.

УДК 332.1

Левин А.М.

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ

Научный руководитель: д.э.н., доц. Бабич О.В.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
levin032@mail.ru

Проблема энергетической безопасности имеет особую актуальность, поскольку именно надежные и гарантированные поставки энергии, произведенной экологически приемлемыми способами, создают предпосылки для гармоничного развития современной экономики. Достижение устойчивого экономического роста российской экономики является одной из наиболее значимых государственных задач.

Ключевые слова: управление, энергетический комплекс, региональная экономика.

На протяжении тысячелетий основными видами используемой человеком энергии были химическая энергия древесины, потенциальная энергия воды, энергия ветра и солнечного света. Но в XIX в. главными источниками энергии стали ископаемые топлива: каменный уголь, нефть и природный газ. В связи с быстрым ростом потребления человечеством энергии возникли многочисленные проблемы и встал вопрос о будущих источниках энергии. В последнее время ведутся поиски более чистых видов энергии, таких, как солнечная, геотермальная, энергия ветра и энергия термоядерного синтеза. Потребление энергии всегда было прямо связано с состоянием экономики. Увеличение валового национального продукта (ВНП) сопровождалось увеличением потребления энергии. Однако энергоемкость ВНП (отношение использованной энергии к ВНП) в промышленно развитых странах постоянно снижается, а в развивающихся - возрастает, в том числе благодаря успехам в области энергосбережения [6].

Существуют три основных вида ископаемых энергоносителей: уголь, нефть и природный газ.

Наиболее крупные нефтяные запасы сосредоточены в пределах зарубежной Азии (без СНГ 70%). Наиболее выделяется Ближний и Средний Восток, где сосредоточено около 60% запасов и осуществляется более 40% мировой добычи нефти. В странах этого региона располагаются государства с наиболее крупными запасами нефти: Саудовская Аравия (более 35 млрд. тонн), Ирак (более 15 млрд. тонн), Кувейт (более 13 млрд. тонн), ОАЭ и Иран (около 13 млрд. тонн). Из других азиатских стран по запасам нефти можно выделить

Китай и Индонезию.

В пределах Латинской Америки запасы нефти составляют приблизительно 12% от мировых. На сегодняшний день здесь особо выделяется Венесуэла (более 11 млрд. тонн), Мексика (около 4 млрд. тонн).

На долю Африки приходится приблизительно 7% мировых запасов нефти. По их величине выделяются Ливия (40% африканских запасов), Алжир, Египет, Нигерия.

Что касается СНГ, то его доля оценивается в 6%. Однако Россия по разным оценкам имеет от 6,7 до 27 млрд. тонн [5].

Всего нефть добывают более 80 стран. Лидирующие показатели по добыче в Саудовской Аравии, США, Россия, Китай и ОАЭ.

Достаточно сложно прогнозировать, на сколько лет еще хватит запасов нефти в связи с отсутствием постоянной величины потребления и недостаточной информацией о новых месторождениях (к 2030 будет исчерпано 80% разведанных мировых запасов нефти). В прогнозном плане потребления нефти в мире к концу 2018 достигнет 3 млрд. тонн.

Природный газ занимает особое место в топливно-энергетической и сырьевой базе, благодаря высоким потребительским свойствам, низким издержкам добычи и транспортировки, широкой гамме применения во многих сферах человеческой деятельности.

К настоящему времени добыча природного газа увеличилась приблизительно в 6 раз и сейчас составляет 2,9 триллиона м³ ежегодно.

Разведанные запасы природного газа оцениваются приблизительно в 150 триллиона м³. По разведанным запасам природного газа (их объем все время растет) особенно выделяются СНГ и Юго-Западная Азия (по 40% мировых запасов), из отдельных стран - Россия, где сосредоточено около одной третьей мировых запасов или 50 триллионов м³ (почти 90% запасов СНГ) и Иран (15% мировых).

В «первую десятку» газодобывающих стран мира входят Россия (около 600 млрд. м³), США (550 млрд. м³), Канада (170 млрд. м³), Туркменистан, Нидерланды, Великобритания, Узбекистан, Индонезия, Алжир, Саудовская Аравия. Крупнейшими потребителями газа являются США (приблизительно 650 млрд. м³), Россия (350 млрд. м³), Великобритания (около 90 млрд. м³) и Германия (около 80 млрд. м³).

Запасы угля оценить легче. Три четверти мировых его запасов, составляющих по оценке примерно 10 трлн. т, приходятся на страны бывшего СССР, США и КНР. Мировой рынок угля в настоящее время является более конкурентным, чем нефтяной и газовый, поскольку месторождения и добыча угля расположены практически по всем континентам и регионам мира. Уголь будет играть особенно важную роль в электроэнергетике тех регионов, в которых альтернативных видов топлива мало. Благодаря своей сравнительной дешевизне этот энергоноситель остается особенно важным для развивающихся стран Азии [2].

Уголь является самым распространенным энергетическим ресурсом в мире, и его доля в мировой энергетике превышает 24% (к 2030 году ожидается

увеличение его доли до 29%), это второе место после нефти (36%). Примерно 13% добытого каменного угля используется металлургическими компаниями. Ведущие страны по добыче - Китай, США, Индия, Австралия, Россия.

Мировые запасы угля составляют 1,2 трлн. т. Примерно три четверти мировых запасов угля приходятся на страны бывшего СССР, США и Китай. При этом в недрах России сосредоточена треть мировых ресурсов угля, или 173 млрд. тонн, а в Казахстане - 34 млрд. тонн.

В отличие от нефти и газа на экспорт идет небольшая часть добываемого угля - 10%. По данным Международного института угля, основными экспортерами угля являются Австралия (более 230 млн. тонн в год), Индонезия (115 млн. тонн) и Россия (90 млн. тонн). Основные потребители угольной продукции - Япония (более 200 млн. тонн в год) и Южная Корея (более 85 млн. тонн).

Среди регионов по добыче угля лидируют Зарубежная Азия (40% мировой добычи), Западная Европа, Северная Америка (немногим более 20%) и страны СНГ [2].

Крупнейшие из известных источников урана находятся в Северной Америке, Австралии, Бразилии и Южной Африке. Считается, что большими количествами урана обладают страны бывшего Советского Союза. Ядерный реактор-размножитель обладает чудесной способностью, вырабатывая энергию, в то же время производить еще и новое ядерное топливо. К тому же он работает на более распространенном изотопе урана 238U (преобразуя его в делящийся материал плутоний). Считается, что при использовании реакторов-размножителей запасов урана хватит не менее чем на 6000 лет. По-видимому, это ценная альтернатива ядерным реакторам нынешнего поколения. Деление ядер - не идеальное решение проблемы энергоресурсов. Более перспективной в экологическом плане представляется энергия термоядерного синтеза. Такую энергию можно получать за счет образования тяжелых ядер из более легких. Этот процесс называется реакцией ядерного синтеза. Как и при делении ядер, небольшая доля массы преобразуется в большое количество энергии. Энергия, излучаемая Солнцем, возникает в результате образования ядер гелия из сливающихся ядер водорода. На Земле ученые ищут способ осуществления управляемого ядерного синтеза с использованием небольших, поддающихся контролю масс ядерного материала.

В последнее время исследуется ряд альтернативных источников энергии. Наиболее перспективным из них представляется солнечная энергия [4].

У солнечной энергии есть два основных преимущества. Во-первых, ее много, и она относится к возобновляемым энергоресурсам: длительность существования Солнца оценивается приблизительно в 5 млрд. лет. Во-вторых, ее использование не влечет за собой нежелательных экологических последствий. Однако использованию солнечной энергии мешает ряд трудностей. Хотя полное количество этой энергии огромно, она неконтролируемо рассеивается. Чтобы получать большие количества энергии, требуются коллекторные поверхности большой площади. Кроме того, возникает проблема нестабильности энергоснабжения: солнце не всегда светит.

Даже в пустынях, где преобладает безоблачная погода, день сменяется ночью. Следовательно, необходимы накопители солнечной энергии.

И, наконец, многие виды применения солнечной энергии еще как следует не апробированы, и их экономическая рентабельность не доказана. Можно указать три основных направления использования солнечной энергии: для отопления (в том числе горячего водоснабжения) и кондиционирования воздуха, для прямого преобразования в электроэнергию посредством солнечных фотоэлектрических преобразователей и для крупномасштабного производства электроэнергии на основе теплового цикла.

Гидроэнергетика дает почти треть электроэнергии, используемой во всем мире. Норвегия, где электроэнергии на душу населения больше, чем где-либо еще, живет почти исключительно гидроэнергией. На гидроэлектростанциях (ГЭС) и гидроаккумулирующих электростанциях (ГАЭС) используется потенциальная энергия воды, накапливаемой с помощью плотин.

Существуют приливные электростанции, в которых используется перепад уровней воды, образующийся во время прилива и отлива. Для этого отделяют прибрежный бассейн невысокой плотиной, которая задерживает приливную воду при отливе. Затем воду выпускают, и она вращает гидротурбины.

Приливные электростанции могут быть ценным энергетическим подспорьем местного характера, но на Земле не так много подходящих мест для их строительства, чтобы они могли изменить общую энергетическую ситуацию.

Ученые допускают возможность использования в качестве источников энергии сланцевый газ, воздух (на основе протекающих в нем физико-химических процессов образуется статическое электричество, но этот метод, как предполагают, целесообразно будет применять только в регионах с повышенной влажностью воздуха).

Доходность от производства альтернативных источников энергии уже в 2007 году составила $77,3 млрд. Согласно прогнозам, к 2019 году она составит около $300 млрд. Лидером использования нетрадиционного топлива является Европа (43,3% - генерации).

В вопросах разработки и внедрению hi-tech Россия отстает от передовых стран в 10-12 раз. На мировом рынке высоких технологий доля России составляет 0,6%, тогда как на запад приходится 25%, которые к 2050 году увеличатся минимум до 50% [3].

Россия занимает первое место в мире по международной торговле природным газом, а также второе место, как экспортер нефти (и нефтепродуктов), обладая одним из самых больших в мире потенциалов топливно-энергетических ресурсов. Энергетический комплекс России является неотъемлемой частью всего мирового энергетического рынка.

Географическое положение России определяет ее особую роль в транзите энергоресурсов в пределах евразийского континента, обеспечивая наиболее эффективную конфигурацию энергетической инфраструктуры не только по направлению «запад-восток», но и «юг-север» и «юг-северо-запад» континента. Указанное измерение энергетики России важно не только для российской экономики, но и для процесса развития внешних энергетических рынков, и,

следовательно, в целом, мировой экономики.

Безусловно, конкурентные преимущества России в экономике, в первую очередь, должны работать (и работают) на интересы и нужды народа, государства. Но от того, насколько динамично развивается и устойчиво функционирует топливно-энергетический комплекс России, насколько быстро осваиваются новые и эффективно эксплуатируются действующие нефтегазовые месторождения, зависит качество и надежность экспортных поставок. А, в конечном счете, экономический рост и благополучие стран-импортеров [1].

Целью энергетической политики России является максимально эффективное использование природных энергетических ресурсов и потенциала энергетического сектора для устойчивого роста экономики, повышения качества жизни населения страны и содействия укреплению ее внешнеэкономических позиций

Список использованных источников:

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации «Об энергетической стратегии России на период до 2030 года» от 13 ноября 2009 г. №1715-р [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru.

2. Бабич, О.В. Особенности системы управления диверсифицированной компанией / О.В. Бабич, А.М. Левин, А.С. Афанасьев // Ученые записки Российской академии предпринимательства. – 2019. – т.18 №1. – С. 29-39.

3. Официальный сайт ООО «Газпром газэнергосеть». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gazpromlpg.ru.

4. Официальный сайт ПАО «Газпром». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gazprom.ru.

5. Шмулев, Г.А. Угрозы экономической безопасности страны и пути снижения ущерба / Г.А. Шмулев, И.Г. Чернышова // Экономическое развитие регионов и приграничных территорий Евразийского экономического союза (ЕАЭС). Материалы Международной научно-практической конференции. - 2017. - С. 95-99.

УДК 364.22

Левхина А.О.

ПРОБЛЕМА БЕДНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Михалева О.М.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского, Россия, г. Брянск

В данной статье рассматривается проблема бедности в Российской Федерации. В статье определяются факторы, которые влияют на бедность. Рассматриваются особенности проблемы бедности в сельской местности. Выявляются самые бедные регионы России. Так же в статье предложены направления снижения бедности в России.

Ключевые слова: бедность, нищета, прожиточный минимум, минимальный размер оплаты труда, средняя заработная плата.

Несмотря на то, что бедность всегда выступала в качестве актуальной проблемы, которая исследовалась в достаточно большом количестве областей научного знания, в России на современном этапе развития вопрос о бедности стоит особо остро.

Проблема бедности является одной из важнейших социально-экономических проблем России. В современном мире этому вопросу уделяется большое значение. Так многие ученые-экономисты, такие как: Ф. Бородкина, В. Воронкова, Л. Гордона, Л. Зубовой, Г. Делика, Л. Лучкина, М. Куликовой, М. Можиной, Л. Ниворожкиной, С. Смирнова, В. Сычевой, Л. Хахулиной, Н. Черниной, Т. Ярыгиной, посвятили свои работы, анализируя проблему нищеты.

Россия входит в число стран с высоким показателем бедности. Это связано с тем, что обычному россиянину из прожиточного минимума приходится выкладывать немалую сумму на оплату коммунальных услуг и систем теплосбережения. В большинстве других стран климат теплее, и расходы на обогрев и теплоизоляцию меньше. Низкая температура приводит и к необходимости усиленного питания. Еще одним негативным фактором является низкое качество продовольствия и медицинских услуг. Усугубляют ситуацию периодически вспыхивающие волны инфляции. [1]

Важнейшим фактором, который способствует росту бедности в Российской Федерации является невысокий уровень заработной платы во многих регионах нашей страны. В этих регионах средняя заработная плата не дает возможности вести нормальный образ жизни. В настоящее время кроме традиционной бедности, связанной с большим составом семьи или же вызванной неполной семьей, существует и экономический спад, ведущий к тому, что работающее население не может предоставить себе социальной достаточный уровень довольствия.

Во многих городах причиной бедности выступает отсутствие градообразующих предприятий. Решение этой проблемы возможно благодаря диверсификации экономики и привлечению иностранного капитала, создания совместных предприятий, организации новых производств, конверсии, освоения оказавшихся незагруженными производственных мощностей. А также реконструкции старых объектов, неработающие предприятие можно использовать как готовую производственную площадку для развития нового бизнеса.

Следует отметить, что бедности подвержены в первую очередь жители небольших городов с низкими возможностями на рынке труда, а также жители деревень.

В России остро стоит проблема бедности сельского населения. Экономические реформы, проводимые в нашей стране, сильнее всего отразились именно на сельском населении. Основной причиной бедности сельского населения выступает проблема кризиса всех отраслей АПК. Системный кризис сельского хозяйства, низкая заработная плата, а также нарушение сроков ее выплаты, безработица в селе в следствие отсутствия рабочих мест значительно ухудшили качество и уровень жизни сельских жителей. Большинство сельскохозяйственных предприятий после распада

СССР прекратили свое существование, как следствие, произошло снижение числа рабочих мест в селе. Следует отметить, что низкий уровень доходов сельских жителей ведет к бедности и будущих поколений селян, ограничивая их доступ к образованию, которое бы способствовало получению работы с достойным уровнем оплаты труда.

По данным Росстата, число людей с доходами меньше величины прожиточного минимума – 20,3 млн человек. Это около 15 процентов от общего числа россиян. В основном это работающие граждане с низким уровнем оплаты труда. Большинство пенсионеров получают больше прожиточного минимума, поэтому их доля в числе официальных бедных невелика – 16,7 %. Примерно 5,3 млн пенсионеров получают доплаты. Однако средние размеры пенсий достаточно малы, а с учетом высоких трат на лекарства большинство пенсионеров могут быть неофициально причислены к числу бедняков. [7]

Сравнение нынешней ситуации с тем, что было в 90-х и начале 2000-х показывает, что бедных тогда было вдвое больше, чем теперь. На современный уровень ситуация вышла примерно в середине 2000-х. При этом кризис 2008 года никак не сказался на числе бедных. Наилучшая ситуация отмечена в 2012 – 2013 годах, когда малообеспеченных граждан было всего 10 – 11 %.

На первый взгляд, если судить по данным Росстата, ситуация в России улучшается. Так, за последние десять лет снизился так называемый коэффициент фондов, который отражает разницу в доходах — с 16,7 раз до 15,7 раз. Это означает, что самые бедные россияне имеют сейчас доход в 15,7 раз меньше, чем «богатые».

Снижается и еще один важный показатель — коэффициент Джини, который характеризует отклонение в распределение доходов. Так, десять лет назад этот показатель составлял 0,422 (величина может варьироваться от 0 до 1, чем она выше, тем глубже проблема дисбалансов), а в прошлом году — уже 0,414.

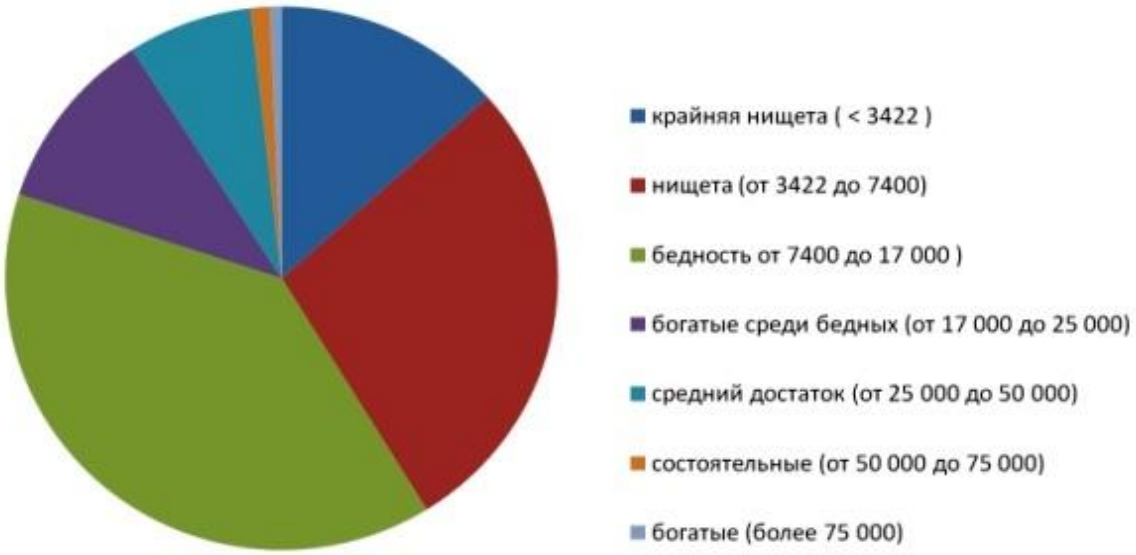

Рисунок 1 – Доходы и бедность в России

Однако о чем свидетельствуют другие статистические данные, разрыв сокращается не за счет снижения численности бедных людей, перетекающих в более высокую доходную категорию, а в связи с тем, что все меньше

становится россиян, чьи доходы считаются наиболее высокими. За последние пять лет численность таких граждан уменьшилась на 0,5%.

То есть не бедные богатеют, а «богатые» беднеют. А в сочетании с устойчивой тенденцией падения доходов граждан к тому же и бедные становятся еще беднее. [2]

В России велико территориальное различие в уровне малообеспеченности. Самыми бедными являются такие регионы, как Смоленская область, Брянская область, Псковская область, Алтайский край, Ивановская область и республика Дагестан. На рисунке показан уровень благосостояния в разных регионах.

Самыми обеспеченными в материальном плане регионами являются город Москва, Ямало-Ненецкий автономный округ, Чукотский АО, Сахалинская область и ХМАО. Легко заметить, что в нашей стране более благополучными являются районы, специализирующиеся на добыче нефти и газа, а также российская столица. Таким образом, уровень бедности регионов России довольно сильно различается.

Особенностью бедности в нашей стране является тот фактор, что во многих городах работающие люди не могут гарантировать себе достаток, необходимый для безбедной жизни. По мнению экспертов 30 млн. работающих в нашей стране получают заработную плату ниже 15 тыс. руб. в месяц.

Для снижения уровня бедности в Российской Федерации необходимо:

1. Создание комфортных условий для подъема индустрии и развития ее новых направлений;
2. Поддержание макроэкономической стабильности в государстве;
3. Наращивание минимального размера оплаты труда для того, чтобы расходы на прожиточный минимум покрывались, и человек не чувствовал недостатка и своей обделенности на фоне более обеспеченных слоев населения;
4. Разработка общественных программ, которые будут улучшать ситуацию в обществе, уменьшать уровень безработицы и незамотивированности в развитии;
5. Увеличение значения самой человеческой жизни.

На данный момент заметного снижения уровня бедности не происходит. Проблема заключена в негативных условиях на рынке труда — у частных работодателей нет возможности повышать зарплату сотрудникам, поскольку в приоритете для них сейчас сокращение издержек. Государство как работодатель не обеспечивает достойную заработную плату в бюджетных отраслях. Так же одной из причин является коррупция, деньги которые могли бы идти на развитие территорий и повышение зарплат, тратятся на иные цели, не имеющие отношения к общественному благополучию. [3]

В России более остро, чем в других странах, стоит проблема имущественного неравенства и распределения доходов. Так, по данным международных организаций, около 70 процентов материальных благ принадлежат всего одному проценту населения нашей страны. По материальному неравенству Россия занимает одно из первых мест в мире. В последнее время это является одной из главных причин распространения

бедности.

В современных условиях даже при экономическом росте бедность может возрастать за счет неравномерного распределения ресурсов. Поэтому перспективным направлением борьбы с бедностью в Российской Федерации выступает активное регулирование процессов распределения благ.

Еще одним отличием бедности в России и развитых странах является преобладание в нашей стране в неизменно низком состоянии показателя малообспеченности, тогда как на западе она чаще носит временный характер. В отличие от западных стран, в России велика доля бедных среди работающих граждан. В нашей стране в группу бедняков могут попасть даже достаточно квалифицированные специалисты. А зарплаты в бюджетных учреждениях гораздо ниже, чем в частных.[6]

Таким образом, бедность в России – это сложное социальное явление, обусловленное взаимодействием целого ряда факторов. Анализ динамики уровня бедности в России показывает, что она остается значимым явлением в жизни населения и экономике государства. Однако при принятии адекватных мер ее можно искоренить. Для снижения уровня бедности в России необходимы меры по борьбе с безработицей, повышению минимального размера заработной платы, внедрению социальных программ поддержки малоимущих, развитию перерабатывающих отраслей, борьбе с инфляцией и накруткой цен на продукты и товары первой необходимости, снижение неравенства по доходам и т. д.

Список использованных источников:

1. Гонтмахер, Е. Российские социальные неравенства как фактор общественно политической стабильности / Е. Гонтмахер // Ежемесячный практический журнал «Экономист». – 2013. − № 4. – С. 68-82.

2. Леконцев, И.П. Бедность в России: официальная статистика и результаты социологических опросов ВЦИОМ / И.П. Леконцев // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. - 2016. - № 2. Стр. 111—119.

3. Моисеев, В.В. Социальная политика России / В.В. Моисеев. - М.: Директ-Медиа, 2014. – 348 с.

4. Нефедов, Д.А. Изучение феномена российской бедности в экономическом и социальном аспектах, его особенностей и путей преодоления / Д.А. Нефедов // ГСГ. — 2017. – Апрель. – 40 с.

5. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru/

6. Распоряжение Правительства Российской Федерации «О концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» от 17.11.2008 №1662-р [Электронный ресурс]: // Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс».

7. Федеральный закон «О прожиточном минимуме в Российской Федерации» от 24.10.1997 № 134-ФЗ [Электронный ресурс]: // Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс».

УДК 332.72

Малевич П.И.,
Цуник А.А.

РЫНОК НЕДВИЖИМОСТИ КАК ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫЙ РЫНОК

Научный руководитель: к.э.н., доц. Прыгун И.В.
Белорусский государственный экономический университет,
Республика Беларусь, г. Минск

Развитие рынка недвижимости, также, как и других рынков, возможно только с применение и развитием технологий, в первую очередь информационных. В данной статье будут рассмотрены основные преимущества наиболее перспективной для рынка недвижимости технологии Blockchain.

Ключевые слова: технология, Blockchain, Blockchain real estate market.

Технология – совокупность методов, процессов и материалов, используемых в какой-либо отрасли деятельности, а также научное описание способов технического производства [1]. Технологии в сфере недвижимости включают в себя множество элементов, начиная от оборудования и, заканчивая программными средствами, которые используются всеми участниками рыночных отношений в сфере недвижимости для сбора, оценки и распространения данных о сотоянии рынка недвижимости.

2018 год стал рекордным годом в сфере инвестирования в технологии для развития рынка недвижимости: 13 млрд дол. США в мире было инвестировано в 4 основных технологии рынка недвижимости: средства автоматизации, интернет-средства, средства виртуальной реальности и блокчейн [2].

1. Средства автоматизации. Агентства недвижимости отвечают за сбор и анализ данных о рынке и объектах недвижимости, что является достаточно трудоемким процессом. Субъекты рынка недвижимости тратят много времени на сбор данных, при этом у них остается недостаточно времени для анализа данных, консультирования покупателей и, в конечном счете, заключения сделки. Средства автоматизации значительно помогают агентам сократить время для сбора информации: они могут собирать данные быстрее с меньшими трудовыми затратами и комбинировать их со своими собственными знаниями для достижения лучшего результата. Инструменты автоматизации также могут использоваться на этапе определения цены сделки, анализируя данные о ценах на аналогичные объекты недвижимости за определенный период времени. Кроме того, агентства недвижимости нередко помещают все эти данные в алгоритм, который может автоматически прогнозировать цены продажи в определенной области.

2. Интернет-средства в сфере недвижимости используются субъектами рынка для мониторинга и контроля определенных аспектов недвижимости и ее внешних условий, таких как температура, качество воздуха, уровень освещения, система безопасности, пожарная система и др. Возможность контролировать эти аспекты в режиме реального времени дает многочисленные

преимущества. Например, данные инструменты могут предоставить владельцам недвижимости информацию о поведении жильцов, использовании электроэнергии и позволяют им быть более активными в отношении обслуживания и ремонта имущества [3].

3. Виртуальная реальность не является новой технологией в сфере недвижимости, однако ежегодно инвестируется множество средств для развития данной технологии. Ожидается, что к 2025 году инвестирование в виртуальную реальность рынка недвижимости достигнет не менее 80 млрд долл. США. Приложения виртуальной реальности используются для создания 360-градусных изображений объектов недвижимости, что дает возможность агентам организовать виртуальные туры по объектам недвижимости. Также существуют такие приложения, как a PLNAR (помогает пользователям измерять размеры помещения для создания плана этажа), MeasureKit (позволяет владельцам недвижимости визуально представлять, как мебель и другие предметы интерьера будут выглядеть в режиме реального времени) и др.

4. Blockchain представляет собой постоянно расширяющуюся децентрализованную государственную книгу. Отдельные блоки информации, соединенные между собой, содержат данные, защищенные криптографией, которые невозможно изменить, что значительно повышает прозрачность рынка недвижимости. Одним из примеров на рынке недвижимости, основанных на технологии blockchain, является сервис Blockchain real estate market (BREM), старт работы которого запланирован на 2019 год.

Портал BREM является платформой нового поколения для легкой покупки объектов недвижимости из любого региона страны или мира, имея все необходимые дополнительные инструменты под рукой. Целевой аудиторией сервиса являются застройщики, агентства недвижимости, инвесторы и покупатели.

Преимущества платформы BREM:

– масштабная база международных и местных объектов недвижимости;

– доверие, безопасность, прозрачность и проблемы надежности транзакций решаются с помощью технологии blockchain;

– инвестиционный анализ, основанный на искусственном интеллекте;

– удобные способы оплаты: платежи доступны в криптовалютах и токенах;

– заключение сделок онлайн;

– 3d туры по объектам недвижимости, видеообзоры готовых и строящихся домов, офисов и жилых комплексов;

– оформление онлайн-ипотеки, юридическое и нотариальное сопровождение;

– полная бесплатная онлайн-поддержка транзакций профессионалами из различных областей [4].

Новые технологии, индивидуализация и гибкость станут будущим рынка недвижимости. Рынок недвижимости в настоящее время – это технологичный рынок, однако, на основании мировых исследований будущего рынка

недвижимости, пик его высокотехнологичности будет достигнут через 8-10 лет. Ценообразование на рынке недвижимости будет полностью автоматизировано на основе разработки и внедрения новых технологий, которые будут способствовать резкому сокращению расходов и повышению доверия населения к транзакциям на рынке. Система Blockchain станет надёжным, более доступным ресурсом, который упростит процесс сделок купли-продажи на международном уровне.

Список использованных источников:

1 Технологии [Электронный ресурс]. – Электрон. текстовые дан. – Минск: [б.и.], 2019. - Режим доступа: https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/4842.

2 Как технологии меняют рынок недвижимости [Электронный ресурс]. – Электрон. текстовые дан. – Минск: [б.и.], 2019. - Режим доступа: https://www.forbes.ru/biznes/358103.

3 Technologies in real estate [Электронный ресурс]. – Электрон. текстовые дан. – Минск: [б.и.], 2019. - Режим доступа: https://channels.theinnovationenterprise.com/articles/technology-in-real-estate.

4 Недвижимость и блокчейн [Электронный ресурс]. – Электрон. текстовые дан. – Минск: [б.и.], 2019. - Режим доступа: https://zagranitsa.com/nedvizhimost/article/5646.

УДК 332.72

Малевич П.И.,
Цуник А.А.

СПРОС НА ВТОРИЧНОМ РЫНКЕ ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ Г. МИНСКА: ФАКТОРЫ ЕГО ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ, ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Леднёва И.А.
Белорусский государственный экономический университет,
Республика Беларусь, г. Минск

Рынок недвижимости является существенной составляющей любой национальной экономики, при этом недвижимость является важнейшей составной частью национального богатства, на долю которой приходится более 50% мирового богатства. Спрос на рынке недвижимости выступает одним из самых важнейших факторов при формировании экономической стратегии деятельности агентств недвижимости, организаций-застройщиков и иных субъектов рынка, так как только строительство и реализация пользующихся спросом у покупателей объектов недвижимости целесообразно и выгодно с экономической точки зрения.

Ключевые слова: рынок недвижимости, спрос, прогнозирование, факторы.

Рынок недвижимости как саморегулирующаяся в установившейся правовой среде система основывается на рыночных элементах, основными из которых является спрос и предложение, цена и стоимость

Спрос на рынке недвижимости – платежеспособная потребность населения в объектах недвижимости на рынке недвижимости или форма проявления той части потребностей, которая обеспечена покупательской

способностью [1].

В зависимости от законодательной базы, условий финансирования, форм владения собственностью рынок недвижимости постоянно претерпевает изменения и является уникальным для каждой страны, региона, города. Чтобы правильно оценивать недвижимость, необходимо тщательно отслеживать все изменения, происходящие на рынке недвижимости.

Величина спроса на объекты недвижимости во многом определяется географическим (местоположение объекты на территории города, области) и историческим (дома разного периода постройки) факторами; состоянием инфраструктуры в районе объекта недвижимости (наличие подъездных путей, дорог, метро и других видов транспортной магистрали, предприятий торговли и бытового обслуживания, парков, водоемов, других мест массового отдыха и т.д.) [2].

Следует иметь в виду, что спрос на недвижимость может быть изменчив. При этом почти все сделки на рынке недвижимости должны пройти государственную регистрацию с тем, чтобы узаконить куплю-продажу соответствующих объектов. Это говорит о том, что законодательство также оказывает сильное влияние на спрос на объекты недвижимости.

Экономические исследования показывают, что на спрос на рынке недвижимости воздействует целый ряд факторов, среди которых наиболее важное значение имеют следующие их группы: экономические (динамика доходов населения, уровень арендной платы, стоимость строительства и т.д.), социальные (образовательный уровень, уровень преступности и т.д.), административные (налоговый режим, зональные ограничения и др.) факторы, условия окружающие среды (транспортная инфраструктура, экологическая обстановка и т.д.), а также политические, национальные, культурные факторы.

Для определения факторов, которые в наибольшей степени влияют на спрос на вторичном рынке жилья г. Минска, воспользуемся инструментами корреляционно-регрессионного анализа на основании актуальных данных [3], представленных в табл.1.

Для проведения корреляционно-регрессионого анализа воспользуемся инструментом Регрессия, по результатам которого был получен результат того, что на спрос в порядке снижения влияния оказывают воздействие следующие факторы: инфляция, год, средняя цена 1 м^2 на первичном рынке жилья, средняя цена предложения, курс белорусского рубля к долл. США, население. Таким образом, из 8 вышеперечисленных факторов на спрос на вторичном рынке жилой недвижимости г. Минска оказывают значительное влияние только 2: средняя цена 1 м^2 на вторичном рынке жилья и средняя номинальная заработная плата населения. По результатам корреляционно-регрессионного анализа можно составить математическое уравнение зависимости спроса на вторичном рынке недвижимости от вышеперечисленных факторов:

$$y = 12851{,}3 - 2{,}77962 * x_1 + 0{,}000504 * x_2$$

где y – значение спроса; x_1 – средняя цена 1 м^2 на первичном рынке жилой недвижимости, долл. США; x_2 – номинальная заработная плата, бел.р.

Проводя исследование вторичного рынка жилой недвижимости г. Минска необходимо отметить, что анализ включает в себя 2 крупных этапа, последним

из которых является прогнозирование развития рынка и цен.

Таблица 1 – Основные значения факторов, оказывающих влияние на спрос на вторичном рынке жилья г. Минска

Спрос	Год	Ср цена $м^2$ на вторич рынке, долл.	Ср цена $м^2$ на первич рынке, долл.	Нас., чел	Номинал зп нас, бел.р.	Курс бел. р.	Инфляция, %	Ср цена предл, долл
11156	2009	1365	1248	1814367	998017	2863	10,1	1434
8493	2010	1325	1293	1843685	1237409	3000	9,9	1328
9850	2011	1343	1307	1864090	1711120	8350	108,7	1356
10324	2012	1313	1211	1885067	3740871	8570	21,8	1320
11125	2013	1693	1512	1901059	4683754	9510	16,5	1549
11182	2014	1693	1450	1921807	6092769	11850	16,2	1758
11089	2015	1687	1390	1938280	6716333	18569	12	1497
13502	2016	1129	1004	1959781	721,9167	1,9585	10,6	1208
14332	2017	1124	1144	1974819	814,6167	1,9727	4,6	1163
14010	2018	1260	1214	1982444	957,3917	2,1598	5,6	1293

Прогнозирование спроса является заключительным и важнейшим этапом в исследовании. Прогноз выстраивается по существующей тенденции изменения спроса за предыдущие года, т.е. на основе проведенного анализа спроса на вторичном рынке жилой недвижимости г. Минска. Его прогнозирование является важнейшим элементом экономического прогнозирования и представляет собой построение научно-обоснованного сценария возможного развития рынка.

Безусловно, не существует абсолютно точных методов прогнозирования. Мы не можем знать с вероятностью 100 %, какой будет спрос в 2019 г. Вместе с тем, разработано множество способов, методов и подходов для прогнозирования спроса. Все разработанные методы помогаю обнаружить тенденцию, сопоставить с прошлыми событиями, что помогает спрогнозировать наиболее вероятное развитие события.

При прогнозе спроса на вторичном рынке жилой недвижимости необходимо использовать различные методы прогнозирования, а затем анализировать и сопоставлять результаты, чтобы выбрать наиболее точный, реальный и подходящий результат.

Одними из наиболее распространённых методов прогнозирования являются метод экстремумов, метод удвоенных средних, метод уменьшенных средних, трендовая модель, полулогорифмическая модель, функции ЛИНЕЙН, ЛГРФПРИБЛ, ТЕНДЕНЦИЯ . Данные методы позволяют прогнозировать спрос на основе временного фактора.

Из представленных данных следует исключить значение, полученное в 5 методе, так как оно значительно выделяется из значений, полученных при

использовании остальных методов. Итоговое прогнозное значение рассчитаем как среднее между всеми значениями, кроме значения 5-го метода.

$$y_{2019} = \frac{14327+14403+14412+14412+15756+14412+14412}{7} = 14426.$$

Таблица 2 – Прогнозирование объема спроса на вторичном рынке жилой недвижимости г. Минска на 2019г.

Метод	Расчеты
1 Метод экстремумов	$y_{2009} = a * n + b,\ y_{2018} = a * n + b;$ $y_{2019} = 14327.$
2 Метод удвоенных средних	$\overline{y_1} = a * \overline{x_1} + b, \overline{y_2} = a * \overline{x_2} + b;$ $\overline{x_1} = 3, \overline{x_2} = 8, \overline{y_1} = 10189{,}6, \overline{y_2} = 12823;$ $y_{2019} = 526{,}68 * 11 + 8609{,}56 = 14403.$
3 Метод уменьшенных средних	$a = \frac{\sum(x-\bar{x}) * (y-\bar{y})}{\sum(x-\bar{x})^2} = 528{,}3;$ $b = \bar{y} - a * \bar{x} = 8600{,}595;$ $y_{2019} = 528{,}31 * 11 + 8600{,}595 = 14412.$
4 Трендовая модель	$\sum y = a * n + b \sum x,$ $\sum y * t = a * \sum t + b * \sum t^2;$ $y_{2019} = 14412.$
5 Полулогорифмическая модель	$y_n = a_0 + a_1 * \lg x_n,$ $y_{2019} = 15756.$
6 Функции ЛИНЕЙН Excel	$\mathrm{y} = \mathrm{m} * \mathrm{x} + \mathrm{b},$ $\mathrm{y}_{2019} = 14412.$
7 Функции ТЕНДЕНЦИЯ Excel	$\ln\mathrm{y} = \ln\mathrm{m} * \mathrm{x} + \ln\mathrm{b},$ $\mathrm{y}_{2019} = 14412$

На основе использования одних из наиболее распространенных методов прогнозирования (метод экстремумов, метод удвоенных средних, метод уменьшенных средних, трендовая модель, полулогорифмическая модель, функции ЛИНЕЙН, ЛГРФПРИБЛ, ТЕНДЕНЦИЯ), прогнозное значение спроса на вторичном рынке жилой недвижимости в 2019 г. ориентировочно составит 14426 сделки. Однако не стоит утверждать, будет ли таким спрос в 2019 г.

Список использованных источников:

1 Организация изучения покупательского спроса [Электронный ресурс]. – Электрон. текстовые дан. – Минск: [б.и.], 2019. - Режим доступа: https://infopedia.su/15x45ca.html.

2 Боровкова, В.А. Экономика недвижимости: учебник и практикум для академического бакалавриата / В.А.Боровкова, О.Е.Пирогова. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 417с.

3 Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Электрон. текстовые дан. – Минск: [б.и.], 2019. - Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/.

УДК 332.14

Маслов Д. Е.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РОССИИ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Игольникова И. В.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск

Рассмотрено текущее состояние молочной промышленности в России в условиях кризиса и экономических санкций. Выделены факторы, влияющие на производителей молочной продукции, основным из которых является недостаточное производство сырого молока в России. Рассмотрены меры государственной поддержки молочного производства и деятельность компаний по обеспечению производства сырьем.

Ключевые слова: молочная промышленность, молочное сырье, экономические санкции, импортозамещение.

Молочная отрасль как часть пищевой промышленности является системообразующей в экономике России. В цепочке по созданию конечного продукта участвуют как производители и переработчики молока, так и логистические, дистрибьюторские компании и другие обслуживающие предприятия. Общее количество предприятий по производству, переработке и логистике в молочной отрасли превышает отметку в 20 тыс., при этом количество задействованного населения стремится к 1,5 млн. чел., что составляет 2% от всего работающего населения страны. Молочная продукция составляет до 15% оборота российских розничных сетей.

Молочная продукция содержит необходимые для развития человеческого организма питательные вещества и микроэлементы, что делает её незаменимым продуктом питания. Рекомендуемая Министерством здравоохранения РФ норма потребления составляет 320-340 кг/чел в год. Такой уровень потребления соблюдался еще в начале 90-х годов, однако с тех пор существенно снизился вследствие появления новых продуктов и изменения вкусовых предпочтений россиян, с одной стороны, и падения покупательной способности населения, с другой стороны. В 2017 г. потребление молочной продукции составило 250 кг/чел. в год, при этом структура производства и потребления изменилась в сторону продуктов с большей пищевой ценностью и добавленной стоимостью.

Продукция молочной промышленности является стратегически важной, и на деятельность предприятий по её производству влияет целый ряд факторов. Первый и самый значимый – это зависимость отрасли от поставщиков сырья, которая, в свою очередь, обусловлена спецификой и современным состоянием животноводческой отрасли. Недостаток инвестиций с начала 90-х годов привел к сокращению поголовья молочного скота и, как следствие, к падению производства молока. В то же время сроки окупаемости новых инвестиций велики, для восстановления поголовья молочного скота потребуются годы. К другим особенностям производства молочного сырья можно отнести:

– высокую себестоимость российской продукции за счет дорогих кредитов и других ресурсов (ГСМ, корма) при конкуренции по цене со стороны

импортной продукции, поддерживаемой государствами-импортерами;

– непривлекательность отрасли для молодых специалистов, большинство выпускников аграрных университетов не идут работать по специальности;

– отсутствие единого подход к контролю качества используемых кормов и семян;

– высокая зависимость от климатических и природных факторов, таких как засуха, нашествие саранчи, что уменьшает кормовую базу для животных;

– сезонность – зимой надои молока меньше чем летом, при этом спрос на молочную продукцию выше.

Производство молочных продуктов само по себе является капиталоемким, инвестиции имеют длительные сроки окупаемости, что приводит к увеличению горизонта планирования и делает его долгосрочным. При планировании руководству предприятий необходимо закладывать в стоимость предстоящих мероприятий большое количество рисков, что отражается на стоимости конечного продукта.

Производство продуктов питания, в частности, молочной продукции, является объектом регулирования со стороны государства. Нормативно-правовая база по надзору и контролю за производством продуктов питания в молочной промышленности включает ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов», который определяет требования к организации производства молочной продукции, ФЗ «Технический регламент на молоко и молочную продукцию», который предъявляет требования к составу, упаковке и маркировке готовой молочной продукции. Строительство молочных заводов, организация производственных процессов, физическое состояние персонала, качество конечного продукта должны соответствовать нормам, устанавливаемым СанПиНом. Немаловажную роль играют международные и государственные стандарты обеспечения качества молочной продукции, разрабатываемые международными лабораториями по стандартизации и сертификации. Соблюдение этих требований обеспечивает качество и безопасность конечного продукта, однако требуют затрат, которые в конечном итоге ложатся на потребителя.

Еще одним аспектом регулирования со стороны государства является отнесение молока к перечню продовольственных товаров первой необходимости, в отношении которых могут устанавливаться предельно допустимые розничные цены.

К другим особенностям отрасли относится малая транспортабельность сырья в связи с короткими сроками его хранения. Это вызывает необходимость размещения предприятий в зонах с минимальным радиусом перевозок сырья между производственными и перерабатывающими предприятиями (до 50 км), с одной стороны, и вблизи городов, где проживает основная масса потребителей молочных продуктов, с другой стороны.

Введение в 2014 г. ответных экономических санкций против стран ЕС, США и других государств имело ряд последствий для отрасли. Целый ряд иностранных компаний, не имевших собственных производств в России и

полагавшихся на импорт (в том числе по отдельным позициям, как сырьевым – сухое молоко, так и готовой продукции – твердые сыры) были вынуждены уйти с рынка. Это создало возможность импортозамещения за счет роста производства российских и локализованных иностранных компаний. Как уже упоминалось, доля импорта в рознице в натуральном выражении снизилась по сравнению с пиковым 2013 г. втрое, при этом основным импортером стала Беларусь.

Девальвация рубля и снижение покупательной способности населения вследствие экономического кризиса привели к снижению потребления молочной продукции, причем главным образом в высокоценовом сегменте. В то же время интерес к здоровому образу жизни, изменение вкусовых предпочтений россиян и широкий ассортимент инновационной молочной продукции в рознице свидетельствуют о сохраняющемся потенциале роста молочной промышленности.

В прогнозе социально-экономического развития РФ на плановые 2017-2018 годы, ожидается улучшение экономической ситуации в России, с последующим укреплением рубля, снижением инфляции с 12,2% в 2015 году и до 6,4% в 2016 году, сокращением импорта, повышением покупательной способности населения. Положительные изменения в экономике приведут к увеличению объемов производства молока в натуральном выражении на 0,3% в 2016 г., на 0,6% в 2017 г. и на 0,7% в 2018 г., до отметки в 31,3 млн. т.

Для обеспечения этого роста и поддержки производителей и переработчиков молока Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы предусматривает инвестиции в перерабатывающую промышленность в размере 99,7 млрд. руб. Производителям молочного сырья в 2015 году было выделено 27 млрд. руб. Господдержка предусмотрена и по другим направлениям, связанным с молочным производством: растениеводство, малые фермерские хозяйства и прочие.

Но проблема недостатка молочного сырья может решаться не только на уровне государства, но и непосредственно предприятиями, участвующими в производстве молочной продукции. Создание постоянного поставщика молочного сырья внутри страны позволит компаниям стать менее зависимыми от импорта и политической ситуации. И такие проекты уже имеются.

Так, одна из иностранных компаний – лидеров российского рынка, АО «Данон Россия» совместно с ГК «Дамате» в 2013 году начала проект по строительству в Тюменской области комплекса на 4600 коров, который ежегодно будет давать 44,7 тыс. тонн молока. Финансирование проекта ведется в основном за счет собственных средств ГК «Дамате» и инвестиций АО «Данон Россия». Все произведенное молоко будет реализовываться на соседние перерабатывающие заводы компании АО «Данон Россия». Таким образом строительство комплекса позволит получить достаточное количество сырьевого молока для производства молочной продукции.

Другим направлением развития сырьевой базы является поддержка

фермерских проектов. АО «Данон Россия» отбирает производителей молока с высокими производственными показателями и хорошей финансовой устойчивостью и выплачивает им авансовые платежи за молочное сырье, которые производители могут потрать на приобретение нового оборудования или сырья. В свою очередь, компания-производитель молока обязуется закупить не менее 200 коров и обеспечить определенные поставки молока по фиксированной цене в течение года. В условиях подорожания кредитов производители молока готовы идти на сотрудничество такого формата. Переработчики молока тоже получают выгоду от таких проектов, обеспечивая себя нужными объемами товарного молока по фиксированной цене. В рамках данной программы АО «Данон Россия» в 2014 году профинансировало 14 проектов по закупке коров на сумму 730 млн. руб. В 2015 году было выделено еще 800 млн. руб. на финансирование еще 10 проектов.

Проблема дефицита сырья может решаться также путем внедрения на предприятиях молочной отрасли системы ресурсосбережения. В условиях дефицита сырого молока более эффективно использовать сырьевые ресурсы в производстве молочной продукции позволят:

– совершенствование технологического процесса для более полного и глубокого использования сырьевых ресурсов, что позволит из прежних объемов сырья получать больше готовой продукции;

– направление на повторную переработку нестандартной продукции для производства из нее других видов продукции, соответствующей стандартам качества;

– использование отходов производства, с частности, молочной сыворотки, для производства других видов продукции.

Сочетание мер государственной поддержки и усилий компаний позволит сохранить продовольственную безопасность страны, обеспечить население России высококачественной молочной продукций в необходимом количестве, снизить зависимость от импорта, внедрить передовые ресурсосберегающие технологии.

Список использованных источников:

1. Федеральный закон от 02.01.2000 N 29-ФЗ (ред. от 13.07.2015) "О качестве и безопасности пищевых продуктов"

2. Федеральный закон от 12.06.2008 N 88-ФЗ "Технический регламент на молоко и молочную продукцию".

3. Доктрина продовольственной безопасности Российской Федерации на период до 2020 г. Утверждена Указом Президента Российской Федерации от 30 января 2010 г. № 120.

4. Перечень отдельных видов социально значимых продовольственных товаров первой необходимости, в отношении которых могут устанавливаться предельно допустимые розничные цены. Утвержден Постановлением Правительства РФ от 15 июля 2010 г. № 530.

5. Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и

продовольствия на 2013-2020 годы. Утверждена Постановлением Правительства Российской Федерации от 14 июля 2012 г. N 717

6. Аксенов, А.А. Инновационные аспекты развития Брянской области / А.А. Аксенов, И.В. Игольникова // Экономика. Социология. Право. 2017. № 2 (6). С. 9-12

7. Игольникова, И.В. Современное состояние потребительского рынка РФ И Брянской области / И.В. Игольникова, Зайцева О.А.// Экономика и предпринимательство. 2017. № 2-2 (79). С. 200-203

УДК 338.2

Маркина В.А.

ОСОБЕННОСТИ ЗАРУБЕЖНЫХ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ ДОШКОЛЬНЫМ ОБРАЗОВАНИЕМ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Игольникова И.В
Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского, Россия, г. Брянск

В настоящее время происходит совершенствование процесса управления качеством дошкольного образования, реализация которого не возможна без обеспечения доступного качественного образования, соответствующего требованиям инновационного социально-ориентированного развития области. Зарубежные системы дошкольного образования имеют свою историю и традиции. В них можно найти пути решения проблем, возникающих в России.

Ключевые слова: управление; дошкольное образование; воспитательно-образовательное пространство; совершенствование; зарубежный опыт.

Организация эффективной и действенной системы дошкольного образования всегда являлась актуальной темой. Меняющиеся экономические условия, открытия в психологии, педагогике и социологии - всё это предъявляет новые требования к организации и принципам дошкольного воспитания и образования.

Дошкольное образование акцентирует внимание на необходимости создания таких условий, в которых каждый ребенок сможет уже с детства раскрыть потенциал и определить те направления, в которых он может достичь наибольших успехов. В связи с этим возникает необходимость поиска эффективных технологий дошкольного образования, анализа опыта организации дошкольного образования. Огромный потенциал содержат зарубежные системы дошкольного образования, которые имеют свою историю и традиции. В них можно найти пути решения проблем, возникающих в России.

Система дошкольного образования каждой страны по своему особенна, имеет свои положительные и отрицательные стороны, нестандартные подходы к воспитательному процессу.

Дошкольные учреждения стран с богатой историей и традициями имеют наибольший педагогический потенциал. Проведем анализ систем дошкольного образования в разных странах.

В Японии существует система как муниципальных, так и частных дошкольных учреждений. Помимо этого, осуществляют свою деятельность

группы дневного пребывания детей и элитарные детские сады при университетах. Помимо условий содержания, они различаются и образовательными программами. Так, например, в группах дневного пребывания особое внимание уделяется воспитанию ребенка, а в детских садах — образованию. Японские дошкольные учреждения включены в систему начального образования.

Система дошкольного образования Японии очень развита. В дошкольных учреждениях функционирует множество кружков и секций, которые направлены на выявление способностей каждого ребенка. Кроме того, можно выделить серьезное отношение к состоянию здоровья всех воспитанников. В каждом детском саду имеется штат медицинских работников (куратор здоровья, фармацевт, терапевт, медицинская сестра, стоматолог). Также во всех дошкольных учреждениях есть бассейны, которые посещать разрешается во время каникул.

Следует отметить, что в детских садах Японии очень обширна развивающая среда, которая дает полную волю ребенку в его действиях. Все предметы, находящиеся в группе, представляют собой копии взрослых, с ними проводятся реальные действия. Старшие дети самостоятельно учат младших приемам самообслуживания, воспитатель при этом им не помогает. Сначала старшие дети подробно демонстрируют одно действие за другим, а затем, контролируют, как маленький ребенок их выполняет. Необходимо отметить, что во всех видах деятельности детям дается возможность проявить самостоятельность. Так, дети сами моют за собой посуду после еды, перед приемом пищи сами разливают горячий суп, разносят и расставляют все на столах. Более того, дети в японских детских садах спокойно обращаются с острым ножом. В то время как воспитанникам российских детских садов не разрешают даже вставать во время разливании горячего, а дежурным лишь доверяют расстановку пустых тарелок, бокалов и столовых предметов.

На групповых площадках дошкольных учреждений все приспособлено для детей. Они активно проводят время: бегают, прыгают, играют, лазают там, где хотят. На участках много неровностей, по которым дети лазают и скатываются; деревья оборудованы так, чтобы дети могли по ним забираться. Воспитатель не запрещает и не ругает детей за то, что они испачкаются или случайно ударятся. Кроме того, на участках есть клетки с курами и кроликами. Дети за ними сами присматривают, ухаживают, кормят и отвечают.

Опыт по самообслуживанию детей был бы полезен для российской системы образования. У воспитанников была бы возможность на себе испытать разные роли, больше помогать дома, стать более самостоятельными уже в дошкольном возрасте.

В дошкольных учреждениях Японии распространена свободная игра, которая заключается в том, что ребенок делает то, что хочет – рисует, строит модели, участвуют в сюжетно-ролевых и в дидактических играх. Взрослый человек не вмешивается в деятельность ребенка и все возникшие ситуации, а также конфликты дети учатся решать самостоятельно, находить компромисс, стараются наладить взаимоотношения между собой. Совместно с воспитателем

дети играют в игры с большой физической активностью – бег, танцы, игра с мячом. Кроме того, воспитанники играют в игры, в которых они выполняют реальные действия. Например, им могут дать краску и кисти и предложить покрасить забор на участке. Дети, сталкиваясь с настоящей задаче, с большим удовольствием выполняют ее тщательно и до конца.

Примечательно то, что в детских садах Японии поощряют детей за бег и крик, воспринимая детей такими, какие они есть. Драки разрешаются, воспитатель не лезет в них, а лишь после помогает обеим сторонам решить конфликт. Таким образом, драка является важным социальным опытом, а не асоциальным поведением.

Одна из главных задач воспитателей в Японии – научить детей быть послушными. Японцы считают, что привязанность ведет к сильной зависимости ребенка от взрослого. Поэтому для японских детских садов характерна постоянная смена воспитателя на группе.

Для того чтобы стать воспитателем детского сада в Японии, нужно отучиться два года в институте или в университете. По результатам письменного тестирования присваивается квалификация. Так проверяются информированность и память, но отношение к детям и способность с ними работать таким способом проверить невозможно. Поэтому в японских детских садах работает достаточно много воспитателей, которые не любят детей.

В странах Западной Европы осуществляют деятельность следующие категории дошкольных учреждений: дошкольные учреждения или детские сады, детские центры и воспитатели на дому, игровые группы. Детей можно определить в детский сад, где программа обучения содержит тот материал, который способен их заинтересовать, так как не создается единая система дошкольного образования. Так, например, если ребенок любит рисовать, его можно отдать в детский сад с художественным уклоном. Дошкольное образование начинается с 2,5 до 6 лет, в зависимости от страны. Его продолжительность зависит от возраста, с которого начинается обязательное обучение.

Отличительной чертой системы дошкольного образования Германии является то, что дети могут поступать на обучение в любой садик без справок и анализов. Так же дошкольные учреждения не закрывают на карантин, а лишь предупреждают родителей о вспышке заболеваний. Детей с кашлем, насморком и даже температурой можно встретить почти в каждой группе, они играет с другими детьми, никаких ограничений для них нет. Аналогично дошкольное образование в Дании и практически в полной мере дошкольное образование в Голландии.

В Соединенных Штатах Америки также отсутствует единая государственная система образования. Поэтому каждый отдельны штат самостоятельно определяет структуру образования. Однако, исторически сложились две группы учреждений дошкольного образования и воспитания детей в возрасте от 3 до 7 лет: 1. дошкольные учреждения для работы с воспитанниками в возрасте 3-5 лет; 2. начальные школы для детей в возрасте 6-13 лет.

Детские сады, ясли, учреждения дневного ухода могут являться как государственными, так и частными, и церковными, и общинными и другими.

Помимо этого свою деятельность осуществляет группа экспериментальных детских школ или «дошкольных лабораторий», которые создаются при колледжах. Их целью является осуществление исследовательской деятельности и подготовки учителей.

В Соединенных Штатах Америки дети с пороками физического или психического развития находятся в одних группах с другими детьми. Для таких детей выделяются специалисты-педагоги, которые помогают им справляться с любыми ситуациями. Данные меры в системе дошкольного образовании значительно помогли бы в достижении инклюзивного образования в России.

В Великобритании детям предоставляется возможность самостоятельно выбирать и осуществлять тот вид деятельности, который наиболее привлекателен для них в данный момент. В группах «ясельной школы» можно отметить чрезвычайное изобилие всевозможного оборудования и материалов, которые способствуют как умственному так и физическому развитию детей, воспитанию всесторонне развитой личности. Это и большие мольберты, и наборы больших банок с красками, кистей, мелков; и верстак с инструментами и материалами (молотки, клещи, гвозди, пилы, тиски, куски дерева); и ванна с водой, где находятся разнообразные игрушки; и песочницы с мокрым и сухим песком и большое количество других материалов.

Одна из самых развитых систем дошкольного образования в Китае. Здесь уделяется особое внимание зрению детей, для чего в группе создается комфортная среда (исключаются яркие цвета, которые бросаются в глаза, и тусклость). Также акцентируется внимание на выработке эстетического восприятия, создаются оптимальные условия для психического и физиологического развития детей. Так, педагоги формируют истоки культуры и манер у детей, помогают им социализироваться, изучаются культурные особенности страны и её традиции.

В детском саду Китая является необходимым создание «богатейшей среды» для деятельности ребенка, которая удовлетворяла бы все его потребности и способствовала формированию всесторонне развитой личности.

Отличительной чертой дошкольного образования Китая является то, что под строгим наблюдением находится каждое действие ребенка. Во всех играх дети пассивны, послушны, соблюдают дисциплину и всегда находятся рядом с воспитателем. Плохое поведение запрещено и тут же пресекается. Почти все время, которое дети проводят в дошкольном учреждении, занято, из-за чего на игру его остается совсем мало.

В связи с тем, что воспитателям отведена достаточно важная роль в осуществлении задач дошкольного образования, требования, которые предъявляются к педагогическим работникам детского сада Китая, достаточно высоки. В соответствии с требованиями , которые разработало Министерство образования Китая, воспитателям детских садов положено быть последовательными, спокойными и твердыми, уравновешенными. Работники дошкольных учреждений должны четко объяснить ребенку, что от него требуется, а что ему не следует делать. Дошкольное образование устроено таким образом, что свободное время считается бесцельным, его нет ни у

воспитателя, ни у детей.

В Швейцарии дошкольное образование благодаря своим традициям и качеству преподавания считается одним из лучших в Европе. Уделяется внимание общему развитию детей, а также подготовке ребенка к дальнейшему обучению в школах. Тут работали многие последователи Марии Монтессори, а также Рудольф Штайнер, Иоганн Песталоцци и другие известные педагоги.

В Швеции особое внимание уделяется коллективизации детей, прививанию уважения ко всем окружающим. Большое количество времени дети, независимо от условий погоды, проводят на свежем воздухе. Дошкольное образование основано на общем развитии ребенка, успехи которого не оцениваются по определенным шкалам и уровням.

В Латвии дошкольное образование является частью общей образовательной системы. Именно поэтому оно нацелено на подготовку детей (как в психологическом плане, так и в плане развития) к последующему обучению в школах. От латвийской системы дошкольного образования почти не отличается по своим особенностям образование в Венгрии и ряде других восточноевропейских стран.

В дошкольном образовании Индии особое внимание отводится подготовке ребенка перед школой, а также углублению общих знаний. Интересно, что в Индии нет детских садов, привычных в понимании европейца. Существуют либо специальные заведения, в которых можно оставить ребенка на целый день, либо подготовительные школы, где дети должны в обязательном порядке проходить обучение перед тем, как поступить в школу.

С европейской и американской системой дошкольного образования схожа система дошкольного образования Мексики. Тут дошкольное образование является частью общей системы образования государства. Детские сады доступны для всех людей, а программа обучения в них является обязательной. Особый акцент делается на личностном развитии ребенка, его социализации и прививании коммуникативных навыков, которые необходимы в дальнейшей жизни.

Итак, отметим, что в большинстве стран система дошкольного образования схожа. Однако, существуют и нюансы, которые делают образование отличным друг от друга. Но главный принцип сохраняется во всех странах — предоставление детям необходимых знаний и создание оптимальных условий для психического и физического развития.

Таким образом, анализ зарубежных систем дошкольного образования позволяет нам сделать вывод, что элементы данных систем, благодаря множеству отличительных черт, но несмотря на свои отрицательные стороны, могут быть полезными для российского дошкольного образования и способствовать повышению его эффективности.

Список использованных источников

1. Богина, Т.Л. Охрана здоровья детей в дошкольных учреждениях / Т.Л. Богина. - М.: Мозаика-Синтез, 2006. – С. 112.

2. Денисова, Р.Р. Детский сад по-японски / Р.Р. Денисова // Управление ДОУ. - 2014. - №5.

3. Зебзеева, В.А. Дошкольное образование за рубежом: история и современность / В.А. Зебзеева. – М.: ТЦ Сфера, 2016. – 128 с.

4. Митюченко, Л.С. Современная экономика и образование / Л.С. Митюченко, Насонова М.В. // Экономика и предпринимательство. – 2017. - № 5-1 (82). – С. 1079-1081.

5. Турченко, В. Из опыта работы в немецком детском саду / В. Турченко. // Дошкольное воспитание. - 2016. - № 6.

6. Чернышова, И.Г. Влияние технологической среды на развитие международного бизнеса / Шмулев. Г.А., Чернышова И.Г. // Вести высших учебных заведений Черноземья. - 2011.- № 1 (23). - С. 108-112.

УДК 796.422

Мацай А.А.

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Матюшкина И.А.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
aleksandrovna2497@mail.ru

Согласно «Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации до 2020 года» в основу стратегических направлений развития спорта и физической культуры положена инновационная модель. В настоящее время для эффективного развития физической культуры и спорта необходим мощный приток инвестиций. Актуальность этой проблемы возрастает в связи с продолжающимся процессом рыночных преобразований в экономике и сокращением размеров государственного инвестирования в объекты физической культуры и спорта. В статье рассмотрена физическая культура и спорт как объекты управления.

Ключевые слова: физическая культура, спорт, управление физической культурой и спортом, модель управления физической культурой и спортом.

Главной задачей любого государства в целом и органов государственной власти, осуществляющих управление физической культурой и спортом выступает предоставление человеку возможности для занятий активным спортом и физической культурой с целью заботы о здоровье личности. Для того чтобы развивать физическую культуру необходимо организовать рациональное и эффективное управление спортом и физической культурой на различных уровнях: муниципальном, региональном и федеральном.

В переводе с древнегреческого физическая культура означает «культура + природа». По сути физическая культура представляет собой социальную составляющую национального хозяйства, которая направлена на укрепление и сохранение здоровья человека с учетом развития психофизиологических способностей [1].

Обращаясь к понятию физической культуры и спорта нужно сказать, что это два разных термина. Принципиальным отличием между ними является то, что спорт направлен на достижение максимально возможного результата и получение спортивных наград, а физическая культура ориентируется на

укрепление здоровья человека.

В соответствии с этим выделяют два разных направления: массовая физическая культура и спорт и профессиональный спорт.

Таким образом, спорт и физкультуру можно отнести к тем видам человеческой деятельности, которые нацелены на физическое совершенствование не только отдельного человека, но и человечества в целом. Также спорт и физическая культура оказывают сильное влияние на общее развитие нашего общества. Ведь эти сферы оказывают воспитательное, оздоровительное, политическое и экономико-социальное воздействие.

Далее мы рассмотрим физическую культуру и спорт как объект государственного и муниципального управления. Профессиональный спорт является рабочей сферой для федеральных и региональных органов государственной власти, а за массовую физическую культуру и спорт несут ответственность органы местного самоуправления [2].

Физическая культура и спорт являются неотъемлемой частью социальной жизни общества. Также они представляют собой сферу нематериального производства. В связи с этим не вызывает сомнения и употребление понятия «управление», когда его применяют к физической культуре и спорту как к отрасли.

Управление физической культурой и спортом представляет собой систему конкретных методов и форм сознательной деятельности, которая направлена на обеспечение эффективного функционирования и равномерного развития отрасли физической культуры и спорта для целей наивысшего удовлетворения потребностей граждан в физическом совершенствовании.

Цель управления в сфере физкультуры и спорта – это желаемое, возможное и необходимое состояние физкультурно-спортивной организации (отрасли), которое должно быть достигнуто. Подобное определение цели является первоначальным этапом в процессе управления рассматриваемой нами сферы. Ведь именно так можно отразить целеустремленное, а не хаотичное воздействие.

Функции управления в физической культуре и спорте представляют из себя сравнительно изолированные направления управленческой деятельности, которые позволяют осуществлять управленческое воздействие. На данный момент можно в управлении можно выделить основные и конкретные функции.

Сначала следует определить, почему основные функции являются таковыми. Во-первых, данные функции осуществляются внутри всех отраслей народнохозяйственного комплекса. Во-вторых, данные функции не меняются и не зависят от того, какая функция менеджмента реализуется в данный момент. В-третьих, основные функции способствуют управляемости, то есть с помощью них достигается цель управления в определенный промежуток времени. Основные функции имеют тесную взаимосвязь и определяют возможность достижения сформулированных целей и задач.

Общие и конкретные функции управления в рассматриваемой нами сфере как относительно обособленные направления управленческой деятельности реализуются во время практики на основе определенных принципов.

Основными принципами управления в физкультуре и спорте являются: во-первых, принцип сочетания отраслевого и территориального управления, который базируется на существующем административно-территориальном делении страны и отраслевой структуре народного хозяйства, во-вторых, принцип сочетания материального и морального стимулирования. Он базируется на следующем утверждении: «Всякая крайность, есть признак ограниченности». Зачастую данный принцип проявляется в том случае, когда сотрудникам присваиваются различные награды. В этом контексте можно рассматривать моральное и материальное поощрение труда конкретных работников и другие принципы стимулирования [3].

На рисунке 1 представлена модель физической культуры как объекта управления.

Рисунок 1 – Модель физической культуры как объекта управления [3]

Таким образом физическая культура – это массовое явление, которое вовлекает в свою сферу влияния большинство членов общества с различной степенью активности. Стоит отметить, что человечество осознанно пришло к занятиям спортом. Понятие «спорт» можно определить, как специфическую социально организованную форму и область сопоставления физических и интеллектуальных способностей. Также спорт является отражением степени подготовки отдельного человека или команды, одобряемой социальной общностью. В этом случае деятельность субъекта направлена на достижение

определенного результата с помощью подготовки и принятия участия в специфических (спортивных) соревнованиях. Спорт входит в понятие физической культуры, но является только той её частью, которая непосредственно связана с двигательными действиями.

Список использованных источников:

1. Матюшкина, И.А. Высшее образование как фактор формирования человеческого капитала / И.А. Матюшкина, О.М. Михалева. – М.: LAP Lambert Academic Publishing RU, 2018. – 166 с.

2. Распоряжение Правительства РФ от 07 августа 2009г № 1101-р. «Стратегия развития физической культуры и спорта в РФ на период до 2020г». – [Электронный ресурс]. - URL: http://fizvosp.ru/assets/media/d1/ee/1370.pdf

3. Тиосова, Т.Н. Пути развития физической культуры и спорта в современной России / Т.Н. Тиосова // Известия Тульского государственного университета. Физическая культура. Спорт. – 2014. - № 4. – С.65-68.

УДК 659.1(476)

Мелещеня Л.А.

РЕКЛАМНЫЕ УСЛУГИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: РАЗВИТИЕ И ПРОБЛЕМЫ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Щербич Г.А.
Белорусский Государственный Экономический Университет, Республика Беларусь, г. Минск
lubameleschenya@gmail.com

В статье рассмотрены теоретические основы понятия рекламных услуг и их развитие в Республике Беларусь, изучена проблема жизненного цикла услуг в рекламном агентстве, даны рекомендации по продлению жизненного цикла и формированию ассортимента рекламных услуг.

Ключевые слова: услуга, рекламная услуга, жизненный цикл услуги, медианосители, ассортимент.

В настоящее время сущность рекламных услуг в самом общем смысле заключается в особом виде предпринимательской деятельности, который реализуется через рекламные агентства. С коммерческой точки зрения сущность рекламных услуг состоит в воздействии на потребителей в интересах рекламодателя. При этом также важно отметить, что рекламные услуги играют очень важную роль в экономике в целом, так как являются обязательным инструментом работы на рынке для любой организации.

Рекламные услуги, выполняя экономическую функцию в жизни и развитии общества, являются важной составной частью маркетинга и решают его основную задачу – формирование спроса и стимулирование сбыта. В связи с этим рекламные услуги сегодня рассматривают как маркетинговую коммуникацию, направленную на взаимодействие с рыночной средой и способствующую продажам [1, с. 128].

Сфера рекламных услуг является достаточно специфической, поскольку сформировалась относительно недавно, а основные положения теории

рекламных услуг и вовсе являются предметом дискуссий. При этом сами услуги как вид экономической деятельности существуют давно. Термин «услуга» имеет различные трактовки. Рассмотрим наиболее распространенные из них.

Ф. Котлер определяет услугу как, «любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосязаемы и не приводят к завладению чем-либо» [2, с.123].

В.Ф. Уколов: «Услуга есть не что иное, как полезное действие потребительной стоимости – товара или непосредственно труда» [2, с.124].

Т. Хилл: «Услуга – это изменение состояния лица или товара, принадлежащего какой-либо экономической единице, происходящее в результате деятельности другой экономической единицы с предварительного согласия первой» [2, с.124].

Исходя из вышеприведенных определений, можно сформулировать общее определение услуги, которое будет достаточно универсальным для всех сфер деятельности. Услуга – это выгода (полезный эффект), которую получает одна сторона от другой в процессе какой-либо деятельности, и которая соответствует потребностям получающей ее стороны.

В свою очередь определение термина «рекламная услуга» достаточно точно сформулировал К. В. Антипов. По его словам: «рекламная услуга – это оплаченная рекламодателем (спонсором рекламы) работа, включающая в себя организацию взаимодействия между всеми участниками рекламного процесса, процесс приведения информации об объекте рекламы в вид рекламной, ее распространения, контроль реализации рекламной кампании и определение ее коммуникационного эффекта» [2, с.124].

На сегодняшний день рынок рекламных услуг в Республике Беларусь – это один из наиболее динамично развивающихся сегментов экономики. Играя важную роль во всех сферах жизни общества, рекламная услуга постоянно совершенствуется, появляются все более новые направления, способные удовлетворить самые разнообразные потребности рекламодателей.

Важной проблемой в настоящее время является то, что рекламные агентства Республики Беларусь при формировании ассортимента рекламных услуг не учитывают их жизненный цикл. Это приводит к тому, что структура рекламных услуг не является оптимальной, следовательно, издержки на их оказание увеличиваются, а эффективность оказываемых рекламных услуг снижается. Рассмотрим подробнее понятие жизненного цикла услуги.

Жизненный цикл услуги (ЖЦУ) считается одним из важнейших факторов в маркетинге, рассматривающих динамику ее конкурентоспособного пребывания на рынке. Согласно Ф. Котлеру, жизненный цикл услуги – это период с момента выхода услуги на рынок до момента ее ухода с рынка. Ф. Котлер описывает жизненный цикл как «изменение объемов продаж и получаемой прибыли во времени», которое графически можно представить в виде кривой, по форме напоминающей колокол. В зависимости от услуги и, что немаловажно, от характера ее предоставления ЖЦУ может равняться нулю, или бесконечности» [4, с.178].

Рекламные услуги в Республике Беларусь на данном этапе находятся на стадии активного развития. Наиболее стабильной отраслью рекламного бизнеса в Республике Беларусь является телевизионная. Телевидение остается основным медиаканалом, куда рекламодатели сегодня вкладывают больше всего денег. В последние годы на ТВ-рекламу пришлось 60% всех рекламных затрат. Телевидение в Беларуси остается самым популярным, с точки зрения объема рекламных инвестиций, медиасегментом [5, с.189]. Перспективы развития телевизионной рекламы в Беларуси в немалой степени будут зависеть от темпов развития ее прямых конкурентов. Вместе с тем, в качестве альтернативы самому массовому каналу коммуникации – телевидению возникают новые формы распространения видеоконтента. Расширяется аудитория провайдеров интерактивного телевидения. Развиваются мобильные сервисы по просмотру телеконтента. Все вышесказанное подтверждается ЖЦУ по размещению рекламы на телевидении, характерного для рекламных агентств в Республике Беларусь (рис. 1).

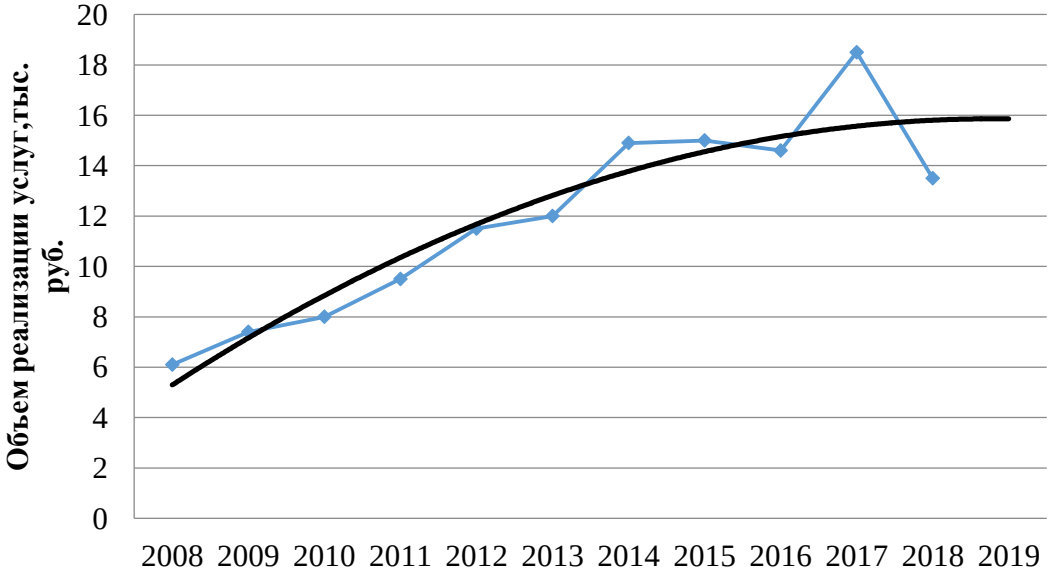

Рисунок 1 – Жизненный цикл услуг на телевидении

Как видно из рисунка 1, для рекламного агентства реализация услуг по размещению рекламы на телевидении на данном этапе находится на стадии зрелости. В период с 2008 по 2014 гг. можно выделить стадию роста, когда с каждым годом объемы реализации услуг только увеличивались. Начиная с 2014г., услуга вышла на стадию устойчивости, зрелости. Услуги по размещению рекламы на телевидении в процентном выражении за последние годы изменялись следующим образом: в 2017 произошел рост на 26,71%, а в 2018 снижение почти на 37%. Динамика снижения данного вида услуг объясняется тем, что на смену телевидению приходят новые носители видеоинформации, например, интерактивное телевидение, а также мобильные сервисы по просмотру телеконтента.

Значительную часть рынка рекламных услуг в Республике Беларусь традиционно занимает реклама в печатных СМИ. Жизненный цикл данной услуги представлен на рисунке 2.

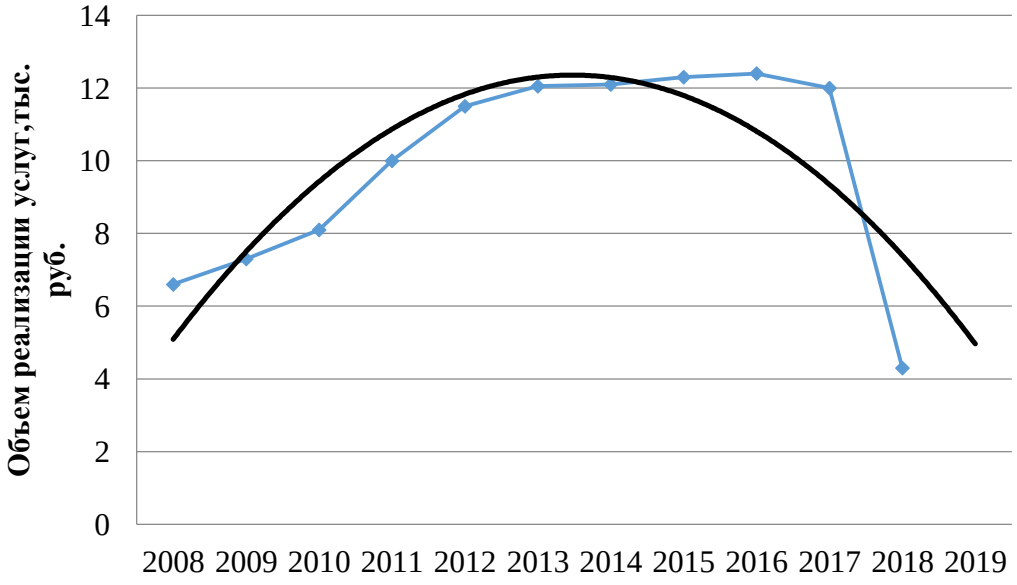

Рисунок 2 – Жизненный цикл услуг в печатных СМИ

Исходя из рисунка 2, услуги по размещению рекламы в печатных СМИ на данном этапе находятся на стадии насыщения, переходящей в спад. Так, начиная с 2008 по 2013 годы, очевидной была стадия роста. Затем наступила стадия зрелости, которая продолжалась до 2017 года и сменилась стадией насыщения. Сама по себе данная стадия жизненного цикла характеризуется снижением спроса, уменьшением прибыли, которое вызвано усилением конкуренции. Такой характер ЖЦУ по размещению рекламы в печатных СМИ вполне объясним тем фактом, что процессы глобализации в рекламе постепенно смещаются с традиционных носителей в пользу Интернета.

По общей статистике в 2017 году услуги в сфере размещения рекламы в Интернете выросли на 30% по сравнению с 2016 годом. Прогнозируется и дальнейший рост данного медианосителя, поскольку тенденции на мировом рынке свидетельствуют о переходе инвестиций из сферы ТВ в сферу digital.

Реклама в Интернете на сегодняшний день – один из самых высоко развивающихся сегментов на рынке рекламных услуг. Этому свидетельствует и жизненный цикл данного вида услуг в рекламных агентствах Беларуси, который демонстрирует стабильную стадию роста группы услуг по размещению рекламы в Интернете (рис. 3).

Тенденции роста объемов Интернет-рекламы в Республике Беларусь можно объяснить тем, что глобальная сеть в целом как инструмент для рекламы показывает хорошую эффективность, а в условиях нестабильности рынка служит лучшим выбором для проведения рекламной коммуникации, так как является одним из самых эффективных рекламных средств по соотношению затрат и результата. Иными словами, активное развитие Интернет-рекламы в условиях белорусской экономической ситуации обусловлено ростом активности и объема Интернет-аудитории, невысокой стоимостью размещения или распространения такой рекламы по сравнению с другими медианосителями.

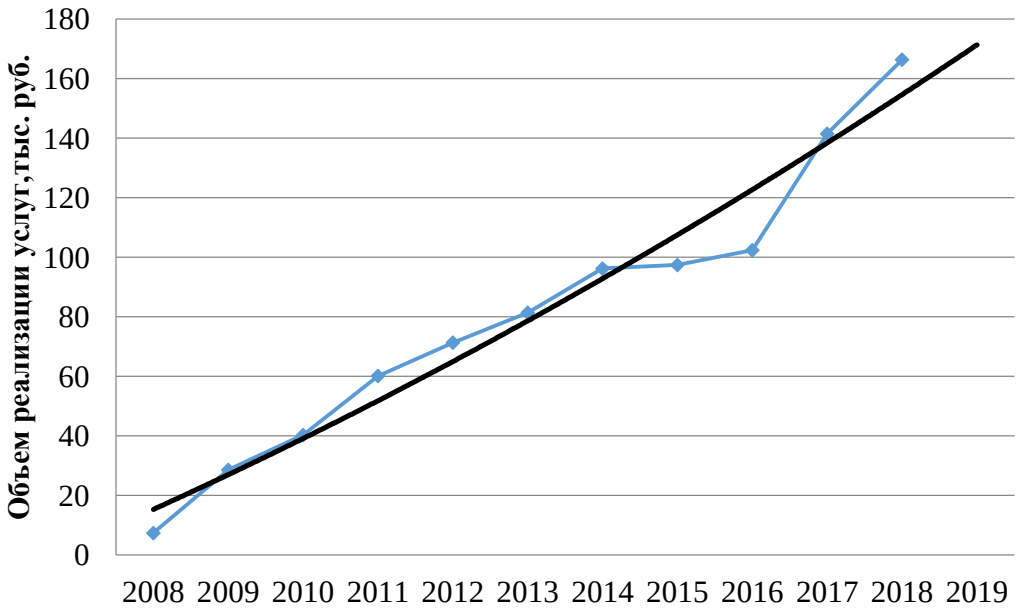

Рисунок 3 – Жизненный цикл услуг в сети Интернет

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что реклама в СМИ (телевидение и печатные издания) хотя и сохраняет стабильные позиции, но все же постепенно начинает изживать себя, уступая место новым каналам передачи рекламы. Реклама в традиционных средствах массовой информации еще сохраняет рост рекламных вложений, но они будут, по мнению экспертов, только уменьшаться. Определяющую роль в этом играет растущее влияние Интернета, благодаря которому телевидение все больше теряет свою новизну, а вместе с ней и часть своей целевой аудитории, которая все больше и больше переключается на глобальную сеть, делая ее самым быстрорастущим сегментом современного рынка рекламы.

Рекомендации для продления жизненного цикла рекламных услуг, находящихся на стадии роста, заключаются в первую очередь в расширении видов оказываемых услуг, установлении дифференцированных цен, закреплении в сознании потребителей услуг положительного имиджа фирмы.

На стадии зрелости, целесообразно повышать качество оказываемых услуг, улучшать способ их предоставления, предоставлять вспомогательные услуги, использовать гибкую ценовую политика (в т.ч. использование скидок), расширять каналы предоставления услуг, проводить стимулирующие акции, повышать квалификацию персонала, совершенствовать установление обратной связи с клиентами.

В случае, если рекламная услуга находится на стадии насыщения, переходящего в спад (в нашем случае примером для этого служит реклама в печатных СМИ), следует использовать такие инструменты, как: поддержание качества оказываемых услуг, удержание старых потребителей, проведение более агрессивных ценовых акций, обеспечение максимальной доступности и приближенности услуги к целевому потребителю, использование усовершенствованных механизмов взаимодействия с клиентами.

Использование предложенных рекомендаций по продлению ЖЦУ рекламными агентствами Республики Беларусь позволит сохранить их

конкурентоспособность на рекламном рынке, оптимизировать ассортимент и повысить эффективность.

Список использованных источников:

1. Серебренникова, Е.С. Сравнительная характеристика основных функций рекламных услуг / Е.С. Серебренникова // Вестник Сибирской государственной автомобильно-дорожной академии. - 2014. - С. 126-133.

2. Лободенко, Л.К. Теоретические подходы к определению сущности и классификации рекламных услуг / Л.К. Лободенко, И. Ю. Окольнишникова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. - 2011. - № 21 (238). - С. 123-130.

3. Современный рекламный рынок. Сборник статей / Б. Залесский (ред). – LAP LAMBERT Academic Publishing: Saarbrucken, Deutschland / Германия, 2017. - С. 3-14.

4. Горбачева, С.А. Маркетинговые инструменты для эффективного управления жизненным циклом услуг / Горбачева С.А., Агафонова А.Н. // Вестник молодых ученых Самарского государственного экономического университета. - 2015. - № 1 (31). - С. 178-184.

5. Байбардина, Т.Н. Особенности и приоритеты формирования рынка рекламных услуг Республики Беларусь в современных условиях / Байбардина Т.Н, Процко Т.Л., Чижикова Н.С. // Гомель: БТЭУ. - 2015. - С.188-191.

УДК 338.012

Михалина А.Л.

ИНСТРУМЕНТЫ И МЕТОДЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Тачкова И.А
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
555rusakov@mail.ru

В настоящее время все большее внимание уделяется процессам, связанным с функционированием и развитием нефтегазовой отрасли. Именно поэтому в представленной статье проведен анализ инструментов и методов государственного регулирования как фактор повышения эффективности функционирования нефтегазовой отрасли.

Ключевые слова: инструменты, государственное регулирование, фактор, эффективность, функционирование.

Качество регулирования государством нефтегазового комплекса (далее – НГК) определяется существованием специальных программ, разработанных специалистами соответствующей отрасли хозяйствования. Действия всех ведомств должны быть согласованными. Необходимо обладать способностью отстаивать интересы отечественного НГК на мировой арене [2].

Реализованные действия в этих направлениях не дали результаты, поэтому стоит под вопросом «ресурсный подход». В итоге все проявления кризиса на рынке мировой энергетики очень неблагоприятно сказались на

отечественной экономике.

Одно из возможных решений проблемы – регулирование на уровне государства. Необходимы иные подходы в экономике. Важно отметить, что учёные так и не сошлись во мнении касательно сути регулирования экономической ситуации со стороны государства. Государственное регулирование выступает институциональным инструментом, дополняющим рыночный механизм. Вследствие этого, регулирование экономики государством является действиями институтов государства, воздействующими на производство.

Деятельность имеет своей целью смягчение и устранение недочётов, встречающихся в рыночном механизме. Государственное регулирование имеет несколько методов. Это способы, которыми государство прямо или косвенно воздействует на предприятия ради обеспечения устойчивости и эффективности. Главный признак его эффективности – повышение среднестатистического уровня жизни людей [6].

Методы бывают прямые и косвенные. Косвенные методы предполагают экономическую деятельность. Налоговая политика относится к таким методам. В таком случае, государственные органы нельзя обвинить в злоупотреблении полномочиями и вмешательстве в дела свободной рыночной экономики. При этом прямые методы регулирования, которые являются административными, не должны отменяться, поскольку иногда к ним приходится прибегать в случае неконтролируемой ситуации [5].

Формы воздействия на субъекты хозяйствования на разных уровнях имеют отличия. Существующие формы находятся в тесной взаимосвязи друг с другом. Но значение каждой формы меняется при постановке разных целей на макроэкономическом уровне. Для этих инструментов существует нормативно-правовая база. Эта база включает рычаги административного и экономического характера. В случае эффективного применения инструментов хозяйствующим субъектам приходится принудительно или добровольно функционировать в пользу интересов всего государства. Инструментами банковской и денежной политики в целом являются ставки в центральном банке, объём массы денег, привязка рубля к стоимости сырья и т.д. Понятно, что привязка национальной валюты к стоимости нефти имеет негативные последствия.

В качестве специфического инструмента следует рассматривать таможенно-тарифное регулирование, которое связано с квотами и таможенными пошлинами, в их числе пошлины на углеводороды. Пошлины и квоты должны стимулировать экспорт сырья на мировой рынок, и, в сочетании с политикой в сфере российской валюты, всё это должно создавать выгодные условия для зарубежных покупателей и инвесторов [1].

Эффективное регулирование обязано вести к повышению показателей во всей макроэкономике, привлекательности государства для инвестирования, обеспечению безопасной добычи сырья, бесперебойным поставкам потребителям, конкурентоспособности сырья на мировом рынке и т.п.

Механизм регулирования НГК состоит из трёх блоков: планирования, контроля, регулирования. Контролирующие действия должны быть направлены

на проверку соответствия предприятий лицензиям, ожиданиям потребителей, экологическим и экономическим требованиям.

Планирование должно учитывать все возможные трудности при управлении НГК и разрабатывать адекватные стратегии. Регулирование представляется сложной задачей, поскольку после распада СССР многие активы НГК перешли в частные руки. Сейчас наблюдается излишняя монополизация, отставание по технологиям, неэффективное инвестирование, лоббирование интересов и т.д. Более того, слабо защищена экология местности, на которой ведётся добыча нефти и газа [3].

Представляется необходимым применение в качестве инструмента регулирования рентал с. В развитых странах, добывающих нефть, он активно используется. Рентал с является ежегодным платежом за использование участка недр, который выплачивается на конкретных условиях владельцу этого участка. Владельцем чаще всего является государство. В России значение рентал с недооценивается. Дело в том, что государственное регулирование развито пока недостаточно. Предпочтительным является переход к описанному инструменту и приспособление ставки к современным экономическим условиям, когда открыты ещё не все возможные месторождения и ведутся работы в Арктике [4].

В целом методы регулирования должны получить более активное развитие. Экономические методы должны быть в приоритете, поскольку надо добиться такого состояния экономики, при котором самим добывающим предприятиям будет выгодно действовать во благо национальных интересов и в сторону улучшения жизни каждого человека.

Таким образом, на нефтегазовую отрасль промышленности можно воздействовать прямыми и косвенными методами. Иногда приходится прибегать к прямым, административным методам. Важные задачи, которые стоят перед российской экономикой в современных условиях хозяйствования – оптимизация производства в соответствии с лицензиями, экономическими ожиданиями потребителей, внедрение в НГК экологически чистых технологий, улучшение инвестиционного климата, повышение конкурентоспособности рубля и нефти на мировом рынке, а также повышение благосостояния российских граждан.

Список использованных источников:

1. Гайдар, Е.Т. Гибель империи. Уроки для современной России: монография / Е.Т. Гайдар. – М.: РОССПЭН, 2016. – 448 с.

2. Генеральная схема развития нефтяной и газовой отрасли на период до 2035 года [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://minenergo.gov.ru/

3. Гурвич, Е.Т. Нефтегазовая рента в российской экономике / Е.Т. Гурвич // Вопросы экономики. – 2014. – № 11. – С. 4-24.

4. Папченкова, М. Нефтяники рассчитывают добиться снижения налоговой нагрузки из-за падения цены на нефть. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.vedomosti.ru/business/articles/2015/02/02/ novaya-cena-manevra.

5. Тачкова, И.А. Оценка эффективности налогового администрирования в регионе / И.А. Тачкова, А.О. Ястребова // Финансовая экономика. – 2018. –

№8(3). – С. 368-370

6. Шмелев, Н.П. В поисках здравого смысла. Двадцать лет российских экономических реформ / Н.П. Шмелев. – М.: Весь мир, 2015. – 514 с.

УДК 339.5(476.6)

Мотевич А.М.

СВОБОДНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЗОНА «ГРОДНОИНВЕСТ» И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ОТРАСЛИ В ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

Научный руководитель: Рапецкая С.И.
Гродненский государственный университет им. Я. Купалы,
Беларусь, г. Гродно
motevich.anna@mail.ru

В данной статье рассмотрены динамика и влияние на развитие сельскохозяйственной отрасли в Гродненской области предприятий-резидентов свободной экономической зоны «Гродноинвест».

Ключевые слова: сельскохозяйственные предприятия, свободная экономическая зона «Гродноинвест», экспорт, динамика.

Сельское хозяйство играет значимую роль в экономике Республики Беларусь и Гродненской области. Дальнейшее развитие отрасли не представляется возможным без создания новых и модернизации действующих производств, хозяйств, развития фермерства.

Одним из ключевых источников привлечения инвестиций является свободная экономическая зона (СЭЗ) «Гродноинвест». В настоящее время резидентами СЭЗ «Гродноинвест» являются 75 предприятий, из них 3 предприятия представляют отрасль сельского хозяйства: ООО «Биоком», ОАО «Гроднорайагросервис», ООО «Белагротерминал».

Рассмотрим влияние СЭЗ «Гродноинвест» на развитие сельскохозяйственной отрасли Гродненской области, сравнив динамику объёма производства промышленной продукции и экспорт продукции сельскохозяйственными предприятиями Республики Беларусь и сельскохозяйственными предприятиями-резидентами СЭЗ «Гродноинвест» в период с 2015 года по 2018 год.

Динамику экспорта продукции рассчитаем по формуле цепного темпа роста. Цепной темп роста – это отношение последующего уровня к предыдущему, умноженному на 100%:

$$T_i = \frac{y_i}{y_{i-1}} \cdot 100\%$$

Динамика экспорта сельскохозяйственной продукции предприятий-резидентов СЭЗ «Гродноинвест» в 2015 году и в 2017 году превышала динамику экспорта сельскохозяйственных предприятий в целом по Республике Беларусь. Показатели (в процентах) составили: в 2015 году в целом по Беларуси – 79,42%, по резидентам СЭЗ «Гродноинвест» – 133,33%; в 2016 году соответственно 95,02% и 75%; в 2017 году по Беларуси – 117,50%, по

резидентам СЭЗ «Гродноинвест» – 166,66%.

Стоит отметить, что динамика экспорта сельскохозяйственной продукции предприятиями положительна и в исследуемом временном периоде разница показателей в целом по отрасли и по резидентам СЭЗ относительно несущественная. Однако, за период январь-сентябрь 2018 года темп роста экспорта сельскохозяйственной продукции в целом по Республике Беларусь к аналогичному периоду 2017 года составил 103,5%, в то время как темп роста экспорта предприятий-резидентов СЭЗ «Гродноинвест» за 9 месяцев 2018 года составил 880% (рисунок 1).

Значительное увеличение экспорта сельскохозяйственной продукции резидентами СЭЗ «Гродноинвест» обусловлено вводом в эксплуатацию новых производственных комплексов, выходом на новые рынки сбыта. Лидерами по объёмам поставок являются ООО «Белагротерминал» и СООО «Квинфуд». ООО «Белагротерминал» является частью международной Группы компаний «Содружество». В качестве резидента СЭЗ «Гродноинвест» фирма была зарегистрирована в феврале 2016 года. В рамках инвестиционного проекта компания запустила производство рапсового и соевого масел, шрота для животноводческих хозяйств. СООО «Квинфуд» является резидентом СЭЗ «Гродноинвест» с 2003 года. Компания занимается производством мясной консервации, имеет дилерскую сеть в Беларуси, России, Израиле, Казахстане, Корее, Молдове, Грузии, Азербайджане.

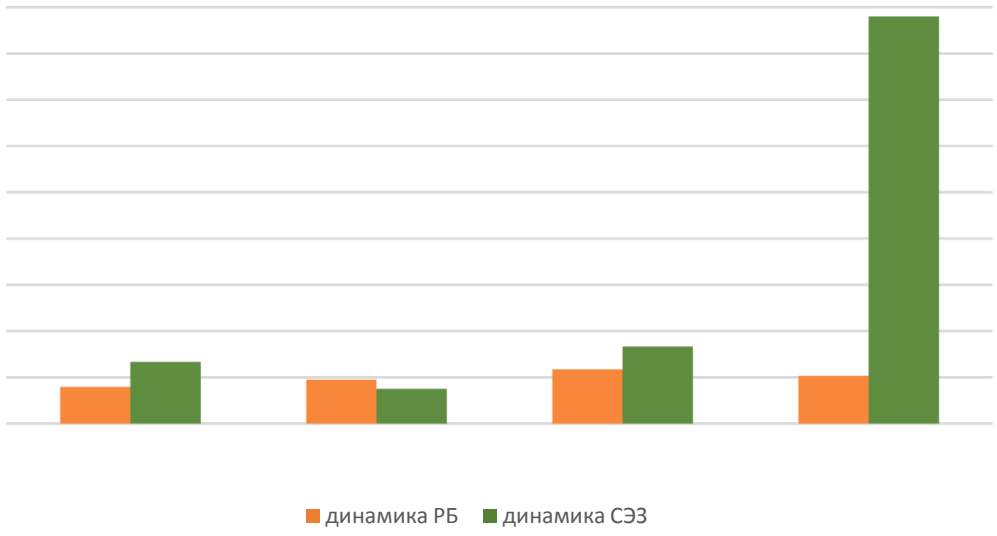

Рисунок 1 – Динамика экспорта сельскохозяйственной продукции (%) в Республике Беларусь и в СЭЗ «Гродноинвест» в 2015–2017 годах и за девять месяцев 2018 года

По формуле цепного темпа роста рассчитаем объём производства промышленной продукции сельскохозяйственными предприятиями Республики Беларусь и предприятий-резидентов СЭЗ «Гродноинвест». Полученные в ходе расчётов данные свидетельствуют о положительной динамике производства промышленной продукции в период с 2015 по 2017 годы. Расчётные показатели

в процентах составили: в 2015 году в целом по Беларуси 104,94%, по СЭЗ «Гродноинвест» – 140%; в 2016 году по стране – 114,51%, по СЭЗ «Гродноинвест» – 100%; в 2017 году соответственно 116,39% и 100%. При этом можно отметить, что в 2018 году темп роста объёма производства промышленной продукции на сельскохозяйственных предприятиях Беларуси и предприятиях-резидентах СЭЗ «Гродноинвест» существенно отличается. Так, в целом по республике он составляет 105,44%, а в СЭЗ «Гродноинвест» – 771% к аналогичному периоду предыдущего года (рисунок 2).

Для дальнейшего анализа используем формулу среднего темпа роста. Средний темп роста исчисляется по формуле средней геометрической из цепных коэффициентов роста:

$$\bar{T}=\sqrt[n]{T_1 \cdot T_2 \cdot \ldots \cdot T_n}$$

Средний темп роста экспорта сельскохозяйственной продукции в Республике Беларусь за период 2015–2018 годы составил 90,381%, в то время как средний темп роста экспорта предприятий-резидентов СЭЗ «Гродноинвест» за аналогичный период равен 195,37%.

Средний темп роста объёма производства промышленной продукции за период 2015–2018 годы составил 110,19% в целом по республике, в предприятиях резидентах СЭЗ «Гродноинвест» – 181,257%.

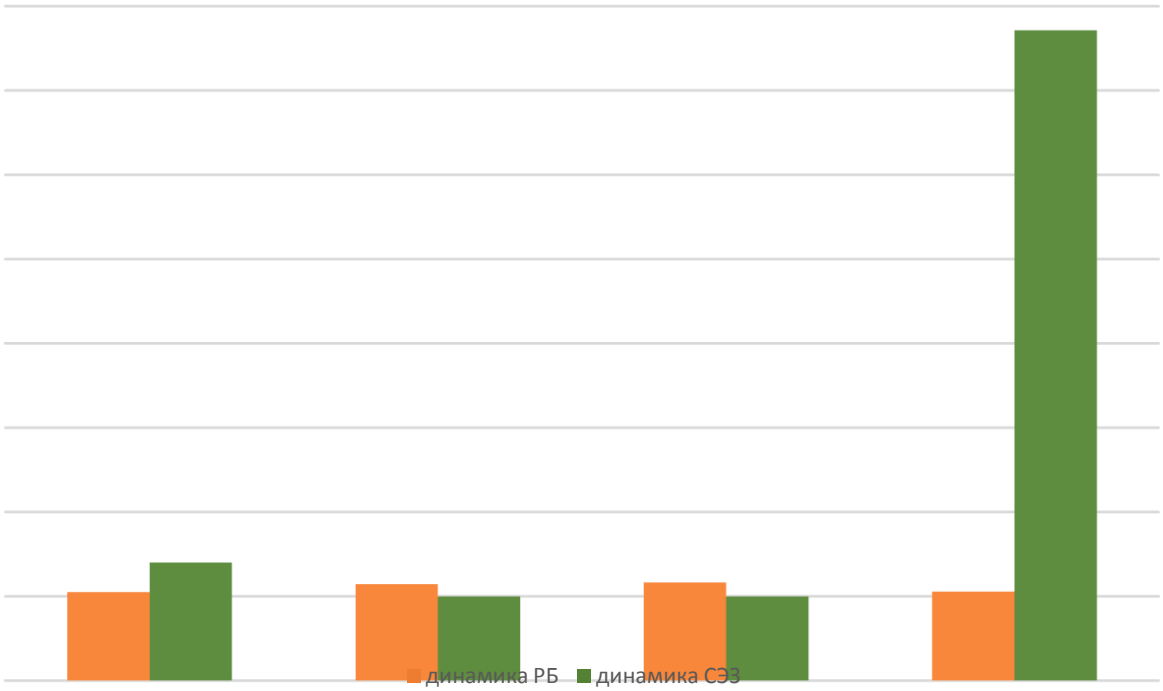

Рисунок 2 – Динамика объёма производства промышленной продукции (%) в Республике Беларусь и в СЭЗ «Гродноинвест» в 2015–2018 годы

Таким образом, полученные данные свидетельствую, что на протяжении рассматриваемого периода сельскохозяйственные предприятия-резиденты СЭЗ «Гродноинвест» развивались с большей динамикой, чем сельскохозяйственная отрасль Беларуси в целом, а свободная экономическая зона «Гродноинвест» способствует динамичному развитию производства в агропромышленном секторе.

Список использованных источников:

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/. – Дата доступа: 09.03.2019.
2. Свободная экономическая зона «Гродноинвест» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://grodnoinvest.by/. – Дата доступа: 08.03.2019.
3. Архив свободной экономической зоны «Гродноинвест» за 2015 г. – Дело № 3/116.
4. Архив свободной экономической зоны «Гродноинвест» за 2016 г. – Дело № 3/120.
5. Архив свободной экономической зоны «Гродноинвест» за 2017 г. – Дело № 3/109.
6. Архив свободной экономической зоны «Гродноинвест» за 2018 г. – Дело № 3/114.
7. Макроэкономика: учебник / И.В. Новикова [и др.]; под ред. И.В. Новиковой, Ю.М. Ясинского. – Минск: ТетраСистемс, 2010. – 384 с.
8. Экономика предприятия: учеб. пособие / Л.Н. Нехорошева, Н.Б. Антонова, Л.В. Гринцевич [и др.]; под ред. д-ра экон. наук, проф. Л.Н. Нехорошевой. – Минск: БГЭУ, 2008. – 719 с.

УДК 332.12

Орешко А.Н.

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РЕГИОНА

Научный руководитель: к.э.н., доц. Михалева О.М.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
lehagambit@yandex.ru

В статье показана взаимосвязь внешнеэкономической деятельности и инвестиционной привлекательности региона, представлена территориальная и экономическая характеристика Брянской области, показаны перспективные направления инвестиций, описаны правовые условия для инвесторов, представлены успешные инвестиционные проекты.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность, экономическая характеристика, инвестиционная привлекательность, правовые условия

Внешнеэкономическая деятельность существует в 5 формах: внешняя торговля, международное разделение труда, производственная кооперация, финансовые операции, участие в международных организациях. В свою очередь, одним из видов производственной кооперации является инвестиционная деятельность.

Поступление иностранных инвестиций в экономику играет важнейшую роль в социально-экономическом развитии и во внешнеэкономической деятельности не только России в целом, но и конкретного её субъекта, в который вкладываются инвесторы. В связи с этим, для более успешного

ведения внешнеэкономической деятельности субъект РФ должен обладать определённой степенью инвестиционной привлекательности. Существует множество классификаций её факторов, но для инвесторов определяющую роль играют 3 их группы:

– нормативно-правовая база (законы, налоги, субсидии…)
– инфраструктура (в первую очередь – транспортная)
– ресурсы (сырьё, финансы, труд…)

Брянская область – субъект Российской Федерации, расположенный на западе Европейской части страны. Площадь региона – 34,9 тыс. кв. км. Областной центр – город Брянск, расположенный в 379 км к юго-западу от Москвы.

Область входит в состав Центрального федерального округа, граничит с Белоруссией, Украиной, Калужской, Курской, Орловской и Смоленской областями Российской Федерации.

Брянская область – это развязка стратегических российских и международных автомобильных трасс: «Москва – Киев» (с выходом на трассу «Санкт-Петербург – Киев – Одесса»), «Брянск – Кобрин» (с выходом на трассу «Москва – Минск – Брест») и «Орёл – Рославль». На территории области расположен международный аэропорт «Брянск», позволяющей принимать воздушные суда типа Ту-154, Як-42, Ил-76, Боинг-737, А-310 и другие [1].

Основу сырьевой базы составляют следующие виды ресурсов:

1. Древесина (площадь лесов – 1/3 от территории области);
2. Фосфатные титаноциркониевые пески – более 435 млн. тонн;
3. Фосфориты – более 127 млн. тонн;
4. Цементное сырье (глины, трепел, пески) – более 534 млн. тонн;
5. Торф – 273 088 тыс. тонн;
6. Пески стекольные – более 46 млн. тонн;
7. Мел для строительных работ – 383 млн. тонн.

В Брянской области создана база регионального законодательства в сфере инвестиционной деятельности.

9 июня 2015 года Брянская областная дума приняла закон № 43-З «Об инвестиционной деятельности Брянской области». Он определяет правовые, экономические и социальные условия инвестиционной деятельности на территории области. Закон направлен на обеспечение роста инвестиций, защиту прав, интересов и имущества субъектов инвестиционной деятельности вне зависимости от форм собственности.

Инвесторам, заключившим договор с Правительством Брянской области и реализующим на её территории свои инвестиционные проекты, гарантировано предоставление следующих мер государственной поддержки инвестиционной деятельности:

а) налоговые льготы;
б) субсидии;
в) залоговые обеспечения исполнения обязательств инвесторов;
г) бюджетные инвестиции;

д) инвестиционные налоговые кредиты;

е) организационные меры поддержки.

ж) предоставление инвестору земельного участка в аренду без проведения торгов для реализации масштабных инвестиционных проектов [3].

Также администрация Брянской области оказывает содействие в юридических и организационных вопросах (например, через торгово-промышленную палату).

В 2018 году численность рабочей силы оценивалась в 611,0 тыс. человек, численность занятых в экономике – 586,0 тыс. человек. Объём валового регионального продукта составил 330,6 млрд. рублей (100,5% к уровню 2017 года).

Структура ВРП области представлена следующими статьями:

Ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования – 19,9%; оптовая и розничная торговля – 19,6%; промышленность – 18,1%; сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство – 17,2%; транспорт и связь – 9,8%; государственное управление и обеспечение военной безопасности, социальное страхование – 7,4%; здравоохранение и социальные услуги – 4,4 процента; образование – 3,6%.

На территории региона действуют около 300 крупных и средних предприятий, а также около 1500 малых предприятий промышленного комплекса, выпускающих следующие виды продукции: судовые дизели, тепловозы, грузовые вагоны и платформы, асфальтоукладчики, автомобильные краны, технологическое и медицинское оборудование, цемент, стекло, изделия из хрусталя, мебель, текстиль, строительные материалы, цветная и черная металлопродукция, кормоуборочные комбайны. В Брянской области действуют более 1300 предприятий и фермерских хозяйств, развиты животноводство, растениеводство и семеноводство.

Основными странами, куда экспортируют брянские товары, являются: Беларусь – 120,4 млн. долларов США (45,2% всего экспорта области), Казахстан – 27,3 млн. долларов (10,2%), Украина – 22,6 млн. долларов (8,5%), Литва – 16,7 млн. долларов (6,3%), Италия – 9,9 млн. долларов (3,7%).

В 2018 году на развитие экономики и социальной сферы области было использовано 59718,6 млн. рублей инвестиций в основной капитал, что составляет 103,6% к данным 2017 года. Основные виды экономической деятельности, куда направлялись инвестиции были: сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство – 51,4 %; транспорт и связь – 14,6%; обрабатывающие производства – 13,8%; операции с недвижимым имуществом – 3,5% [3].

В таблице 1 представлены инвестиции в основной капитал по источникам финансирования.

Как видно из таблицы привлечённые источники инвестиций в процентном соотношении на 2% выше, чем собственные. Из привлечённых источников основную долю составляют средства из бюджета Брянской области.

Перерабатывающая и пищевая промышленность создаёт основу продовольственной безопасности региона. На данный момент, для привлечения инвестиций перспективными сферами экономики являются:

лесопромышленный комплекс; строительство; промышленность строительных материалов; машиностроение и металлообработка; пищевая промышленность и сельскохозяйственное производство; энергетика; туризм.

Таблица 1 – Инвестиции в основной капитал по источникам финансирования [2]

Наименование	Инвестиции в основной капитал (тыс. рублей)	В % к итогу
Собственные средства	20880455	49,0
Привлечённые средства	21775715	51,0
из них: - кредиты банков	7259196	17,0
- заёмные средства	347774	0,8
- средства федерального бюджета	2176565	5,1
- средства бюджета субъекта РФ	4546857	10,7
- средства местного бюджета	582735	1,4
- средства внебюджетных фондов	106842	0,3
- средства организаций и населения на долевое строительство	1883812	4,4
- прочие	4856493	11,4

Основными факторами, обеспечивающими инвестиционную привлекательность области, являются:

– выгодное географическое положение;
– развитая транспортная инфраструктура;
– значительный производственный потенциал;
– наличие природных ресурсов.

В тоже время в регионе существуют серьёзные инвестиционные недостатки, про которые нельзя забывать:

– запущенное состояние сельской местности (из-за снижения численности населения);
– регион является дотационным, доля в объёме ВВП страны низкая.
– область получила наибольший ущерб в результате Чернобыльской аварии по сравнению с другими субъектами РФ.

Эти факторы снижают инвестиционную привлекательность региона, так как инвесторам приходится вкладывать больше средств в деятельность, при этом сроки окупаемости не уменьшаются, а прибыль не растёт.

Одним из видов инвестиций может быть создание совместных предприятий с инвесторами из других регионов и лаже стран. Ярким примером успешный Российско-Белорусский проект ЗАО СП «Брянсксельмаш» с ОАО «Гомсельмаш», учреждённое 1 августа 2005 года. Основные виды деятельности: производство, реализация и обслуживание сельскохозяйственной техники, а также продажа запасных частей к ней.

В сельском хозяйстве основным инвестором является

Агропромышленный холдинг «Мираторг», который начал активно вкладывать средства в регион с 2013 года. Основные виды деятельности: мясное животноводство, растениеводство, производство кормов, производство полуфабрикатов и готовых блюд, в также реализация продукции. Предприятия холдинга расположены по всей области. Многие местные производители вошли в состав АПХ «Мираторг» (среди крупных – «Брянская мясная компания»).

Подводя итог, можно сказать, что инвестиционная привлекательность Брянской области составляет среднее значение. В регионе есть условия для привлечения капитала в свою экономику. Крупные инвесторы, заинтересованные в участии на внешнем рынке, будут вкладывать средства в существующий или новый бизнес. Таким образом, инвестиционная привлекательность является одним из факторов внешнеэкономической деятельности, так как с помощью инвестиций можно поднять её показатели.

Список использованных источников:

1. Брянская область. Торговая и инвестиционная характеристика [Электрон. ресурс] – Режим доступа: http://russia.polpred.com/?cnt=195&dsc=1&fo=1&obl=2

2. Внешнеэкономическая деятельность Брянской области [Электрон. ресурс] – Режим доступа: http://econom32.ru/activity/vneshneekonomicheskaya-deyatelnost

3. О Брянской области – Инвестиционный портал Брянской области [Электрон. ресурс] – Режим доступа: https://invest32.ru/o-bryanskoj-oblasti

УДК 336.202

Погуляева Н.Ю.

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ БРЯНСКОГО РЕГИОНА

Научный руководитель: к.э.н., доц. Игольникова И.В.
ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского» (БГУ)
Россия, г. Брянск

В статье рассматриваются основания для корректировки промышленной политики Брянского региона, обусловленные процессами реиндустриализации в российской промышленности. Представлены технологии цифровой трансформации промышленности, первоочередные направления подготовки к широкомасштабной цифровой трансформации промышленности. На основе данных статистики дается фактическая оценка текущего состояния промышленности в условиях перехода к цифровой экономике.

Ключевые слова: цифровая трансформация, умные продукты, цепочка создания стоимости, организационная структура, промышленные предприятия, Брянский регион

Цифровая трансформация – это радикальные изменения. Она меняет все – как разрабатываются, производятся, продаются, поставляются и обслуживаются продукты. Цифровизация заставляет генеральных директоров переосмысливать, как компании выполняют свои бизнес-процессы, какие используются методы управления и как устроены информационные системы, а

также узнать все о характере взаимоотношений с клиентами [1].

Когда руководителей промышленных предприятий спрашивают о том, что они подразумевают под «цифрой», некоторые считают это обновленным термином того, чем занимается их ИТ-подразделение. Другие сосредоточены на цифровом маркетинге или продажах. Но очень немногие имеют широкий, целостный взгляд на то, что на самом деле означает цифровая трансформация.

Компании имеют высокие амбиции: они ожидают, что цифровые инициативы будут обеспечивать ежегодный рост и экономическую эффективность от 5 до 10 процентов, а может и более в течение следующих трех-пяти лет [4].

Цифровая трансформация – это постоянный процесс, меняющий способ ведения бизнеса. Она требует основательных инвестиций в навыки, проекты и инфраструктуру. Кроме того необходима своего рода «очистка» ИТ-систем. Она требует изменений людей, машин и бизнес-процессов со всеми вытекающими из этого последствиями. Она также требует постоянного мониторинга и вмешательства руководства [5].

Становление цифровой организации требует коренного изменения того, как вы делаете бизнес. Новые технологии и бизнес-модели растут в целых секторах экономики, угрожая действующим предприятиям беспрецедентной волной разрушительных сил.

В большинстве рыночных секторов конкуренция стала беспрецедентно жесткой. Под давлением рынка бизнес вынужден меняться «изнутри»: трансформируется структура компаний, их рабочие процессы, базовые принципы, предпринимательская идеология. Вовне, на открытом конкурентном поле, бизнес движутся по пути виртуальных изменений.

Чтобы выжить, компании массово применяют цифровые средства борьбы за клиента, который живет теперь в практически полностью виртуальном мире. И слишком часто смотрит не на реальный товар, а – в смартфон. Поэтому в секторах b2c драйверами цифровой трансформации становятся пользователи: работая с гаджетами, вебсайтами и мобильными приложениями, они рано или поздно начинают ожидать, что удобный цифровой интерфейс взаимодействия с клиентами как у Яндекса или Facebook будет выстроен абсолютно у всех компаний и организаций.

В секторах b2b цифровая трансформация становится средством снижения себестоимости и ответом на вызовы конкуренции – компании с помощью цифровых инструментов пытаются выстроить какие-либо преимущества, которых нет у конкурентов, и повысить эффективность бизнеса.

Глобальные изменения охватывают не только потребительский рынок, но и весь промышленный сектор. «Бежицкая сталь» недавно начала продажи сортового проката в интернете [4]. Их потребители – строители – видят в стандартных двутаврах, уголках и швеллерах множество различий даже при одинаковой марке стали. Не говоря о десятках условий поставки.

Это кажется невероятным, но за пару лет все возможные параметры проката были оцифрованы. Если «Мечел» в течение 6-7 лет выстраивал в Европе разветвленную сбытовую сеть, объединяя дистрибьюторов, то

«Бежицкая сталь» для тех же задач создала всего лишь интернет-магазин. Нет складов – есть легкий доступ к достоверной информации и автоматизированная логистика. Строители с планшетов заказывают металл прямо на стройплощадке. Огромный прогресс достигнут с применением пары инструментов цифрового маркетинга [1].

У больших компаний, с другой стороны, гораздо больше стимулов, чтобы начать цифровую трансформацию. Они видят, что конкуренты один за другим принимают масштабные программы по внедрению цифровых технологий. На них идет большее давление со стороны акционеров.

Цифровое преобразование не может быть достигнуто просто путем создания отдельного анклава для цифровых действий потому, что цифровая трансформация затрагивает слишком много разнообразного функционала в компании.

Многие промышленные компании-старожилы из традиционных отраслей сталкиваются с этими препятствиями на пути цифровизации. Это естественно, так как они добились успеха, год за годом совершенствуя методы производства и компетенции. Чем эффективнее привычные подходы в обеспечении компаний невоспроизводимыми активами, тем сложнее им от них отказаться. Примеры этого подхода на российских предприятиях представлены в [5].

Сегодня многие компании сперва стремятся защитить свой основной бизнес, и только затем переходить в наступление с помощью цифровой трансформации. Типичная компания тратит всего около 30% ресурсов на деятельность, выходящую за рамки ее основного направления. Компании же, вставшие на путь цифровой реорганизации, выделяют равное количество ресурсов на пересмотр своей ключевой бизнес-модели и развитие дополнительных направлений. Для многих компаний основные направления бизнеса остаются «хлебом насущным», а цифровая реорганизация помогает добиться более стабильного роста [3].

Основная часть доходов крупных производственных компании в большинстве отраслей по-прежнему поступает из традиционных источников.

Раньше во главе угла стоял производитель: что производилось, то покупалось. Сейчас ситуация изменилась на обратную — все крутится вокруг потребителя. Еще недавно бизнес должен был изучать потребителей и подстраиваться под них. Теперь задача снова меняется: надо не подстраиваться под потребителей, а формировать их потребности.

Анализ показывает, что лидеры цифровой трансформации уделяют особое внимание внутреннему сотрудничеству, созданию процессов и команд, которые объединяют различные функции в бизнесе и создают стимулы для совместного использования.

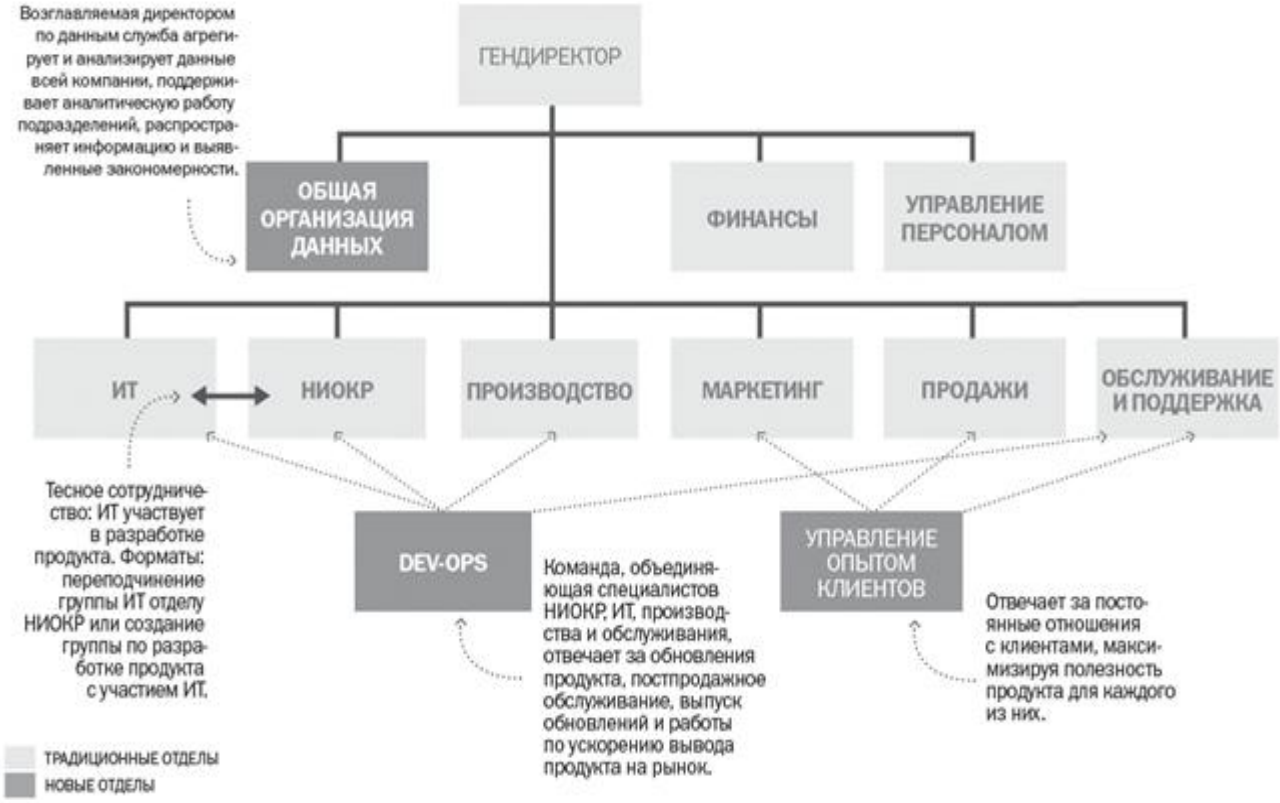

Рисунок 1 – Трансформация организационной структуры промышленных компаний [2]

Эксперты отметили, что компании добиваются успеха, создавая кросс-функциональную команду, которая объединяет ключевых людей из маркетинга, продаж, разработки продуктов и ИТ для конкретных проектов.

Список использованных источников:

1. Аксенов, А.А. Инновационные аспекты развития Брянской области / А.А. Аксенов, И.В. Игольникова // Экономика. Социология. Право. 2017. № 2 (6). С. 9-12

2. Бондарь, Ю. Виртуальный маркетинг увел товар на второй план / Ю.Бондарь // theRunet. -28.09.2017 [Электронный ресурс].URL:htpps://therunet.com/html

3. Бугин, Ж. Шесть признаков успешной цифровой трансформации / Ж. Бугин, Т. Кэтлин // Harvard Business Review Россия. - 06.02.2018 [Электронный ресурс].URL: htpps://www.hbr-russia.ru/innovatsii/upravlenie-innovatsiyami/html

4. Дейвенпорт, Т. Уэстерман Дж. Цифровой провал /Т. Дейвенпорт, Дж. Уэстерман // Harvard Business Review Россия. 11.04.2018. [Электронный ресурс].URL: htpps:// www.hbr-russia.ru/innovatsii/trendy/html

5. Игольникова, И.В. Цифровая экономика и кадровый потенциал АПК региона: взаимосвязь и перспективы / И.В. Игольникова, А.В. Здоронок // Сборник статей Международной научно-практической конференции «Цифровой регион: опыт, компетенции, проекты», 2018. С. 188-191

УДК 332.72

Полещук А.В.,

Лазакович А.В.

ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Леднёва И.А.
Белорусский государственный экономический университет,
Республика Беларусь, г. Минск
polesukaleksandra99@gmail.com, anna27659@gmail.com

Субъектам рынка для осуществления своей деятельности необходимо ясно осознавать, с какими проблемами им придется столкнуться. В данной статье будут рассмотрены актуальные проблемы функционирования рынка недвижимости, а также представлены возможные направления их решения.

Ключевые слова: рынок недвижимости, проблемы на рынке недвижимости, рынок земли, перспективы развития рынка недвижимости, пути решения проблем на рынке недвижимости.

Рынок недвижимости является одной из важнейших частей экономики, на долю которой по данным Национального статистического комитета Республики Беларусь на 01.01.2018 года приходится более 82,2 % национального богатства страны. Именно недвижимость формирует центральное звено всей системы рыночных отношений. Важность рынка недвижимости обусловлена, в первую очередь, тем, что для любого вида деятельности необходимы помещения, здания, сооружения и иные объекты недвижимости. При этом объекты недвижимости выступают не только как товар, удовлетворяющий разнообразные личные потребности людей, но одновременно и капитал, который при эффективном использовании способен приносить доход. Вложения в них обычно представляют собой инвестирование с целью получения прибыли.

Поскольку рынок недвижимости является важным звеном развития рыночной экономики, необходима комплексная оценка и анализ его состояния и перспектив развития. Ввиду этого возникает необходимость выявления основных проблем рынка недвижимости с целью совершенствования принципов, приёмов, подходов и методов эксплуатации и управления недвижимостью.

Наиболее явной проблемой рынка недвижимости в Республике Беларусь в настоящее время является низкая степень информированности субъектов рынка. Таким образом, профессиональные участники рынка не располагают достаточным количеством информации, необходимой для осуществления своей деятельности, в том числе консультирования потребителей. Агентства недвижимости, риэлтерские и аналитические компании, а также государственные органы, не обладая надежной и достоверной информацией, теряют возможность составлять прогнозы и выявлять тенденции развития рынка недвижимости, подвергая себя риску и неопределённости.

Из этого вытекает следующая проблема: невозможность разработки точных прогнозов и выявления тенденций развития рынка недвижимости. В

связи с этим оценка объектов недвижимости с точки зрения получения дохода в будущем становится затруднительной, что также снижает инвестиционную активность.

Решением данных проблем может стать развитие и совершенствование системы мониторинга рынка недвижимости. Сбор и обработку данных необходимо осуществлять на основе единой методологии. Информация должна регулярно обновляться, быть достоверной и актуальной. Этому может способствовать использование новых технологий, а также систем сбора и обработки получаемых сведений о рынке.

Также актуальной проблемой развития рынка недвижимости в Республике Беларусь является нехватка квалифицированных специалистов в данной сфере. Это обусловлено тем, что в высших учебных заведениях страны лишь с недавнего времени появились специальности, на которых системно подходят к подготовке компетентных менеджеров. Однако в современных условиях развития экономики этого явно недостаточно. В настоящее время в Республике Беларусь подготовкой профессиональных участников в сфере недвижимости занимаются 7 высших учебных заведений: БГУ, БГЭУ, БНТУ, БГТУ, ПГУ, БелГУТ, БрГТУ [1].

Белорусскому рынку нужны не универсальные специалисты по недвижимости, а узкоспециализированные менеджеры по конкретной проблематике. Например, менеджер по управлению недвижимости, менеджер по инвестициям в недвижимость, менеджер по лизингу, менеджер-консультант по налогообложению недвижимости, оценщики.

Еще одной особенностью рынка недвижимости, является неравномерность развития отдельных его сегментов. Так, например, рынок земли находится в стадии формирования. Это обусловлено обязательным использованием земли по ее целевому назначению, а также тем, что большинство земель принадлежит государству на праве собственности. Физические лица могут иметь земли в частной собственности только для достижения определенной цели (для строительства, облуживания жилых домов, для ведения личного подсобного хозяйства, для ведения коллективных садоводств и дачного строительства). Юридические лица также имеют право на получение земельных участков в частную собственность, однако только по результатам аукциона [2].

Из этого вытекает ряд проблем развития рынка земли: отсутствие иностранных инвесторов ввиду отсутствия земель в собственности юридических лиц, излишняя «опека» государства, отсутствие экономически эффективной политики государства в области земельных отношений.

Оптимальным решением является создание общей, унифицированной системы регулирования земельно-имущественных отношений. Одним из методов управления земельными ресурсами является экономический метод, который подразумевает реализацию платности землепользования, финансирование земельных улучшений и нормирование землепользования, развитие ипотеки и кредитования, возмещение потерь и убытков.

Среди других сегментов рынка недвижимости самым крупным и

наиболее развитым является рынок жилья.

Эффективным способом решения проблемы неравномерного развития сегментов рынка недвижимости может стать применение методов анализа и прогнозирования состояния рынка жилой недвижимости в других сегментах рынка недвижимости. Наиболее распространенными методами прогнозирования являются технический и фундаментальный анализ, а также трендовое прогнозирование с применением различных видов тренда (линейная, полиномиальная, степенная, логарифмическая, экспоненциальная).

Распространенной и не менее важной проблемой является несовершенство технологий купли-продажи, которое обусловлено незаконным совершением некоторых сделок на рынке, а также риском во время осуществления расчетов в иностранной валюте или наличными.

Ежегодно в Беларуси подается более 300 исков о признании недействительными сделок с объектами жилой недвижимости, половина из которых удовлетворяется [3].

Согласно Указу Президента Республики Беларусь от 09.02.2015 №49 «Об обеспечении порядка при осуществлении валютных операций», незаконное принятие физическим лицом иностранной валюты в качестве платёжного средства может повлечь наложение штрафа в размере от 50 до 100 базовых величин с конфискацией предмета правонарушения или без конфискации [4].

Таким образом, большинство проблем связано с тем, что рынок недвижимости в Республике Беларусь относительно молод и не достиг ещё пика своего развития. Поэтому наилучшим способом решения проблем и совершенствования процессов функционирования рынка недвижимости является создание различного рода научных и образовательных сетей совместно с иностранными государствами с учётом их опыта в развитии данного рынка.

Список использованных источников:

3. Новая специальность, связанная с управлением недвижимостью, может появиться в университетах Беларуси [Электронный ресурс]: // Доступ: https://adukar.by.

4. Кодекс Республики Беларусь о земле [Электронный ресурс]: // Доступ из Национального правового Интернет-портала Республики Беларусь.

5. Риэлтеры должны работать по правилам [Электронный ресурс]: // Доступ: https://www.t-s.by/news/sell_pubs/264373/.

6. Указ Президента Республики Беларусь от 09.02.2015 №49 «Об обеспечении порядка при осуществлении валютных операций» [Электронный ресурс]: // Доступ из Национального правового Интернет-портала Республики Беларусь.

УДК 332.021.8

Сицукова Д.А.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Баранова И.А.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
sitsukova.dar@yandex.ru

В системе здравоохранения происходят изменения экономических интересов – от общественного, определяющего развитие этой сферы, к рыночным. В этих условиях становятся актуальными исследование особенностей функционирования систем здравоохранения в России и исследование вопросов, связанных с проблемами качества проводимых реформ в этой области и ориентации их на население. Кроме того, особенный интерес вызывает исследование развития здравоохранения на муниципальном уровне. Целью работы является анализ современного состояния, основных проблем и перспектив развития здравоохранения региона и РФ.

Ключевые слова: роль государства, принципы организации российской системы здравоохранения, развитие здравоохранения в регионе.

Здравоохранение представляет собой систему, которая направлена на создание и укрепление здоровья каждого человека, сохранение продолжительности жизни граждан, предоставление им медицинской помощи, в случае ухудшения здоровья.

Экономика здравоохранения - это наука, которая изучает деятельность здравоохранения как отрасли национальной экономики. Экономические отношения здравоохранения по форме, содержанию и общественно-финансовой сущности отображают деятельность на уровне государства, соединяющей разно профильные производства, отрасли и сектора экономики, регулируемые государством и прямо или косвенно обслуживающие здравоохранение, где каждый из субъектов имеет свои особые функции.

Структура здравоохранения Российской Федерации: Минздрав России, Министерства здравоохранения субъектов РФ, департаменты, комитеты, управления здравоохранения, учреждения и организации здравоохранения, медицинский персонал.

Задачи превращения России в глобального лидера мировой экономики, выхода на уровень развитых стран по показателям социального благосостояния диктуют новые требования к системе здравоохранения. С одной стороны, растет ценность здоровья в системе приоритетов общества, возникают новые медицинские и социальные технологии, связанные с изменениями в демографической структуре населения. С другой - благодаря развитию медицинских технологий существенно повышаются возможности реально влиять на показатели здоровья населения, о чем свидетельствуют значительные успехи в борьбе с наиболее опасными для жизни заболеваниями, достигнутые в развитых страна [4].

В мировом рейтинге систем здравоохранения на 2017 год, состоящий из 80 стран, Российская Федерация занимает 61 место.

В соответствии с концепцией долгосрочного развития до 2020 года, цель

государственной политики в области здравоохранения на период: формирование системы, которая обеспечит доступность медицинской помощи и повысит эффективность медицинских услуг, объемы, виды и качество которых должны соответствовать уровню заболеваемости и потребностям населения, прогрессивным достижениям медицинской науки.

Основными задачами является:

– активное развитие российской медицинской и фармацевтической промышленности и создание условий для ее перехода на инновационную модель развития;

– модернизация системы обязательного медицинского страхования и развитие системы добровольного медицинского страхования;

– повышение эффективности системы организации медицинской помощи.

– улучшение лекарственного обеспечения граждан;

– информатизация системы здравоохранения;

– развитие медицинской науки и инноваций в сфере здравоохранения, повышение квалификации медицинских работников и создание системы повышения мотивации к качественному труду;

– совершенствование системы охраны здоровья населения.

В сфере здравоохранения в Российской Федерации выделены следующие проблемы:

1. Дефицит кадров.

В последние годы произошло существенное сокращение медицинских работников, в том числе и врачей. По данным Росстата численность работников медицинских организаций государственной и муниципальной форм собственности, имеющих высшее медицинское, фармацевтическое и иное высшее образование и участвующих в оказании медицинской помощи, за январь-июнь 2018 г. сократилось на 7,6 тыс. по сравнению с первым полугодием 2017 г. В 2014 году численность врачей в Российской Федерации составила – 709,4 тыс. человек, в 2015 году – 673 тыс. человек, 2016 год – 680,9 тыс. человек, 2017 год - 697,1 тыс. человек (рис.1).

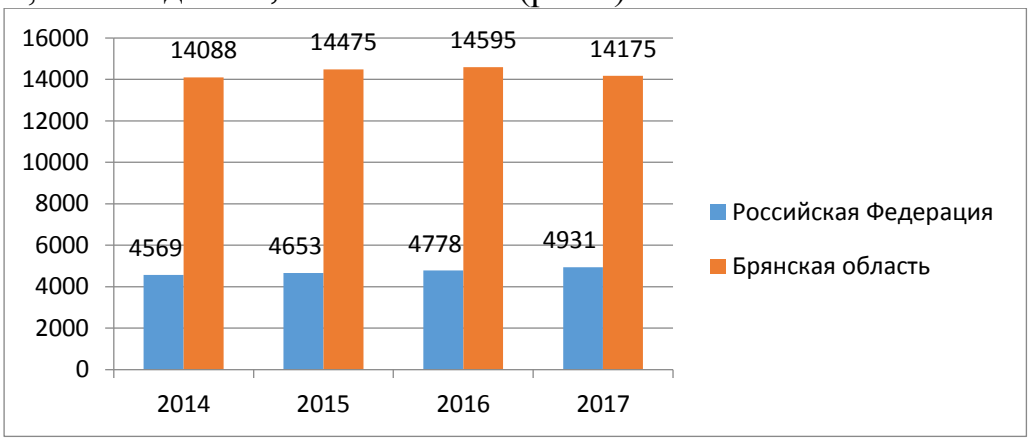

Рисунок 1 - Численность медицинских работников (тыс. человек) [3]

2. Качество медицинской помощи. В настоящий момент наблюдается отток квалифицированных рабочих кадров в негосударственные учреждения,

следовательно, это ведет к снижению качества предоставляемых медицинских услуг и их доступности. Также наблюдается отток из отрасли молодых врачей и стремление изначально получить узкую специализацию в частную медицину.

К основным причинам, по которым врачи покидают государственные медицинские организации, относят:

– Низкий уровень оплаты труда;
– Высокая нагрузка на врача;
– Отсутствие достойных условий работы, слабая социальная поддержка.

3. Организация рабочего времени в медицинских учреждениях. Обеспечение рациональной системой регистрации, назначения и использования лекарственных препаратов осуществлено не в полной мере, технического обслуживания данное оборудование простаивает [5].

Здравоохранение Брянской области - это социально-ориентированная система, которая призвана обеспечить доступность, непосредственно своевременность, качество оказания медицинской помощи населению.

В 2016 году департаментом здравоохранения Брянской области продолжена реализация программы «Развитие здравоохранения Брянской области», которая определяет основные направления развития здравоохранения Брянской области до 2020 год (рис.3).

Расходы бюджета Брянской области на здравоохранение с каждым годом сокращаются, в 2016 г.- 2 268,33 млн. рублей, в 2017 г. - 1 671,54 млн. рублей, в 2018 г. - 1 651,04 млн. рублей, за 2019 г. - 1 639,37 млн. рублей (рис.2).

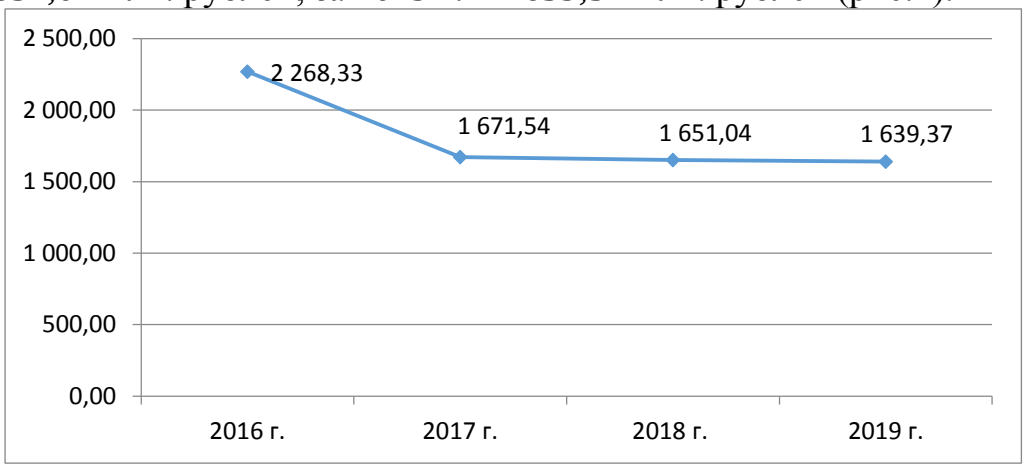

Рисунок 2 - Расход бюджета на здравоохранение (млн. руб.) [2]

В области наблюдается тенденция снижения численности населения, если в 2017 году по сравнению с 2016 годом сокращение составило 0,4%, то в 2018 году по сравнению с 2017 годом уже 0,8%. Это связано непосредственно с экологической обстановкой в регионе, а также со снижением реальных располагаемых доходов.

Население области достаточно оснащено больничными койками и амбулаторно-поликлиническими учреждениями. Но некоторые муниципальные районы отстают от нормативных показателей.

На сегодняшний день, в целом по области насчитывается 45 медицинских государственных бюджетных учреждений здравоохранения.

Почти все районы Брянской области отличаются низким фактическим показателем по обеспеченности врачами и средним медицинским персоналом [3].

Сверхтехнологичная медицинская помощь представляет собой наиболее эффективный вид медицинской помощи, которая способствует существенному улучшению состояния здоровья, качества жизни пациентов и обеспечивает качественную и доступную медицинскую помощь.

В 2017 году высокотехнологичную медицинскую помощь жители области имели возможность получить в федеральных медицинских учреждениях.

В области развития высокотехнологической медицины в Брянской области сформулированы следующие цели: повышение доступности высокотехнологичной медицинской помощи и сокращение сроков ожидания высокотехнологичной медицинской помощи.

Достижение этих целей возможно путем увеличения количества и расширение диапазона оказываемых видов высокотехнологичной медицинской помощи в медицинских учреждениях региона (рис. 3).

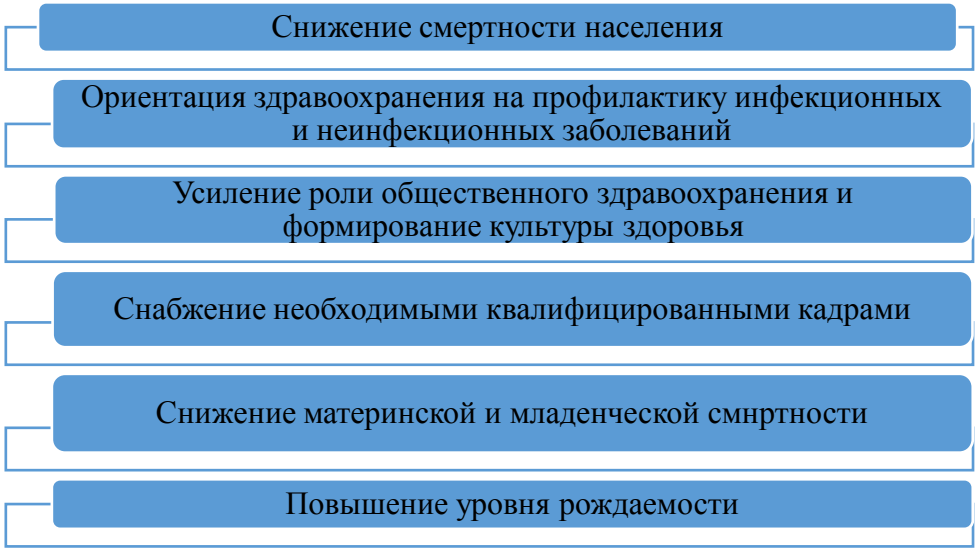

Рисунок 3 - Приоритеты политики реформирования сферы здравоохранения в Брянской области

Для обеспечения межведомственного взаимодействия социальных служб по профилактике социально-экономических заболеваний в области регулярно осуществляются совместные выезды бригад медицинских специалистов, в том числе врачей-наркологов, в муниципальные образования [1, с. 77].

Регион первым в стране стал реализовывать программу по обеспечению жильем молодых медиков.

По состоянии на 2019 год, в Брянской области реализуются следующие национальные и региональные проекты: «Здравоохранение», «Демография», «Развитие первичной медико-санитарной помощи», «Борьба с сердечно-сосудистыми заболеваниями», «Обеспечение медицинских организаций системы здравоохранения Брянской области квалифицированными кадрами», «Создание единого цифрового контура в здравоохранении Брянской области на основе единой государственной информационной системы», «Содействие

занятости населения и государственное регулирование социально-трудовых отношений и охраны труда в Брянской области».

Специалистами Высшей школы организации и управления здравоохранением (ВШОУЗ) был составлен рейтинг эффективности системы здравоохранения среди субъектов Российской Федерации за 2016 год, где Брянская область заняла 21 место. В рейтинге учитывались следующие показатели: валовой региональный продукт на душу населения, ожидаемая продолжительность жизни. Государственное финансирования здравоохранения, продажа крепких алкогольных напитков на душу населения [4, с. 417].

Исходя из сложившейся в целом ситуации по региону, можно сделать следующие выводы: с одной стороны, финансирование системы здравоохранения с каждым годом сокращается. Также вместе с медперсоналом сокращается и количество медицинских учреждений как в городе, так и в селе. Смертность населения увеличилась на 0,2%, хотя в целом по России идет спад смертности. Многие считают, что проводимые реформы имеют фиктивный характер. В поликлинике принимаются пациенты, сдаются анализы, однако диагнозы ставятся неправильно.

С другой стороны, проходит техническая модернизация, появляются новые инновационные технологии, которые могут изменить жизнь человека в лучшую сторону. Например, запись к врачу перестала быть проблемной, в связи с этим сократилась очередь к специалистам.

Список использованных источников:

1. Баранова, И.А. Управление социальной сферой муниципального образования / И.А. Баранова, Е.А. Лабуз // Наука и бизнес: пути развития. - 2018. - № 12 (90). - С. 77-79.

2. Государственная программа «Развитие здравоохранения Брянской области» (2014 - 2020 годы)» [Электронный ресурс]: Постановление Правительства Брянской области от 30.12.2013 г. № 836-п // Доступ из справочно-правовой системы «Кодекс».

3. Доклад о состоянии здоровья населения и организации здравоохранения Брянской области за 2017 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://amosov.brkmed.ru/media/gos-doklad-2017-god.pdf

4. Третьякова, О.С. Статистическое изучение численности населения России / О.С. Третьякова, Е.А. Савинова // В книге: Статистический анализ социально-экономического развития субъектов Российской Федерации Материалы 3-ей Международной заочной научно-практической конференции. - 2017. - С. 417-420.

5. Указ Президента Российской Федерации «О совершенствовании государственной политики в сфере здравоохранения» от 7 мая 2012 года N 598 [Электронный ресурс] // Доступ из справочно-правовой системы «Гарант».

6. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: Здравоохранение - Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2017/zdrav17.pdf.

УДК 311.14

Скрябинская А.А.,

Рыбалко Е.И.

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА ПО ВИДАМ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Научный руководитель: Селюжицкая Т.В.
Гродненский государственный университет имени Янки Купалы,
Республика Беларусь, г. Гродно
alla.skryabinskaya@mail.ru, lizrybalko@mail.ru

В статье произведен расчет и анализ производительности труда на основе валовой добавленной стоимости, а также ее изменений по видам экономической деятельности в Республике Беларусь за 2016-2017 гг. С помощью индексного анализа выявлено влияние факторов на изменение средней производительности труда.

Ключевые слова: производительность труда, средняя выработка, индексный анализ.

Под производительностью труда понимают эффективность, полезность конкретного труда, которая выражается в создании в единицу рабочего времени (или на одного работника) определенного количества потребительных стоимостей [1].

Существуют различные показатели производительности труда. Для укрупненных расчетов, например, по видам экономической деятельности или по экономике в целом, можно использовать показатель, рассчитанный путем деления добавленной стоимости на численность работников:

$$w = \frac{ВДС}{T} \quad (1)$$

где w – производительность труда, $ВДС$ – валовая добавленная стоимость по виду экономической деятельности; T – число работников по виду экономической деятельности.

Средняя производительность труда рассчитывается по всем видам экономической деятельности путем деления суммарной ВДС на суммарную численность работников.

На изменение средней производительности труда влияют два фактора:

- изменение уровней производительности труда по отдельным видам экономической деятельности;
- изменение структуры работников.

Цель данного исследования – выявить роль отдельных факторов в изменении средней производительности труда в экономике Республики Беларусь в 2017 г. по сравнению с 2016 г.

В таблице 1 представлены результаты расчетов производительности труда по видам экономической деятельности в Республике Беларусь за 2016 и 2017 годы по формуле (1) на основе данных официальной статистики, а также с помощью темпов роста дана оценка изменений ее уровней.

Результаты проведенных расчетов позволяют выявить виды экономической деятельности в экономике Республики Беларусь, в которых наблюдается наиболее высокий уровень производительности труда и наиболее интенсивный ее рост.

Таблица 1 – Динамика производительности труда по видам

экономической деятельности в Республике Беларусь за 2016-2017 гг.

Виды экономической деятельности	Производительность труда, тыс. руб. на чел.		Темп роста производительности труда, %
	2016 г.	2017 г.	
Сельское, лесное и рыбное хозяйство	15,4	19,2	124,7
Горнодобывающая промышленность	56,4	69,5	123,2
Обрабатывающая промышленность	22,0	26,4	120,0
Снабжение электроэнергией, газом, паром, горячей водой и кондиционированным воздухом	36,1	35,0	97,0
…	…	…	…
Услуги по временному проживанию и питанию	8,5	9,8	115,3
Информация и связь	46,6	51,3	110,1
Финансовая и страховая деятельность	53,3	56,9	106,8
Операции с недвижимым имуществом	61,0	76,4	125,2
Образование	8,7	9,3	106,9
Здравоохранение и социальные услуги	10,4	11,1	106,7
Творчество, спорт, развлечения и отдых	9,4	10,9	116,0
Предоставление прочих видов услуг	8,3	9,4	113,3
Средняя	23,7	26,9	113,5

Источник: собственная разработка на основании [2]

По данным таблицы 1, можно сделать вывод, что наибольшая производительность труда в 2017 году прослеживается в таких видах экономической деятельности, как операции с недвижимым имуществом (76,4 тыс. руб. на чел.), горнодобывающая промышленность (69,5 тыс. руб. на чел.) и финансовая и страховая деятельность (56,9 тыс. руб. на чел.), а наименьшая – в образовании (9,3 тыс. руб. на чел.), в предоставлении прочих видов услуг (9,4 тыс. руб. на чел.) и услуг по временному проживанию и питанию (9,8 тыс. руб. на чел.).

На основании анализа динамики производительности труда мы видим, что наибольший темп роста наблюдается в таких видах экономической деятельности, как операции с недвижимым имуществом (125,2 %), сельское, лесное и рыбное хозяйство (124,7 %) и горнодобывающая промышленность (123,2 %). Менее интенсивно увеличивалась производительность труда в таких видах экономической деятельности, как здравоохранение и социальные услуги (106,7%) и финансовая и страховая деятельность (106,8 %), а в снабжении электроэнергией, газом, паром, горячей водой и кондиционированным воздухом – уменьшилась (97,0 %).

Для анализа изменения средней производительности труда в целом по видам экономической деятельности рассчитаем индекс средней производительности труда [3]:

(2)
$$I_{\overline{W}} = \frac{\overline{w_1}}{\overline{w0}} = \frac{26,9}{23,7} * 100\% = 113,5\%$$

Изменение средней производительности труда в абсолютном выражении рассчитывается по формуле:

(3) $$\Delta\overline{W} = 26{,}9 - 23{,}7 = 3{,}2 тыс.руб.на\ \ чел.$$

В результате расчета оказалось, что средний уровень производительности труда в отчетный период по сравнению с базисным под влиянием двух факторов вырос на 13,5 %, или на 3,2 тыс. руб.

Влияние первого фактора на изменение средней производительности труда определяется с помощью индекса постоянного состава:

$$W_0^{/} = \frac{\sum W_{0i} * T_{1i}}{\sum T_{1i}} = \frac{(15{,}4*416{,}6)+(56{,}4*10{,}4)+...+(8{,}2*74{,}0)}{4347.5} = 18{,}5 тыс.руб.на\ \ чел. \quad (4)$$

(5) $$I_{\overline{W}} = \frac{\overline{w_1}}{\overline{w0}^{/}} = \frac{26{,}9}{18{,}5} * 100\% = 145{,}4\%$$

Рассчитаем абсолютные изменения средней выработки за счет влияния первого фактора (изменения производительности труда в отдельных видах экономической деятельности):

(6) $$\Delta\overline{W_W} = 26{,}9 - 18{,}5 = 8{,}4 тыс.руб.на\ \ чел.$$

Таким образом, средний уровень производительности вырос на 45,4 % или 8,4 тыс. руб. за счет увеличения уровней производительности труда по отдельным видам деятельности.

Влияние структурных изменений в численности работников оценивается с помощью индекса структурных сдвигов:

(7) $$I_{стр} = \frac{\overline{w_0}^{/}}{\overline{w_0}} = \frac{18{,}5}{23{,}7} * 100\% = 78{,}1\%$$

Рассчитаем абсолютное изменение средней выработки за счет влияния доли численности работников с разным уровнем производительности труда:

(8) $$\Delta\overline{W}_{стр} = 18{,}5 - 23{,}7 = -5{,}2 тыс.руб.на\ \ чел.$$

Проведенные расчеты показывают, что вследствие изменений в структуре численности работников средняя производительность труда уменьшилась на 21,9 % или на 5,2 тыс. руб.

Все три индекса взаимосвязаны между собой:

(9) $$I_{\overline{W}} = 1{,}454 * 0{,}781 = 1{,}135$$

Абсолютное изменение средней выработки равно сумме изменений за счет влияния двух факторов:

$$\Delta\overline{w} = \Delta\overline{w}W + \Delta\overline{w}стр = 8{,}4 + (-5{,}2) = 3{,}2 тыс.руб.на\ \ чел. \quad (10)$$

Проведенное анализ показал, что в 2017 году по сравнению с 2016 годом средняя производительность труда в экономике Республики Беларусь увеличилась только благодаря росту производительности труда по отдельным видам экономической деятельности, тогда как структурные изменения в численности работников негативно отразились на его изменении. Это свидетельствует о том, что увеличился удельный вес работников тех видов деятельности, в которых уровень выработки был ниже. Для того чтобы

обеспечить рост средней производительности труда за счет структурного фактора, необходимо создавать больше рабочих мест в тех видах деятельности, где наблюдается более высокий уровень выработки.

Список использованных источников:

1. Василевская, Л.И. Статистика промышленности и бизнеса. Практикум: учеб. пособие / Л.И. Василевская, И.И. Колесникова. - Минск: БГЭУ, 2015. - 363 с.
2. Национальные счета Республики Беларусь [Электронный ресурс]: // Доступ с сайта Национального статистического комитета Республики Беларусь.
3. Тумасян, А.А. Статистика промышленности. Учебное пособие / А.А. Тумасян, Л.И. Василевская. — Минск: Инфра-М, 2012. — 430с.

УДК 332.12

Смулько А.Ю.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ЭКОНОМИК РОССИИ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Антипенко Н.А.
Минский филиал РЭУ им. Г.В, Плеханова,
Беларусь, г. Минск

В современных условиях региональная экономика является важной частью национальной экономики. В данной статье рассмотрены факторы влияющие на формирование региональных экономик России, а также роль региональных экономик в национальной экономики.

Ключевые слова: региональная экономика, факторы, национальная экономика, социальная ориентированность.

Региональная экономика занимается изучением территориальной организации производства, элементов производственных сил, социальной инфраструктуры, анализом и прогнозированием, изучением экономики регионов и межрегиональных экономических связей и территориальной организацией хозяйства, а также обоснованием размещения производственных сил [1]. Также региональная экономика занимается изучением предпосылок экономического развития регионов таких как географическое положение, наличие природных ресурсов, демографическая ситуация в регионах, производственный потенциал, социальную сферу и качество жизни.

Другими словами можно сказать что региональная экономика направленна на развитие различных отраслей экономики, изучение межрегиональных связей, рассмотрением социально-экономических факторов размещения производственных сил, а также изучением природно-экологических факторов региона.

Помимо этого региональная экономика также занимается изучением размещения и развития производственных сил, природно-ресурсного потенциала, трудовых ресурсов, а также демографических проблем в общем, так как экономика регионов является частью хозяйственного комплекса страны [2].

Также предметом изучения региональной экономики является формирование региональных рынков и финансово-кредитные отношения, а именно территория, на которой ведется экономическая и финансово-банковская деятельность.

В текущее время роль региональных аспектов экономики Российской Федерации возросла, так как в стране существуют геоэкономические проблемы такие как увлечение безработицы, низкая конкурентоспособность отечественных производств, а также зависимость от иностранных производств. Разработка и реализация планов по решению данных проблем требую участи всех регионов [5]. В связи с этим не стоит забывать об индивидуальных особенностях формирования и развития региональных экономик Российской федерации. В каждом регионе экономика несет собственные уникальные черты и отражает географические, исторические и национальные особенности формирования и развития региональных экономик.

Исходя из этого можно выделить специфические факторы, влияющие на на формирование экономической политики и управления национальной экономикой в рамках государства:

- Специализированность экономик регионов — большинство регионов в рамках страны имеют собственную специализацию, что выражается в организации конкретных видов производств на их территориях, которые удовлетворяют произведенной продукцией не только потребности собственного региона, но и потребности других регионов, а также во многих случая потребности всей страны. Специализация экономик регионов явно видна в торговли между регионами [5]. Их специализация основывается на принципе абсолютного преимущества. Согласно ему регион экспортирует продукцию производимую с наименьшими затратами и импортирует продукцию производимую с наименьшими затратами в других регионах. Производство должно осуществляться в условия свободной конкуренции. При этом вмешательство государства в экономику регионов должно быть минимальным.

Специализация регионов должна осуществляться на производстве тех товаров, которые они способны выпускать с наименьшими затратами в сравнении с другими регионами. Для этого требуется провидение комплексного анализа ресурсов которыми располагает регион, а также выявление продукции производство которой можно сократить с целью увеличения количества производства другого товара.

- Социальная ориентированность региональных экономик — является одним из основных признаков устойчивого развития регионов. Осознание важности социальной составляющей региональной политики является важным для дальнейшего развития региона. Социально-экономическая политика должна реализовывается с учетом доступных резервов развития региона. На данный момент одним из самых уязвимых мест дальнейшего потенциала развития является социальная составляющая [2]. Качество жизни, уровень доходов, социальная защищенность, потребление социальных благ, все это формирует показатель конкурентоспособности региона по отношению к другим регионам. Также стоит отметить что

социальная ориентированность развития, также должна учитывать ресурсы которыми располагает регион. К этим ресурсам можно отнести природные ресурсы, экономические ресурсы, а также другие ресурсы региона.

Также немаловажным фактором для социального развития региона является соотношении частных и государственных организаций в регионе, обеспечивающих реализацию социальных программ. Регулирование экономических процессов государством, должно обеспечивать оптимальное распределение ресурсов между потреблением социальных благ и производством товаров и услуг.

- Зависимость региональных экономик от финансового центра страны — этот фактор говорит о зависимости бюджетов регионов от федерального центра страны. Так как кризисные явления сильно отражаются на бюджетной системе российской экономики, что становится крайне заметно на экономики регионов. В связи с этим в стране наблюдается тенденция по снижению государственной помощи оказываемой регионам, что в свою очередь заставляет регионы наращивать собственные доходы, для обеспечения дальнейшего стабильного положения региона и его дальнейшего развития. Для обеспечения данной концепции регионы должны объединятся для повышения эффективности, а государство в свою очередь не должно оказывать сильное финансовое давление на регионы.
- Наличие разрывов в уровни развития региональных экономик — в данный момент в России имеется тенденция по увеличению разрыва по некоторым социальным и экономическим признакам. Федеральный центр Российской федерации пытается исправить данную ситуацию по средства выделения дотаций наиболее отсталым субъектам страны, с целью улучшения экономической ситуации в них.

Однако следует отметить что финансовый разрыв между регионами по прежнему сохраняется, так как наблюдается ухудшение социально-экономической ситуации в отсталых регионах Российской Федерации. Также стоит отметить наличие крайне богатых регионов, которые имею налаженные производства и способны самостоятельно себя обеспечивать, а дотации государства не играют ключевой роли в формировании их экономики [1].

- Несоответствие интересов национальной и региональной экономики — обусловливается отсутствием баланса интересов. Причиной этого стала неэффективность социально-экономической политики развития регионов, что обусловлено тем, что прежние инструменты управления развитием регионов не работают, а основной проблемой является поиск баланса между нуждами национальной и региональных экономик. Каждый из регион пытается получить большее финансирование с целью дальнейшего развития, тогда как национальная экономика направляет усилия на развитие бедных регионов страны. Из этого следует что невозможно развивать все регионы страны с одинаковой скорость, и требуется искать баланс между интересами региональных и национальной экономики.
- Демографические факторы влияющие на экономику регионов — региональная демографическая ситуация определяет наличие трудовых

ресурсов в регионе и как следствие потенциала его развития в целом. Производственная структура региональной экономики регулирует занятость населения региона и любые изменения в данной структуре сказываются на спросе и предложении на рабочую силу в регионе, а также на занятости безработице в регионе. Также на спрос на рабочую силу, а также занятость и безработицу населения региона может влиять реорганизация предприятий в регионе. Все это может существенно влиять на структуру спроса на рабочую силу в регионе. Также можно отметить, что сфера потребления региона имеет свои особенности в зависимости от региона и влияет на формирование социально-экономических потребностей населения в регионе.

В заключении стоит отметить что региональная экономика является важнейшей часть национальной экономики Российской Федерации и ее развитием занимаются федеральные, региональные и местные органы власти. Проблемы развития региональных экономик неотъемлемо связаны с их уникальными особенностями регионов и условий в которых они находятся, планирование Федерального Бюджета, а также решением вопросов касательно финансирования того или иного региона.

Список использованных источников:

1. Андреев, А. В. Региональная экономика / А.В. Андреев, Л.М. Борисова, Э.В. Плучевская. - М.: Питер, 2015. - 464 с. - С. 35-46

2. Гранберг, А.Г. Основы региональной экономики / А.Г. Гранберг. - М.: ГУ ВШЭ; Издание 4-е, стер., 2015. - 495 с. - С. 115-126

3. Кашаев, А.Н. Бухгалтерский учет в условиях перестройки управления экономикой / А.Н. Кашаев, Я.И. Цвейбах, О.М. Островский, и др.. - М.: Финансы и статистика, 2015. - 176 с.

4. Самсоненко, Г. Г. Региональная экономика и управление / Г.Г. Самсоненко, А.В. Соляр. - М.: ИВЭСЭП, 2016. - 192 с.

5. Тихомирова, И. Инвестиционный климат в России: региональные риски / И. Тихомирова. - М.: Издатцентр, 2015. - 320 с. - С. 60-75

6. Янин, А. Н. Региональная экономика и управление / А.Н. Янин. - М.: Проспект, 2016. - 248 с.

УДК 338

Улитенко В.Н.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В ОРГАНИЗАЦИИ

Научный руководитель: д.э.н., доц. Бабич О.В.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
vika.ulitenko@mail.ru

Стратегическое планирование обеспечивает основу для всех управленческих решений. Функции организации, мотивации и контроля ориентированы на выработку стратегических планов. Не используя преимущества стратегического планирования, организации в целом и отдельные люди будут лишены четкого способа оценки цели и направления корпоративного предприятия. Процесс стратегического планирования обеспечивает основу для управления.

Ключевые слова: управление, стратегическое планирование, функции управления.

Стратегическое планирование - это одна из функций стратегического управления, которая представляет собой процесс выбора целей организации и путей их достижения. Система стратегического планирования дает возможность акционерам и менеджменту компаний определиться с направлением и темпом развития бизнеса, очертить глобальные тенденции рынка, понять, какие организационные и структурные изменения должны произойти в компании, чтобы она стала конкурентоспособной, в чем ее преимущество, какие инструменты необходимы ей для успешного развития [1].

Процесс стратегического планирования в компании состоит из нескольких этапов:

– определение миссии и целей организации;
– анализ среды, включающий в себя сбор информации, анализ сильных и слабых сторон фирмы, а также ее потенциальных возможностей на основании имеющейся внешней и внутренней информации;
– выбор стратегии;
– реализация стратегии;
– оценка и контроль выполнения.

Целевая функция начинается с установления миссии предприятия, выражающей философию и смысл его существования. Миссия – это концептуальное намерение двигаться в определенном направлении. Миссия выражает устремленность в будущее, показывает то, на что будут направляться усилия организации, какие ценности будут при этом приоритетными. Поэтому миссия не должна зависеть от текущего состояния предприятия, на ней не должны отражаться финансовые проблемы и т.д.

Цель – это конкретизация миссии в организации в форме, доступной для управления процессом их реализации. Основные характеристики цели стратегического планирования заключается в следующем:

– четкая ориентация на определенный интервал времени;
– конкретность и измеримость;
– непротиворечивость и согласованность с другими миссиями и ресурсами;
– адресность и контролируемость.

Исходя из миссии и целей существования организации строятся стратегии развития и определяется политика организации. Стратегический анализ или как его еще называют «портфельный анализ» (в случае анализа диверсифицированной компании) является основным элементом стратегического планирования. В литературе отмечается, что портфельный анализ выступает в качестве инструмента стратегического управления, с помощью которого руководство предприятия выявляет и оценивает свою деятельность с целью вложения средств в наиболее прибыльные и перспективные ее направления. Основным методом портфельного анализа является построение двухмерных матриц. С помощью таких матриц

происходит сравнение производств, подразделений, процессов, продуктов по соответствующим критериям.

Анализ окружающей среды необходим при осуществлении стратегического анализа, т.к. его результатом является получение информации, на основе которой делаются оценки относительно текущего положения предприятия на рынке [5].

Стратегический анализ окружающей среды предполагает изучение трех ее составляющих: внешней среды; непосредственного окружения; внутренней среды организации.

Анализ внешней среды включает изучение влияния экономики, правового регулирования и управления, политических процессов, природной среды и ресурсов, социальной и культурной составляющих общества, научно-техническое и технологическое развитие общества, инфраструктуры и т.п.

Непосредственное окружение анализируется по следующим основным компонентам: покупатели, поставщики, конкуренты, рынок рабочей силы. Анализ внутренней среды вскрывает те возможности, тот потенциал, на который может рассчитывать фирма в конкурентной борьбе в процессе достижения своих целей. Внутренняя среда анализируется по следующим направлениями: кадры фирмы, их потенциал, квалификация, интересы и т.п.; организация управления; производство, включая организационные, операционные и технико-технологические характеристики и научные исследования и разработки; финансы фирмы; маркетинг; организационная культура [2].

Стратегический выбор предполагает формирование альтернативных направлений развития организации, их оценку и выбор лучшей стратегической альтернативы для реализации. При этом используется специальный инструментарий, включающий количественные методы прогнозирования, разработку сценариев будущего развития, портфельный анализ.

Стратегия – это долгосрочное качественно определенное направление развития организации, касающееся сферы, средств и формы ее деятельности, системы взаимоотношений внутри организации, а также позиции организации в окружающей среде, приводящее организацию к ее целям [3].

Стратегия выбирается с учетом:

– конкурентной позиции фирмы в данной стратегической зоне хозяйствования;

– перспектив развития самой стратегической зоны хозяйствования;

– в некоторых случаях с учетом технологии, которой располагает фирма.

Реализация стратегии является критическим процессом, так как именно он в случае успешного осуществления приводит предприятие к достижению поставленных целей. Реализация стратегии осуществляется через разработку программ, бюджетов и процедур, которые можно рассматривать как среднесрочные и краткосрочные планы реализации стратегии. Основные составляющие успешного выполнения стратегии [7]:

– цели стратегии и планы доводятся до работников с тем, чтобы достичь с их стороны понимания того, к чему стремится организация, и вовлечь в процесс реализации стратегии;

– руководство своевременно обеспечивает поступление всех необходимых для реализации стратегии ресурсов, формирует план осуществления стратегии в виде целевых установок;

– в процессе реализации стратегии каждый уровень руководства решает свои задачи и осуществляет закрепленные за ним функции.

Оценка выбранной (реализуемой) стратегии заключается в ответе на вопрос: приведет ли выбранная стратегия к достижению фирмой своих целей? Если стратегия соответствует целям фирмы, то дальнейшая ее оценка проводится по следующим направлениям [4]:

– соответствие выбранной стратегии состоянию и требованиям окружения;

– соответствие выбранной стратегии потенциалу и возможностям фирмы;

– приемлемость риска, заложенного в стратегии.

Результаты реализации стратегии оцениваются, и с помощью системы обратной связи осуществляется контроль деятельности организации, в ходе которого может происходить корректировка предыдущих этапов.

Под стратегическим планированием понимают управленческий процесс разработки специфических стратегий, способствующих достижению целей организации на основе поддержания стратегического соответствия между ними, ее потенциальными возможностями и шансами в области менеджмента (рис. 1) [4].

Как видно, процессы коммуникации и принятия решений обеспечивают взаимосвязь и взаимозависимость всех управленческих функций. Этим достигается целостность управленческого процесса, что в значительной степени способствует его эффективности.

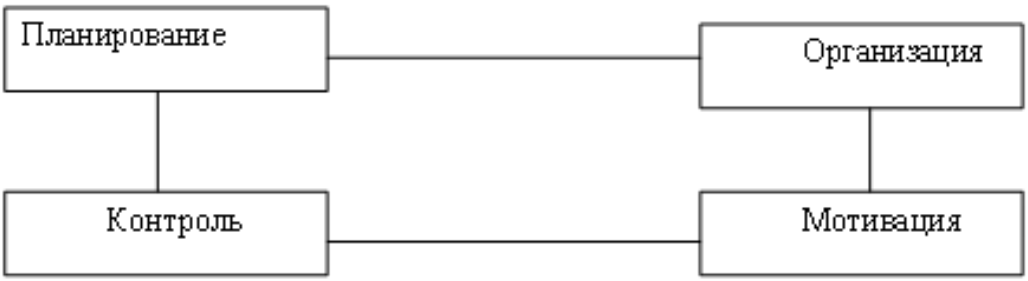

Рисунок 1 - Концепция управленческого процесса

До недавнего времени преобладающий стиль управления базировался на принятии решений и контроле за их выполнением. На основе анализа текущей ситуации на рынке делались прогнозы вероятных тенденций, которые служили исходным пунктом для принятия стратегических решений (рис. 2).

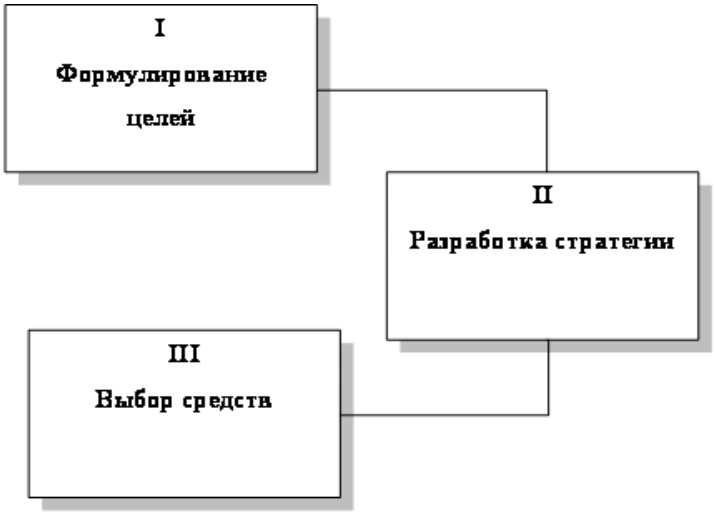

Рисунок 2 - Порядок принятия стратегических решений

Такой подход предусматривал сосредоточение всех функций по выработке стратегии в руках высшего руководства. В условиях безраздельного господства концепции предсказуемости изменений ситуации на рынке стратегическое планирование, по словам Р. Хэйза, было скорее картой, служившей для выбора путей, ведущих к той или иной цели, чем компасом, призванным помочь найти правильный ориентир в сложной обстановке [6].

В основе этого нового подхода лежит опора на стратегическое мышление большинства. Тщательное изучение условий, в которых функционирует организация, осознание общих задач, стоящих перед ней, порождает множество различных вариантов дальнейшего развития, на базе которых принимается один, сулящий наибольший эффект. Стратегический менеджмент, в отличие от традиционного планирования, - это удел исполнителей, то есть тех, кто не только занимается разработкой стратегии, но и ее реальным осуществлением.

Некоторые сторонники этого подхода даже стали проповедовать отказ от составления стратегических планов вообще, рассматривая их как препятствие на пути стратегического мышления. Их основной аргумент состоит в том, что вся деятельность может оказаться в полной зависимости от решений, принимаемых где-то в высших эшелонах управления, вместо опоры на развитие собственной инициативы, для которой необходима интеллектуальная свобода.

Однако стратегическое управление, выгодно отличается как от планирования, применявшегося в организациях технократического типа, так и от подхода, объявляющего план пережитком прошлого. В его основе лежит параллельная разработка стратегий на всех уровнях при постоянном учете общей задачи организации. Затем все стратегии сводятся, и вырабатывается интегрированная стратегия. Вместе с тем чрезвычайное значение имеет постоянное наблюдение за ситуацией на рынке и оперативное внесение соответствующих изменений в план с тем, чтобы он все время был реалистичным, нацеленным на реализацию открывающихся рыночных возможностей [1].

Такой подход обеспечивает, с одной стороны, вовлечение в процесс стратегического управления исполнителей, непосредственно занимающихся

реализацией намеченных стратегий, через участие в создании плана. А с другой стороны, организация получает четкие ориентиры в своей деятельности, которые пересматриваются по мере необходимости в связи с изменением рыночной конъюнктуры.

Список использованных источников:

1. Бабич, О.В. Адаптация деятельности промышленного предприятия путем формирования эффективной стратегии: монография / О.В. Бабич. - Брянск: БГТУ, 2014. – 187 с.

2. Бабич, О.В. Адаптация системы управления предприятием к современным условиям: монография / О.В. Бабич, А.Ю. Ганеев. - Брянск: БГТУ, 2009. – 188 с.

3. Бабич, О.В. Стратегия реструктуризации промышленных предприятий: дисс. док. экон. наук: 08.00.05 / О.В. Бабич. – Москва, 2015. – 285 с.

4. Балабанова, А.В. Факторы экономического роста / А.В. Балабанова // Ученые записки Российской Академии предпринимательства. - 2017. - Т. 16. №3. - С. 9-27.

5. Бандурин, Р.А. Анализ экспортного потенциала агропромышленного комплекса Брянской области / Р.А. Бандурин // Никоновские чтения. - 2017. - №22. - С. 184-186.

6. Игольникова, И.В. Стратегические факторы социально-экономического развития региона / И.В. Игольникова, А.А. Аксенов // Экономика. Социология. Право. - 2018. - №4(12). - С. 40-43.

7. Babich, O.V. Innovative process management model given the dynamic capabilities of an industrial enterprise / O.V. Babich, L.S. Mityuchenko, I.G. Chernyshova // 31st International Business Information Management Association Conference (IBIMA): 25-26 April 2018, Milan, Italy. – P. 6557-6565.

УДК 336.1

Холощак Н.С.

РАЗВИТИЕ РЫНКА ОЦЕНОЧНЫХ УСЛУГ В БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ

Научный руководитель: к.т.н., д.с.х.н. Прохода И.А.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
bryanskgu@mail.rru

В статье рассмотрена теоретическая основа современных проблем развития рынка оценочных услуг на региональном уровне, а также представлена информация об особенностях современных проблем развития рынка оценочных услуг в регионе. Особое внимание уделено процессу становления и развития рынка оценочных услуг в регионе.

Ключевые слова: рынок услуг, оценка стоимости, регион, оценщик, Брянская область.

Развитие рыночной экономики привело к множеству различных форм собственности, возобновлению собственника, к значительному росту количества объектов собственности в хозяйственной деятельности. Для реализации своих прав у собственников возникает множество вопросов и

проблем.

Основным из вопросов является вопрос о стоимости объекта собственности. Необходимость решения данного вопроса возникает у юридических и физических лиц, владеющих, пользующихся и распоряжающихся определенным имуществом или результатами интеллектуальной деятельности.

Передача прав собственности, определение доли имущественных прав, залог, переоценка основных фондов, страхование, раздел имущества, исчисление налогов, приватизация, разрешение имущественных споров, ипотечное кредитование формируют потребность в новой услуге – оценке стоимости.

На сегодняшний день оценка стоимости заняла достойное место в системе управления, стала неотъемлемым инструментом на рынке услуг. Результаты оценки стоимости объектов собственности служат основой для принятия решений как в частном, так и государственном секторах. Рынок оценочных услуг характеризуется известной стабильностью, сформировавшимся кругом лидеров и постоянно растущим спросом [1].

Необходимость оценочных услуг различных объектов собственности связана с потребностью в формировании информационного фундамента для рыночных отношений.

В Брянской области оценка объектов собственности востребована в основном физическими лицами, индивидуальными предпринимателями и юридическими лицами.

Наиболее развитым в сфере услуг оценки стоимости является областной центр – г. Брянск, в иных городах региона рынок менее развит. Среди наиболее крупных компаний, оказывающих услуги по оценке стоимости, отмечены автором следующие компании: ООО «Городской центр оценки и консалтинга», ООО «Агентство оценки «Брянская недвижимость», ООО «Брянский Оценщик», ООО «Би-Ника», ООО «Ко-Инвест Брянск», ООО «Бизнес Фаворит», ООО «РосЭкспертЪ», ООО ОК «ВарМи» и другие компании.

За последние годы брянские компании, оказывающие услуги оценки стоимости на рынке региона, не включены в общероссийский рейтинг оценочных компаний. В сотню компаний рейтинга входит более 70% компаний из Москвы и Санкт-Петербурга и менее 30% - из иных регионов страны [2]. Поэтому составляемый рейтинг «Эксперт РА», можно назвать не общероссийским, а столичным. Отсутствие брянских компаний в указанном рейтинге может быть связано отсутствием сведений об оценочных компаниях региона в «Эксперт РА», поскольку Брянская область не заявила о себе как участнике. Однако, представителям брянских компаний крайне сложно попасть в данных рейтинг, из-за малых объемов выручки за выполняемые работы, поскольку этот показатель является решающим при формировании рейтинга. При этом многие представители компаний, осуществляющих оценочную деятельность, вовсе не видят в этом целесообразности, т.к. плата за включение в рейтинг для компаний Брянской области существенна, необходимо время на подготовку документов. Для клиентов регионального рынка оценочных услуг

рейтинг не является показателем успешной деятельности компании, большинству из них наиболее важным является стоимость оказываемых услуг, срок оказания услуг, результат проведения оценки стоимости.

Буквально несколько лет назад в регионе наблюдалась активизация рынка оценочных услуг и достижение докризисных показателей. Повышение деловой активности обусловлено повышенным спросом на услуги со стороны банковского сектора и реализацией крупных проектов, одним из которых было проведение кадастровой оценки [3].

Серьёзное влияние на развитие рынка оценочных услуг Брянской области оказало появление нового направления – оспаривания кадастровой стоимости земельных участков и объектов капитального строительства. Собственники обращались к оценщикам за помощью в оспаривании кадастровой стоимости, с целью последующего уменьшения объемов налогов, необходимых к уплате [5].

Пик выполнения оспаривания кадастровой стоимости пришелся на 2012 год. На региональном рынке значительных скачков не было. Следовательно, на региональном рынке оценочные компании не ощутили резкого повышения выручки от кадастровой оценки объектов недвижимости Брянской области. И все же необходимость оспаривания кадастровой стоимости повлияла на рост спроса на услуги по оценке недвижимости.

В соответствии с Федеральным законом от 03.07.2016 №237-ФЗ «О государственной кадастровой оценке», Постановлением Правительства Брянской области от 31.07.2018 №381-п «О дате перехода к проведению государственной кадастровой оценки в соответствии с Федеральным законом от 3 июля 2016 года №237-ФЗ «О государственной кадастровой оценке», Указом Губернатора Брянской области от 29.01.2013 №66 «Об утверждении Положения об управлении имущественных отношений Брянской области» кадастровая оценка будет проведена в 2019 году [3]. Данное событие повлечет за собой новый пик оспаривания кадастровой стоимости, а следовательно и повышение выручки оценочных компаний за счет повышения спроса на услуги оценщиков.

В настоящее время наблюдается ослабление спроса на оценку недвижимости за счет повышения ставок по ипотечным кредитам. Многие региональные оценочные предприятия существенно зависят от банковского сектора, любое негативное изменение в этом секторе влечет за собой снижение их деловой активности.

Обязательная оценка государственного и муниципального имущества в брянском регионе малодоходна. Ситуация в регионе сходна с общероссийским положением дел: тендер можно выиграть по минимальным, довольно часто по заниженным ценам. Большинство оценщиков города Брянск отмечают, что требования при выполнении оценки стоимости государственных и муниципальных объектов гораздо выше, чем при выполнении иных заказов.

Отсутствие крупных предприятий, заказывающих оценку, на региональном рынке, обуславливает и изменения в структуре спроса по типам объектов оценки. Наибольшим спросом пользуется оценка недвижимости. В первую очередь, это наиболее популярные в Брянской области объекты для

оспаривания кадастровой стоимости.

Изменения на рынке независимой оценки недвижимости в начале конце 2018 начале 2019 года, связанные с ожесточением законодательства об оценочной деятельности, вызвали ажиотаж и в нашем регионе и принесли серьезные неудобства как оценщикам, так и клиентам. С начала текущего года возникла резкая нехватка специалистов-оценщиков: многие просто не успели сдать квалификационный экзамен, который необходим для осуществления оценочной деятельности.

Российскому рынку оценки уже более 20 лет, на данный момент его можно охарактеризовать как очень развитый и конкурентный. В ближайшем будущем рынок будет все больше развиваться и укрупняться, в связи с чем будет ужесточен контроль со стороны государства, возрастёт число регулирующих законодательных актов. Подобный тренд наблюдается и в настоящее время.

Для регионального рынка оценочных услуг характерны следующие особенности:

- однополярная структура спроса: преобладает оценка недвижимости для целей оспаривания кадастровой стоимости, практически отсутствует оценка ценных бумаг, оборудования, нематериальных активов и интеллектуальной собственности, оценка ущерба, оценка автомобилей, бизнеса, в том числе для принятия управленческих решений;
- отсутствие крупных заказчиков, в качестве клиентов преимущественно мелкий бизнес и физические лица;
- оказание давления на оценщика в процессе принятия оценочных суждений;
- заказная оценка с ориентиром на заданную стоимость;
- снижение темпов деловой активности, а следовательно, резкое падение спроса на услуги оценщиков.

В настоящее время рынок оценочных услуг в Брянской области представляет собой достаточно стабильный и конкурентоспособный сегмент рынка. За последние годы в регионе наблюдается повышение деловой активности, которое приводит к увеличению роста числа и объемов сделок между компаниями и тем самым — к росту спроса на услуги оценщиков стоимости. Рынок оценочных услуг в Брянской области развивается: расширяется спект услуг, повышается степень конкурентоспособности брянских оценочных фирм. Рост рынка данных услуг свидетельствует и о повышении роли оценщика в экономических процессах. Становится очевидным, что без услуг оценщиков ни бизнес, ни обычные граждане не могут обойтись. Таким образом, развитие оценочной деятельности является в регионе, так и в России в целом, важным аспектом развития рыночных отношений, применение оценки стоимости способствует росту эффективности управленческих решений в экономике.

Список использованных источников:

1. Бусов, В.И. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) / В.И. Бусов,

О.А. Землянский. - М.: Юрайт, 2016. - 384 с.

2. Рейтинговое агентство RAEX («Эксперт РА») [Электронный ресурс]: // Рейтинговое агентство «Expert». Режим доступа: http://www.raexpert.ru (дата обращения: 10.04.2019).

3. Приказ №1196 «О проведении государственной кадастровой оценки на территории Брянской области» [Электронный ресурс]: // Управление имущественных отношений Брянской области. Режим доступа: http://www.uprio.ru (дата обращения: 10.04.2019).

4. Федеральный закон «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» от 29.07.1998 N 135-ФЗ [Электронный ресурс]: // Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». Режим доступа: http://www.consultant.ru (дата обращения: 10.04.2019).

5. Федеральный стандарт оценки «Определение кадастровой стоимости объектов недвижимости (ФСО № 4)» [Электронный ресурс]: // Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». Режим доступа: http://www.consultant.ru (дата обращения: 10.04.2019).

УДК 338

Цируль А.С.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФОРМ И МЕХАНИЗМОВ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СУБЪЕКТОВ В СИСТЕМЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Научный руководитель: д.э.н., доц. Бабич О.В.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г.Брянск
tsirul.a@bk.ru

В статье проанализированы современные методы совершенствования форм и механизмов взаимодействия экономических субъектов в системе региональной экономики, выявлены недостатки и пути их устранения.

Ключевые понятия: региональная экономика, формы и механизмы экономики, экономический субъект.

Одной из основных предпосылок формирования эффективной отечественной экономики, повышения ее роли в мировом экономическом пространстве является комплексное развитие регионально-территориальных единиц. Управление развитием региональной экономики в изменяющейся внутренней и внешней среде обуславливает необходимость решения задач, связанных с разработкой и внедрением передовых организационно-экономических механизмов, методов и инструментов управления, выбора конкурентной модели региональной экономики, которая позволяет максимально использование существующего потенциала территории [3].

Современный этап развития отечественной экономики характеризуется рядом факторов и условий, ограничивающих ресурсную составляющую модернизации регионов. Сокращение финансирования из федерального

бюджета наряду с уменьшением финансовой независимости регионов требует разработки новых инструментов для ускорения процессов регионального развития. С другой стороны, повышение уровня макроэкономических рисков, налоговая нагрузка на бизнес-структуры позволяет активизировать поиск эффективных форм взаимодействия между предприятиями разных масштабов с целью оптимизации существующей деятельности и достижения синергетического эффекта [1].

В этом контексте одной из важнейших задач в настоящее время является поиск форм и механизмов их взаимодействия в системе региональной экономики, отвечающих интересам экономических агентов и региональным целям.

Ключевым инструментом, влияющим на активацию факторов регионального развития, является стратегия социально-экономического развития, которая позволяет координировать деятельность государственных органов, деловых кругов, общественных и политических организаций, влияющих на развитие региона, задавать общий вектор развития. , Этот вектор формируется с учетом территориальных особенностей, в том числе природных и трудовых ресурсов, существующей производственно-сервисной специализации, экономико-географических, конкурентных и других преимуществ [5].

Все возможные способы влияния администрации области на ход экономического развития можно сформулировать следующим образом:

– создание в регионе благоприятных общих условий для усиления взаимодействия хозяйствующих субъектов;

– регулирование предпринимательской деятельности, в том числе путем использования налоговых льгот, устранения административных барьеров и т.д;

– прямое сотрудничество между администрацией и бизнесом, в том числе посредством реализации государственно-частных и инфраструктурных инвестиционных проектов.

Основные факторы, снижающие и подавляющие деловую и инвестиционную активность в регионе, сужающие круг потенциальных участников региональной системы взаимодействия субъектов хозяйствования:

– отсутствие единой стратегии развития региона и, соответственно, инвестиционных приоритетов, поддерживаемых бизнесом и обществом;

– нечеткость стратегии, недостаточная концентрация внимания на инвестиционных приоритетах со стороны администрации региона;

– недостаточная осведомленность целевых инвесторов, недостаточная консолидация усилий потенциальных инвесторов, финансового сектора и государства по взаимовыгодному поиску инвестиционных проектов, неиспользование институциональных и информационных ресурсов;

– низкий уровень сотрудничества между администрацией региона и бизнесом (администрация не знает реальных проблем бизнеса, бизнес не видит преимуществ администрации);

– затруднен доступ к программам финансирования инфраструктуры, инвестиционным проектам для малого и среднего бизнеса;

– игнорирование среднего и малого бизнеса (работа администрации субъекта Российской Федерации строится только на крупном бизнесе, проблемы малого и среднего бизнеса не отслеживаются, только крупные проекты, значимые, поддерживаемые на федеральном уровне поддерживается.

В современных условиях только крупные корпорации, которые активно взаимодействуют с малым и средним бизнесом в регионе, могут обеспечить рабочие места в своих и смежных отраслях, которые являются конкурентоспособными на национальном и мировом рынках. В свою очередь малые предприятия являются важнейшей структурной частью региональной и национальной экономики [2].

Крупные корпорации, обладающие значительными финансовыми ресурсами и способные проводить достаточно агрессивную политику в отношении региональных производителей, выполняют ряд ролевых функций:

Захват потенциальных рынков сбыта посредством демпинговой политики и доступных финансовых ресурсов;

- создание конкурентоспособных предприятий за счет преимуществ в стандартизации производственных процессов и технологий управления;
- использование современных информационных технологий и доступ к мировому информационному рынку;
- использование развитой логистической системы и создание крупных логистических центров со значительными конкурентными преимуществами перед локальными системами.

Региональные корпорации могут внести большой вклад в:

- стимулирование инвестиций в реальный сектор экономики региона: они позволяют стабилизировать получения финансовых ресурсов на инвестиционную деятельность за счет слияния производственных и финансовых структур в единую интеграцию;
- увеличение доли постоянных налоговых поступлений, относящихся конкретно к крупным налогоплательщикам;
- возможности расширения производственного сектора – флагмана всех высокоразвитых стран.

В российском контексте взаимодействие крупного и малого бизнеса крайне важно для перехода экономики на путь инновационного развития, который требует постоянного контакта между участниками инновационного процесса, что дает возможность наладить научные исследования, экспериментальные разработки и производство. Такое взаимодействие имеет свои особенности, обусловленные корпоративными интересами, которые обеспечивают инновационную интеграцию любых организаций, независимо от их размера [4].

Экономическое взаимодействие между бизнесом и государством должно развиваться в формах, оптимальных для политической демократии и рыночной экономики. Это означает, что система представительства деловых интересов в

государственных органах должна быть гибкой и иметь возможность выражать не только агрегированные, но и индивидуализированные интересы. Законное место в нем должно быть уделено как крупному бизнесу, так и ассоциациям малого бизнеса, сектору микроструктур и независимым посредникам.

Обобщение опыта эффективного взаимодействия малого и крупного бизнеса, накопленного в практической экономике, позволяет выделить наиболее распространенные модели формирования деятельности малого бизнеса на основе крупных предприятий: внутрипроизводственное обучение; инкубаторий; спутниковая форма.

Во многих странах с развитой рыночной экономикой экономическое взаимодействие между крупными и малыми предприятиями является наиболее важным атрибутом рыночных отношений. Основой этой системы взаимодействий является общая область полезности взаимодействий. Для малых предприятий интерес от взаимодействия проявляется в увеличении степени стабильности и планирования, будучи более защищенным от кризисных явлений. Для крупных предприятий важно, чтобы малое предприятие могло поручить реализацию определенных специфических функций, включая продажи и поставки; внедрение инноваций и т. д. Очевидно, что целевой набор делится на две области: рационализация процесса реализации производственных и экономических функций и повышение степени устойчивости в изменяющейся среде [2].

Основными положениями механизма регулирования взаимодействий являются следующие [6]:

– обеспечение возможности выбора партнеров и способов взаимодействия с ними для каждого субъекта в интересах достижения собственной экономической выгоды;

– объективная осведомленность всех взаимодействующих хозяйствующих субъектов;

– единые правила, однозначно определяющие содержание, адресность, последовательность, конкретность во времени и пространстве участников взаимодействия;

– пропорциональное распределение прибыли и рисков в соответствии с вкладом каждого субъекта в процесс взаимодействия;

– оказание поддержки (льготы, субсидии, займы) и оказание помощи в других неэкономических сферах взаимодействующим субъектам;

– постоянный поиск и внедрение более эффективных форм и методов взаимодействия, совместная разработка документов по взаимодействию, обмен научно-техническими знаниями, специалистами.

Таким образом, эффективность взаимодействия малого и крупного бизнеса в экономике региона следует рассматривать в двух аспектах. Во-первых, в мезоэкономическом прогнозе, который предполагает оценку эффективности взаимодействия малого и крупного бизнеса через призму компонентов инвестиционного потенциала региона. Во-вторых, в микроэкономическом прогнозе, который подразумевает повышение различных

видов эффективности (коммерческой, бюджетной, социальной) от реализации инвестиционных проектов, что в конечном итоге приводит к повышению уровня регионального развития.

Список использованных источников:

1. Атаманчук, Г.В. Управление: сущность, ценность, эффективность: учеб. пособие для вузов / Г.В. Атаманчук. - М.: Академический Проект; Культура, 2016.

2. Бабич, О.В. Инновационная составляющая развития производственного потенциала региона / О.В. Бабич, Т.Г. Пусь // Экономика и предпринимательство. – 2017. - №8 (ч.3) (85-3). – С. 329-332.

3. Бандурин, Р.А. Анализ экспортного потенциала агропромышленного комплекса Брянской области / Р.А. Бандурин // Экспортный потенциал АПК России: состояние и перспективы. Никоновские чтения - 2017. Материалы XXII Международной научно-практической конференции. - 2017. - С. 184-186.

4. Галузина, С.М. Учетно-аналитическая информация в управлении организацией: монография / СМ. Галузина. - СПб.: Знание, ИВЭСЭП, 2014.

5. Глазов, М.М. Функциональная диагностика как инструмент повышения качества управления промышленным предприятием: автореф. дис. докт. экон. наук / М.М. Глазов; СПбГУЭФ. - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2014.

6. Короткое, Э.М. Антикризисное управление: учебник / Э.М. Коротков, А.А. Беляев, Д.В. Валовая и др.; под ред. Э.М. Короткова. - М.: ИНФРА-М, 2014.

УДК 336.258

Шалесная О.В.,
Ярошук К.С.

НАЛОГОВЫЕ ПОСТУПЛЕНИЯ КАК ОСНОВНОЙ ИСТОЧНИК ФОРМИРОВАНИЯ ДОХОДОВ БЮДЖЕТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Научный руководитель: ст. преподаватель Нарушевич Г. Г.
Гродненский государственный университет им. Янки Купалы,
Беларусь, г. Гродно
Olga.shalesnaya.99@bk.ru; kristina_yaroshuk@mail.ru .

В статье проведен анализ поступлений налогов в бюджет. Проанализирована структура консолидированного бюджета Республики Беларусь в целом, а также по уровням бюджетной системы.

Ключевые слова: консолидированный бюджет, налоговые поступления, доходы, местный бюджет.

Одним из важнейших элементов бюджетной системы являются доходы. Доходы бюджета представляют собой поступление денежных средств на безвозмездной и безвозвратной основе. Согласно Бюджетному кодексу Республики Беларусь Консолидированный бюджет страны состоит из республиканского бюджета, консолидированных бюджетов областей и бюджета города Минска [1]. Доходы консолидированного бюджета Республики Беларусь классифицируются по следующим группам:

- налоговые доходы;
- неналоговые доходы;
- безвозмездные поступления.

По данным статистической отчётности структура доходов консолидированного бюджета Республики Беларусь за 2017 – 2018 год сложилась следующим образом (рисунок 1).

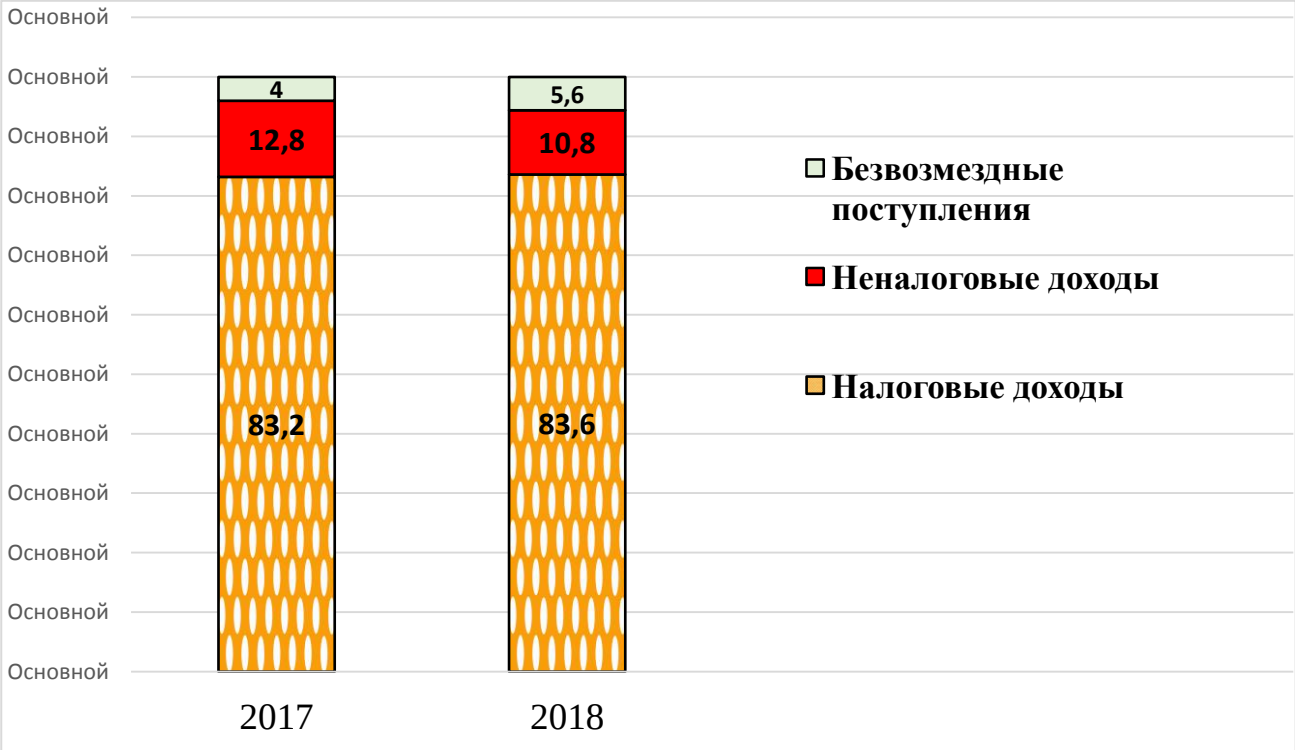

Рисунок 1 – Структура доходов консолидированного бюджета, %

По данным рисунка видно, что наибольшую долю в доходах консолидированного бюджета Республики Беларусь занимают налоговые поступления. В 2017 и 2018 году их удельный вес составил 83,2% и 83,6 % соответственно.

В соответствии с бюджетной классификацией выделяют два основных вида налоговых доходов: налоги и сборы [2, с. 59-60].

Налог – обязательный индивидуальный безвозмездный платёж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств в республиканский и местные бюджеты.

Сбором (пошлиной) признаётся обязательный платёж в республиканский или местные бюджеты, взимаемый с организаций и физических лиц, как правило, в виде одного из условий совершения в отношении их юридически значимых действий [4].

Основными налогами, формирующими доходы консолидированного бюджета республики являются:

- налог на добавленную стоимость;
- налоги от внешнеэкономической деятельности;
- подоходный налог;

- налоги на доходы и прибыль;
- акцизы;
- налог на собственность
- иные налоговые доходы.

Рассмотрим структура налоговых доходов консолидированного бюджета Республики Беларусь. Данные представлены на рисунке 2.

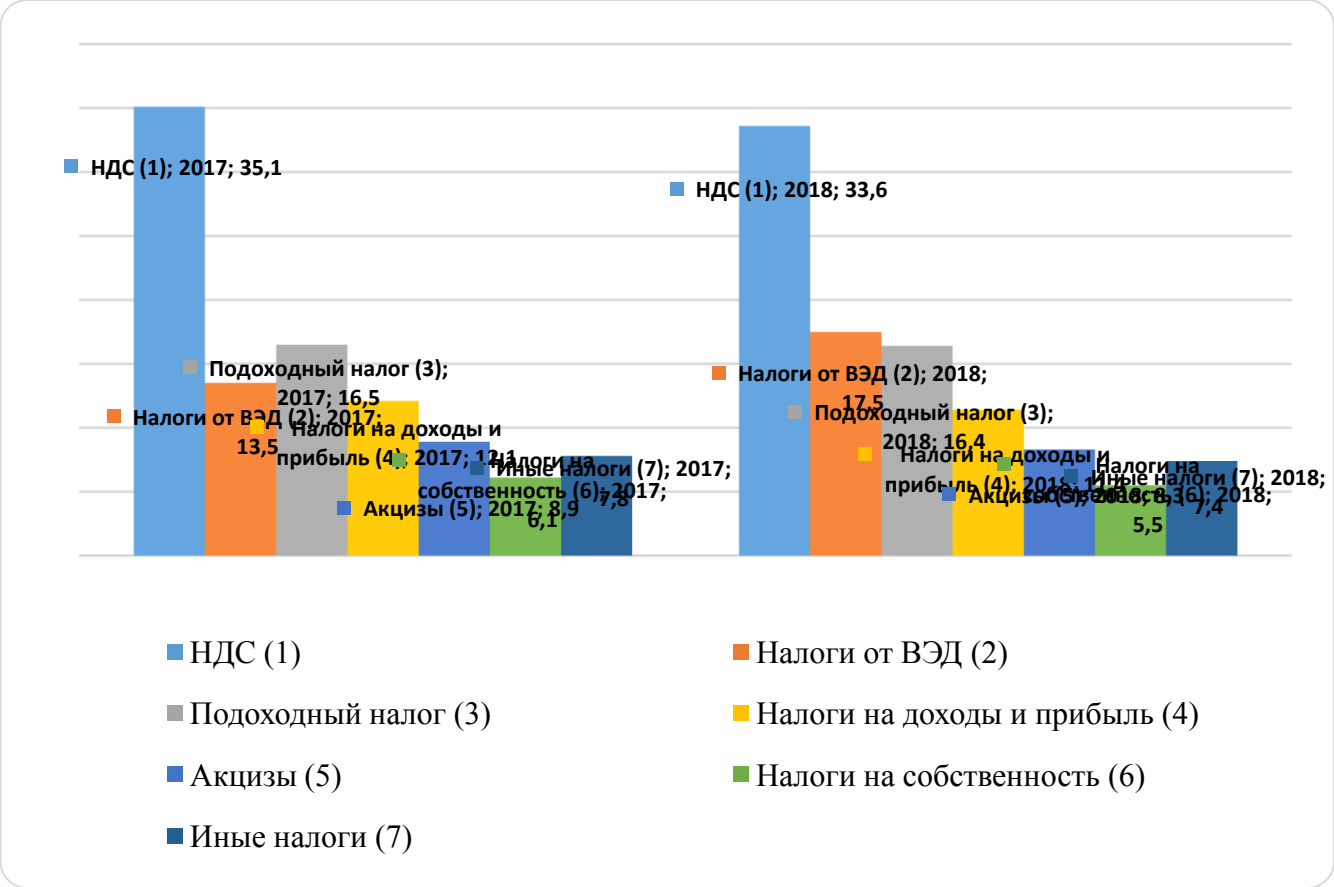

Рисунок 2 – Структура налоговых доходов консолидированного бюджета за 2017 – 2018 годы, %

В общем объёме налоговых поступлений в 2017 – 2018 годах наибольшую долю занял налог на добавленную стоимость, его доля составила 35,1% в 2017 году и 33,6 % в 2018 году (9247,7 млн. руб. или 10551,5 млн. руб. соответственно). Следующим источником налоговых доходов явились налоговые доходы от внешнеэкономической деятельности. Их удельный вес составил 13,5% или 3546,6 млн. руб. в 2017 году и 17,5% или 5162,7 млн. руб. в 2018 году. Доля подоходного налога сложилась в размере 16,5% или 4338,6 млн. руб. в 2017 году и 16,4% или 5162,7 млн. руб.

По уровням бюджетной системы структура налоговых доходов сложилась следующим образом (рисунок 3).

По данным рисунка видно, что большая часть налоговых доходов приходится на республиканский бюджет. На его долю приходится весь объём акцизов, налогов от внешнеэкономической деятельности, а также большая часть НДС и иных налогов. Местные бюджеты в полном объёме включают в себя налоги на собственность и подоходный налог, а также содержит большую часть налогов на доходы и прибыль.

Рассмотрим структуру доходов местных бюджетов за 2018 год (таблица 1).

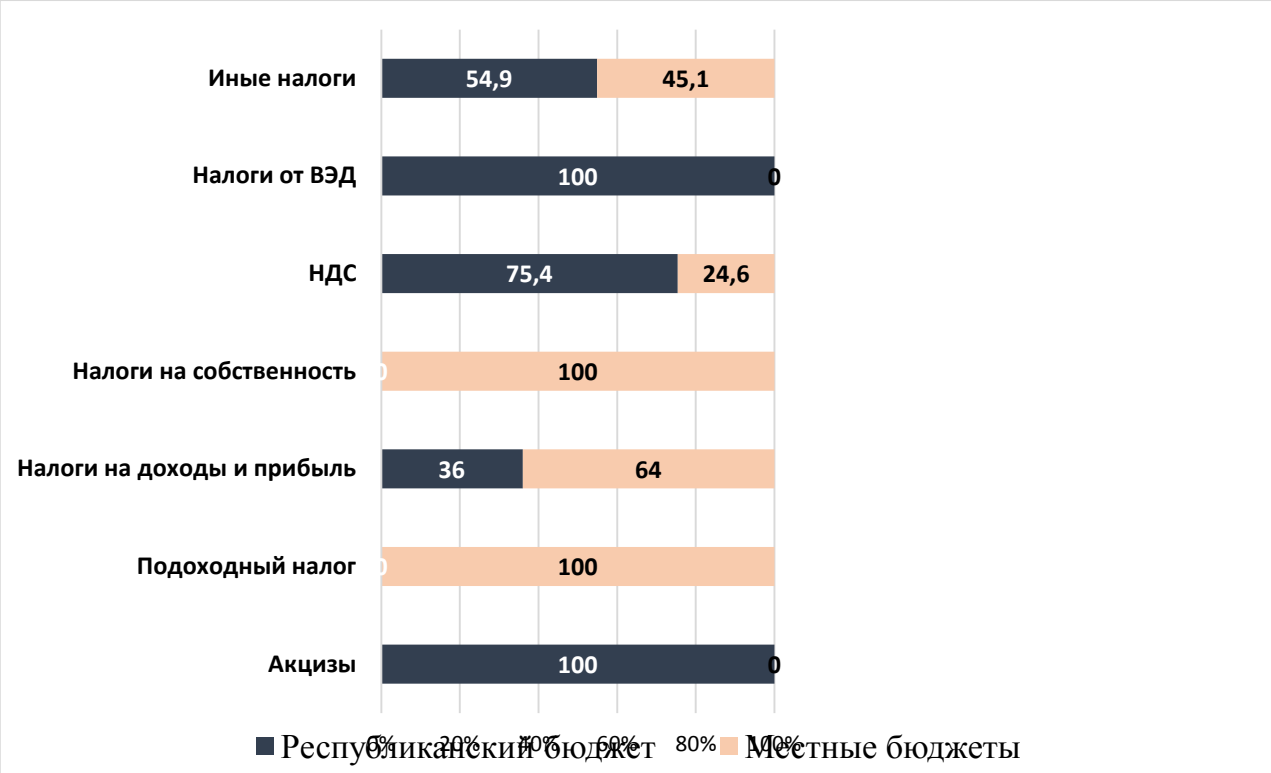

Рисунок 3 – Структура доходов консолидированного бюджета по уровням бюджетной системы за 2018 год

Таблица 1 – Структура доходов местных бюджетов за 2018 год

	Налоговые доходы		Дотации		Неналоговые доходы		Субвенции и межбюджетные трансферты		Итого	
	млн. руб	уд. вес, %	млн. руб	уд. вес, %	млн. руб	уд. вес, %	млн. руб	уд. вес, %	млн. руб	уд. вес, %
Брестская	1468,0	64,3	121,3	21,9	499,8	5,3	194,07	8,5	2283,17	100
Витебская	1248,7	61,2	125,4	26	531,1	6,1	134,77	6,5	2039,97	100
Гомельская	1522,1	59,2	145,2	20,2	519,7	5,6	385,94	15	2572,94	100
Гродненская	1188,3	64,7	139,0	20,8	382,8	7,6	126,74	6,9	1836,84	100
Могилёвская	1076,2	57,4	106,6	28,2	529,8	5,7	163,19	8,7	1875,79	100
Минская	2149,3	83,9	181,4	1,7	42,6	7,1	186,89	7,3	2560,19	100
г. Минск	4182,4	89,8	-	0	433,9	9,3	37,27	0,8	4653,57	100

Из таблицы видно, что и в структуре доходов местных бюджетов преобладают налоговые доходы. Их доля составляет от 57,4% до 89,8% что значительно превышает долю остальных поступлений.

Удельный вес налоговых поступлений областей и города Минска в общей структуре налоговых доходов местных бюджетов представлен на рисунке 4.

Исходя из рисунка видно, что наибольшая доля налоговых поступлений приходится на город Минск (33%).

На основании проведённого анализа было выявлено, что налоговые доходы за 2018 год в большей степени были сформированы за счёт поступлений

НДС (33,5%), налогов от ВЭД (17,5%), подоходного налога (16,4%). Большая часть налоговых поступлений приходится на республиканский бюджет. На уровне местных бюджетов наибольшая часть налоговых доходов поступает из города Минска, их на его долю приходится 33 %.

Рисунок 4 – Удельный вес налоговых поступлений областей и города Минска

Список использованных источников

1. Бюджетный кодекс Республики Беларусь от 16 июля 2008 года № 412-З (с изменениями и дополнениями по состоянию на 02.04.2019г. – Режим доступа: http://online.zakon.kz/document/?doc_id=30414558.– Дата доступа: 02.04.2019.

2. Киреева, Е. Ф. Налоги и налогообложение: учеб. пособие / Е. Ф. Киреева. – Минск: БГЭУ, 2012. – 447 с.

3. Налоговая политика [Электронный ресурс] // О состоянии государственных финансов. – Режим доступа: minfin.gov.by. Дата доступа: 02.04.2019.

4. Налоговый кодекс Республики Беларусь (общая часть) [Электронный ресурс]: принят Палатой представителей 11 декабря 2009г.: одобр. Советом Респ. 18 декабря 2009 г. // Эталон — Беларусь: информационная правовая система — эксперт, Нац. центр правовой информ. — Электрон. дан. — Минск: [б. и.], 2016. — Режим доступа: http://www.pravo.by. – Дата доступа: 02.04.2019.

5. Национальные счета Республики Беларусь 2018. Статистический сборник. – М.: Информационно-вычислительный центр Национального статистического комитета Республики Беларусь, 2018. – 213 с.

УДК 332.8

Шаминская С.С.

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ СРАВНИТЕЛЬНОГО ПОДХОДА К

ОЦЕНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ И ПУТИ ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Леднёва И.А.
УО «Белорусский государственный экономический университет»,
Республика Беларусь, г. Минск
shaminskaja@gmail.com

На сегодняшний день вопрос оценки недвижимости является актуальным, т.к. недвижимое имущество играет особую роль в экономической и социально-культурной жизни любого общества, выступая в качестве важнейшего экономического ресурса и играя роль той пространственной среды, в которой осуществляется любая человеческая деятельность.

Ключевые слова: сравнительный подход, рынок недвижимости, оценка стоимости, пути совершенствования сравнительного метода.

Развитие рынка недвижимости в Беларуси имеет очень важное значение как для юридических, так и физических лиц, для оживления инвестиционной деятельности, для удовлетворения потребностей общества и субъектов хозяйствования в недвижимости, для развития ипотечного кредитования, а в конечном итоге – для развития экономики. Поэтому в современных экономических условиях стабильная система ценообразования в строительстве необходима не только государству, но и частным инвесторам. В этой связи новым образом должна решаться проблема совершенствования механизма формирования неизменной договорной (контрактной) цены. Это обусловливает повышение интереса к внедрению методов формирования стоимости строительства (которая рассчитывается на разных этапах жизненного цикла проекта, его отдельных частей, этапов или видов работ) на основе использования методов сравнительного анализа.

С целью выявления особенностей применения сравнительного метода на рынке недвижимости в качестве объекта оценки была взята отдельная 2-х комнатная квартира, расположенная в г. Гомеле, Республика Беларусь (таблица 1).

Таблица 1 – Расчет скорректированных цен объектов недвижимости

Объект-аналог	Местораспоположение	Площадь, м.кв.	Материал стен	Состояние помещения	Ц, тыс. долл.	Ц*, тыс. долл.	Поправки в долях единиц			Скорректированные цены, тыс.
							Местораспоположения	Материал стен	Состояние помещения	
А1	С\О	54	П	Среднее	60,6	60,6	1,1	1	1,08	71,9
А2	Ц	57	К\М	Плохое	73,4	63,8	1	1,05	1	66,9
А3	У	60	М	Среднее	68,3	67,2	1,25	1	1	84
Средняя стоимость квартиры										74,3

Примечание – источник: собственная разработка

Где «Ц» - цена продажи объекта недвижимости, которая сравнивается с объектом оценки и дана в соответствии с вариантом;

«Ц*» - цена продажи, которая приведена в соответствии с объектом

оценки по площади, тыс. долл.;

Цена «Ц*» была получена следующим образом: цена «Ц» аналога «А1», деленная на площадь аналога.

Расчет поправок был приведен в относительных показателях, при этом были учтены следующие правила: если объект оценки лучше объекта-аналога по каким-либо параметрам, то поправка вносится в цену аналога и будет больше 1 и наоборот, если объект оценки хуже аналога, поправка будет меньше 1.

Поправка на месторасположение была рассчитана исходя из того, что разница в ценах объектов-аналогов за счет месторасположения следующая:

- 15% между расположенными в отдельных районах и средней отдаленности;
- 10% между расположенными в центре города и районами средней отдаленности.

При определении поправок на материалы стен и состояние помещения было учтено следующее:

- поправки определялись исходя из цен, которые сведены по количественным характеристикам оцениваемого объекта недвижимости;
- объекты не должны различаться по местоположению;
- при определении поправок по каждому из районов города нужно разделять цены объектов на объекты с одинаковыми параметрами.

Рассчитав стоимость 2-х комнатной квартиры в г. Гомеле сравнительным методом, были выявлены следующие трудности:

1 Необходимость принимать в расчет сделки, соответствующие определению рыночной стоимости, то есть те, на которые не повлияли нерыночные факторы.

2 Трудностью данного подхода является то, что не существует даже двух абсолютно подобных объектов. Местоположение, физические характеристики и состояние, обременения и условия финансирования, время продажи - вот лишь немногие из позиций, по которым, как правило, объекты имеют различия.

3 Сбор необходимой исходной информации и проверка ее достоверности являлось отдельной и непростой задачей. Для одних сегментов рынка недвижимости такая информация была открытой и общедоступной, для других доступ к ней был ограничен, для третьих такой информации не было вовсе или ее объем весьма незначителен.

Подытожив вышесказанное, можно выделить следующие основные недостатки сравнительного метода оценки:

- сложность сбора информации о настоящей цене продаж;
- зависимость конечной стоимости от активности рынка;
- сложность в корректировке цен при существенных отличиях исследуемых объектов.

Таким образом, на основании недостатков и трудностей, выявленных в ходе расчетов, а также опираясь на сложившиеся традиционные проблемы, для совершенствования практики применения сравнительного подхода в

Республике Беларусь предлагается следующее:

1) формирование банка данных объектов-аналогов с обобщением информации о построенных объектах строительства в разрезе полной структуры затрат. Для этого целесообразно использовать CRM-систему, которая станет не только единым хранилищем данных об объектах недвижимости, но будет содержать в себе всю историю взаимодействия с клиентами, что поможет в будущем оптимизировать работу оценщиков. Также, это поможет унифицировать систему показателей, описывающих технико-экономические параметры зданий и сооружений и их стоимостные показатели;

2) создание механизм сбора и обработки информации о конкретных объектах строительства на стадиях разработки проектной документации и завершения строительства. Для этого целесообразно использовать парсинг объявлений и сайтов застройщиков, который поможет отслеживать необходимую информацию и группировать объекты недвижимости по различным критериям, а также поможет решить проблему сложности сбора достоверной информации об объектах;

3) создание и увеличение числа профессиональных объединений экспертов для проверки отчетов и вынесения суждения о качестве оценки, что повысит эффективность проведения оценочной деятельности и решит вопрос профессиональной пригодности оценщиков;

4) формирование технико-экономической и стоимостной информации о построенных объектах-аналогах в Республике Беларусь на основе проектной документации и информации о фактических затратах заказчика по данным бухгалтерского учета. Этого можно добиться путем заключения договоренности между организацией-застройщиком и Министерством архитектуры и строительства Республики Беларусь на законодательном уровне, через утверждение и принятие закона, который разрешает предоставлять данные бухгалтерского учета организации с соблюдением принципов конфиденциальности и имущественных прав на разработанную проектную документацию;

5) заимствование опыта зарубежных стран, а именно: разработка и внедрение стандартов немецкого формата (DIN 226, DIN 227, VOB, HOAI), которые поспособствуют эффективному функционированию системы ценообразования путем анализа первичного рынка подрядных работ.

Список использованных источников

1. Рынок недвижимости Беларуси [Электронный ресурс]: // - Режим доступа: https://realt.by/. - Дата доступа: 06.04.2019.

2.Сравнительный (рыночный) подход [Электронный ресурс]: // - Режим доступа: https://www.cfin.ru.- Дата доступа: 15.04.2019.

3. Немецкие стандарты [Электронный ресурс]: // - Режим доступа: https://www.bau-doch-selber.de.- Дата доступа: 15.04.2019.

Современные проблемы сферы обслуживания: экономика, управление и развитие

УДК 338.486.2

Голомудько И. К.

ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ТУРАГЕНТСКОГО И ТУРОПЕРАТОРСКОГО БИЗНЕСА

Научный руководитель: к.э.н., доц. Баранова И.А.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
golomudko97@mail.ru

В статье освещаются глобальные мировые тренды развития турагентского и туроператорского бизнеса и проблемы во взаимоотношениях «туроператор-турагент» в условиях сокращения прибыльности.

Ключевые слова: туроператор, турагент, турагентская деятельность, прямой клиент, ценовая конкуренция, турпродукт, агентское вознаграждение, турагентство.

Основной тренд сезона «весна-лето 2018» – тотальное сокращение прибыльности турагентского бизнеса. Определим события, процессы и глобальные мировые тренды, которые повлияли на текущее положение туристской отрасли.

1. Туроператоры вышли на «прямого» клиента, развивая онлайн продажи и сеть турагентств под своим брендом.

Практически все крупные туроператоры 6-8 лет назад начали активно развивать свою подконтрольную сеть агентств, целью чего являлось максимальное управление продажами. Когда появляется такая сеть, следующим шагом становится – необходимость предоставить этой сети клиента. Именно тогда туроператоры резко увеличили свои бюджеты на продвижение брендов в сегменте b2c. Параллельно с этим, развитие онлайн продаж и рост продаж с сайтов туроператоров серьезно повлияли на их политику привлечения «прямых» клиентов [3, с. 516].

2. Поисковые системы вышли на «прямого» клиента.

Прошли времена, когда поисковые системы Tourindex, Бронни.ру, Tury.ru – были закрытые b2b инструменты, которыми турагентства пользовались в процессе подбора тура клиенту. Сейчас ситуация изменилась: Sletat.ru, Ruspo.ru генерируют огромный трафик в сегменте b2c. Эти платформы стали доступны для прямого клиента, а, значит, и предложения туроператоров.

3. Ценовая конкуренция.

Два вышеуказанных процесса привели к тому, что туроператоры в борьбе за прямого клиента конкурируют исключительно ценой, намеренно снижая ее с целью завоевания доли рынка. Есть несколько туроператоров-трендсеттеров, то есть компаний задающих тренд, которые ориентированы на массовые продажи, действия которых глобально влияют на общую картину туроператорского бизнеса. Остальные же не имеют достаточных ресурсов бороться за потребителя и не способны конкурировать иными способами, кроме ценового.

4. Законодательная база.

Отсутствует должный уровень регулирования в турагентском сегменте. На сегодняшний день мы имеем реестр турагентств и типовой договор

«турагент-туроператор» – существование чего порождает больше вопросов, чем ответов. Отсутствие типового договора между туроператором и турагентом приводит к тому, что агентства разрывают, с одной стороны, строгие требования закона о защите прав потребителей, а с другой стороны, – строгие требования со стороны туроператоров- принципалов, и эти требования, часто, противоречат друг другу. До сих пор турагентский сегмент рынка регулируется не законом, а самими туроператорами, в рамках заключенных договоров, со всеми вытекающими последствиями.

В настоящее время имеет место как взыскание штрафов со стороны туроператора в размере до 100% (в случае аннуляции), так и законное право потребителя требовать возврат денежных средств тоже до 100%. При этом, лицом, заключающим контракт с туристом, является турагентство и именно к нему предъявляются претензии со стороны как туристов и туроператоров, так и Роспотребнадзора. Это подтверждаем зависимость турагентского бизнеса. При этом, кроме бизнес-зависимости, турагентства «страдают» еще и от юридической зависимости.

5. Новое поколение потребителей и уход посредников из цепочки реализации турпродукта.

Ситуация усугубляется тем, что подрастает новое поколение потребителей (миллениалов), которые частично «живут» в виртуальном мире, не мыслят себя без компьютеров, мобильных телефонов и Интернета. Мир уверенно движется к тому, что почти все покупатели будут практически постоянно подключены к Интернету. Модель «цифрового» поведения потребителей и их ожидания меняются быстрее, чем на них реагируют турагентские сети, что приводит к появлению «цифрового неравенства». Другими словами, начинается «игра по правилам покупателя».

«Платформизация» - тот самый процесс проникновения информационных технологий на все рынки, включая турагентский, который в корне меняет рыночные отношения во всем мире. И это не просто локальный тренд, это мегатренд, стратегическая перспектива. Интернет-сервисы типа Airbnb и Booking.com очень технично устраняют посредников: не только турагентов, но и туроператоров, и управляющие компании сети турагентств. Есть взаимодействие «турист – отель», «турист – авиакомпания»: вопрос лишь в добавленной стоимости, которую генерирует каждый из турагентов, туроператоров и т.д. Сейчас происходит исключение малоэффективных звеньев, не представляющих реальной ценности для рынка, происходит непрерывная оптимизация экономических связей и цепочек добавленной стоимости.

Все вышеперечисленное привело к следующему. Туроператоры, в борьбе за клиента, выбрали самый доступный способ конкурентной борьбы - ценовой, и самый простой способ для многих туроператоров, который можно было сделать – сократить цену турпродукта за счет сокращения агентского вознаграждения, использования промотарифов, и включения некомиссионных услуг в состав тура. По сути, произошло обесценивание посреднических турагентских услуг [3, с. 519].

Но туроператоры, турагентства – участники одной цепочки и очень сильно друг от друга зависимы. Для того чтобы понять и услышать друг друга, необходимо и на сложившуюся экономическую модель отношений «туроператор-турагент» посмотреть с разных сторон [2, с. 16].

Проведем оценку экономической целесообразности действий туроператоров, проанализировав те факты, которыми они оперируют.

1. Борьба за турагентства закончилась в тот момент, когда началась борьба за туриста. До этого времени операторы использовали осмысленную политику привлечения агентств к сотрудничеству разными способами: повышенная комиссия, система мотивации. Но агентства остались «на крючке», потому что туроператоры стали приводить туристов в офисы продаж. По статистике более 70% клиентов приходит в офис с уже готовыми параметрами тура и более 30% хотят турпродукт конкретного туроператора.

2. Туроператоры стали тратить значительные суммы денежных средств на рекламу своего турпродукта в сегменте b2c. Результатом стало следующее: турист приходит в турагентство, уже зная продукт какого туроператора он хочет приобрести. Он уже сформировал основные критерии своей поездки и турагентству остается только забронировать тур, соответственно, за что платить ему высокую комиссию. Раньше эти затраты несли, в большей своей массе, турагентства и повышенная комиссия была обоснована, потому что включала расходы на маркетинг и рекламу. Сейчас же реклама, нацеленная на привлечение конечного покупателя, которую реализовывает сам туроператор, гораздо эффективнее, чем рекламные компании турагентств, потому что бюджеты несоизмеримые [1, с. 75].

3. Туроператор – тоже посредник. Началась конкурентная борьба за туриста не только между туроператорами, но и между туроператорами и системами бронирования отелей, а также отелями, которые работают напрямую с клиентом. И возникает снова вопрос о необходимости ценовой конкуренции со стороны туроператоров.

В результате, турагентства, не смотря на все вышеперечисленные меры, не остановили продажи, жалуются, возмущаются, но продолжают работать.

Агентства постепенно начинают приспосабливаться к новым условиям работы, учатся работать с индивидуальными туристами, самостоятельно формировать турпродукт, применять осмысленную политику управления продажами. В последние годы наблюдается непропорциональный рост объемов продаж тех турагентских партнеров, которые давно предлагают индивидуальные сервисы (касается, в первую очередь, компаний Островок.ру и ClickVoyage). В этом направлении сейчас активно развиваются многие партнеры турагентств со своими эксклюзивными проектами – Pac group, проект «Технология без доплат» ICS Travel Group, Русский экспресс, Карлсон Туризм.

Ценовую конкуренцию нельзя назвать самым действенным путем соперничества. В этом случае, и сама компания, и ее конкуренты в погоне за самой низкой ценой очень часто теряют свой заработок. Принимать подобные меры следует очень осмотрительно.

Необходимо точно знать, действительно ли уменьшение стоимости

обернется повышением прибыли, а не убытками. Неценовая же конкуренция предполагает более прогрессивные и современные приемы, расширение ассортимента услуг, повышение качества, увеличение расходов на рекламу. Использование методов неценовой конкуренции является основой финансовой устойчивости любой компании [3, с. 54].

В сложившейся ситуации агентствам нужна помощь в ее анализе и осмыслении, в самопозиционировании, поиске оптимальных решений и способов работы. Турагентства продолжают, в большей своей массе, придерживаться стратегии работы, которая перестала приносить доход, нормальный для дальнейшего функционирования. Турагентства, из последних сил, используют все возможные ресурсы и не хотят признавать, что нужны другие решения. Всегда можно найти обстоятельства и «важные причины», почему агентство не смогло достичь какого-то результата. Только в этот момент турагентство автоматически снимает ответственность с себя и добровольно начинает зависеть от других.

В целях сохранения и преумножения своего турбизнеса турагентствам необходимо приспособиться к новым экономическим условиям, для чего необходимы:

1. Контроль трудозатрат в процессе реализации низкомаржинального турпродукта.

2. Использование такой системы мотивации менеджеров, когда их KPI рассчитывается не с общего объема реализованных туров, а имеет градацию: выше, если тур реализован с комиссией больше 10%, и гораздо ниже, если тур реализован по промотарифу или с низкой комиссией.

3. Частичный отказ от продаж низкомаржинального продукта, через формирование ассортиментной политики и внедрения скриптов работы с возражениями клиентов (в частности, необходимо иметь несколько шаблонных ответов «Почему я не могу продать вам этот продукт?»)

4. Диверсификация, продажа сопутствующих услуг: проживания в отелях, авиа и железнодорожных билетов, расширенного страхования, экскурсий, билетов в театр и на концерты, такси в аэропорт, а также использование механизма кредитования.

5. Самостоятельное формирование турпродукта на платформе, к примеру, расчетного центра Объединенной сети турагентств «ТБГ» и «Горячие туры». Данный единый расчетный центр (ЕРЦ) имеет финансовые гарантии, и, чтобы находиться в правовом поле, турагентство может формировать свой тур через ЕРЦ под эти фингарантии. Уже сейчас в числе партнеров ЕРЦ большое количество компаний-резидентов (консолидаторов, страховых компаний). Это позволит агентствам удержать наиболее активную и самостоятельную часть клиентов, оперативно реагировать на их разнообразные запросы, которые стало невозможно закрывать сокращающимися пакетными предложениями, особенно в регионах, и не нарушать, при этом, закон.

6. Условное разделение клиентов на две категории и применение, в связи с этим, разных технологий продаж. Если турист покупает тур по промотарифу, то менеджер осуществляет только услуги по бронированию, если турист

покупает тур по базовому тарифу – то полный цикл услуг по реализации турпродукта.

7. Продажа сопровождения. По закону обязанность турагента - донесение до туриста достоверной информации о турпродукте, прием оплаты, заключение договора и оплата туроператору. Но уже сейчас агентства выполняют большое количество дополнительных функций по сопровождению туриста: проверка на запрет выезда за границу, звонок-будильник за 4 часа до отлета (если вылет ранний), регистрация на рейс, сопровождение представителя турагентства в визовом центре при сдаче отпечатков пальцев/подаче документов, бронирование VIP-зала в аэропорту, регистрация на обратный рейс, обратная связь в поездке, бронирование конкретного номера в отеле, помощь в решении проблем на отдыхе, связь с менеджером после покупки тура «24 / 7». Все это можно выделить в отдельный договор и установить стоимость этих услуг.

8. Выход на новый уровень, поиск и работа с клиентом из премиум-сегмента.

Использование в своей работе стратегии постоянного увлечения среднего чека. Исходя из этого, необходимо выстраивать иную логику развития и двигаться к идеалу, чтобы работать в рядах лучших турагентств.

9. Регламентирование понятия «промотариф». Основная инициатива турагентств – четко сформулировать понятие «промотариф» и выработать базовые критерии: 1) его использование возможно не ранее, чем за 1 месяц до вылета, 2) жесткие условия по оплате, 3) платные переброни, переносы, перевыписки, бронирование и реализация турпродукта без услуг сопровождения со стороны турагента и т.д. Это условия, которые грамотно должны доводиться до туриста, и турист должен понимать, что низкая цена обусловлена жесткими ограничениями по условиям оплат и трансформации бронирования.

Таким образом, это лишь те немногие меры, которые рекомендуется реализовывать в предстоящее время.

Список использованных источников:

1. Атажанова, О.С. Специфика рекламы в интернете / О.С. Атажанова, Л.А. Ковалерова / В сборнике: Современные проблемы развития экономики и управления в регионе (в условиях цифровой трансформации) Материалы XI Международной научно-практической конференции. Филиал ОУ ВО «Санкт-Петербургский институт внешнеэкономических связей, экономики и права» в г. Перми. - 2018. - С. 74-77.

2. Индустрия туризма: теоретические и практические проблемы развития / А.Г. Рулинская, О.П. Полесская, О.Н. Дьяченко и др.; под науч. ред. А.Г. Рулинской. - Брянск: Курсив, 2009. - 327 с.

3. Привалова, М.В. Анализ доходов и расходов в туризме: отечественный и зарубежный опыт / М.В. Привалова, И.А. Баранова // В сборнике: Экономика и региональное управление Сборник статей международной научно-практической конференции. - 2017. - С. 515-520.

УДК 338.48

Дьяченко О.Н.

ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГОСТИНИЦЫ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Полесская О.П.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
dyachenko.oly@yandex.ru

Современный гостиничный рынок характеризуется многообразием видов деятельности и производимых гостиничных продуктов. Для повышения конкурентоспособности отеля необходимо постоянное обновление, как самого предприятия, так и производимых им услуг. В данной статье рассматривается внедрение инноваций в работу гостиничного предприятия с целью получения конкурентных преимуществ и повышения лояльности и числа клиентов.

Ключевые слова: инновации, гостиничная сфера, гостиничные продукты.

В современном отеле ради успеха необходимо постоянно искать и предлагать клиентам разнообразные услуги, выгодно отличающие отель от конкурентов.

Об этом в гостиничной сфере свидетельствуют следующие факторы [1]:

– короткий жизненный цикл гостиничного продукта. Специфика сферы услуг, к которой относится гостиничный бизнес, обычно характеризуется быстрым устареванием предлагаемых продуктов;

– конкурентная борьба. Гостиничный рынок постепенно насыщается предложением, поэтому выигрывают предприятия, отличающиеся своими услугами от конкурентов;

– потребительские вкусы. Вкусы потребителей постоянно меняются, особенно в сфере гостиничных услуг, где клиенты хотят разнообразить свой отдых;

– конъюнктура гостиничного рынка. Рынок гостиничных услуг подвержен многим изменениям: сезонность предложения, экономическая и политическая ситуация в стране, наличие событийных мероприятий и т.п. Соответственно, гостиницам необходимо подстраиваться под такие изменения на рынке.

– ведущие технологии. Отель должен постоянно следить за появлением ведущих технологий, чтобы занимать лидирующее место на рынке.

При разработке новых гостиничных продуктов, надо учитывать ряд правил [3]:

– новый продукт должен улучшать имидж гостиницы и способствовать росту прибыльности;

– для новых продуктов акцент надо делать не на количество, а на качество;

– принимать решения по «антиплагиату» с конкурирующими отелями;

– изначально определять вероятные доходы и потери, связанные с выводом нового продукта на рынок.

Любому гостиничному предприятию, независимо от его звездности, всегда есть к чему стремиться. Большинство отелей города Брянска не исключение в данном вопросе. В своей деятельности многие из них уже используют различного рода инновации. Однако, можно предложить и иные, востребованные клиентами гостиниц в других регионах нововведения.

Во-первых, технические новшества необходимы в номерах гостиниц. Установка единой панели разъемов для различных аудио и видеоустройств может быть весьма актуальна. Это очень удобное устройство, позволяющее гостю подключать свое оборудование. В зависимости от модели гость может:

- подключить ноутбук или другое устройство через HDMI/VGA вход;
- используя Bluetooth, слушать музыку со своего телефона через динамики телевизора;
- вывести изображение и звук с видеокамеры или фотоаппарата на телевизор в HD-качестве;
- при наличии в номере iPod/iPhonedockingstation (устройство для подключения iPod/iPhone) - слушать музыку и подзаряжать устройство одновременно.

Во-вторых, это система электронных замков. В настоящее время это не только модное высокотехнологичное оборудование. Сейчас это результативный элемент управления в гостиничной сфере. В странах Западной Европы они уже более 20 лет являются самыми популярными защитными механизмами в отелях любой категории. Преимуществами использования таких систем заключаются в следующем: 1) автоматизация системы дает возможность настроить доступ разного персонала по определенному графику в разные по типу помещения; 2) администрация гостиницы получает необходимую информацию: кто и в какое время посещал комнаты, что увеличивает безопасность проживания. К таким замкам невозможно подобрать поддельные ключи, гостиница будет защищена также от необоснованных подселений; 3) электронные ключи к замкам многофункциональны. С их помощью можно не только получать доступ к определенным номерам, но и совершать финансовые операции внутри гостиницы, а также управлять освещением, кондиционерами и другим оборудованием в номере гостя. В целом, пластиковые электронные ключи обычно повышают статус заведения для клиентов. Таким образом, электронные замки для отеля облегчают жизнь и администрации, и постояльцам. Установка быстро окупается, и гостиница получает многофункциональную систему для контроля и управления.

Связь – это один из важнейших инструментов, который помогает регулировать и оперативно контролировать бизнес-процессы на территории всего предприятия. На данное время существует ряд возможных вариантов для своевременного обмена информацией между службами гостиницы. Наиболее прагматичный вариант здесь - это использование раций. Преимущества данного вида связи очевидны: 1) Высокая оперативность. Это основной плюс использования рации для ресторана. При сообщении с собеседником не нужно набирать номер телефона и ожидать коннекта. Достаточно произвести одно нажатие, и Ваш оппонент уже будет готов к приёму информации. Рация

предоставляет возможность одновременного общения большого количества человек. 2) Доступность связи. В отличие от мобильного телефона, рации работают в любом месте. Кроме того, многие радиостанции функционируют на довольно длительных расстояниях и обладают возможностью расширения зоны действия. 3) Экономия денежных средств. 4) Длительность эксплуатации.

Для повышения лояльности и увеличения числа постоянных клиентов возможны и иные нововведения.

Терминал бесплатной информационно-справочной сети г. Брянска. Его рекомендуется ставить в вестибюле гостиниц. Это позволит гостям получать справки о городе, его достопримечательностях, о работе социальных и государственных учреждений, а также информацию о любых услугах соответствующего отеля.

Внедрение оригинальных анимационных программ в деятельность гостиниц. Анимационные услуги позволяют разнообразить досуг гостей, проживающих в отеле. Особенно это актуально для постояльцев с детьми. Перспективным в этом отношении может являться сотрудничество гостиниц с музеями, расположенными на территории дворянских усадебных комплексов и иными предприятиями, занимающими такие достопримечательности [2].

Встреча гостей. Это возможность представить свою гостиницу в выигрышном свете. Сюда входит организация встречи прибывающих гостей от аэропорта г. Брянска, железнодорожного вокзала Брянск-Орловский, Брянск-Льговский до гостиницы. Доставку лучше осуществлять на личном автотранспорте отеля с фирменным логотипом. Такой трансфер наиболее значим для бизнес-клиентов, ценящих время и комфорт. В жару можно предложить вновь прибывшим гостям холодные соки, воду. Клиентов необходимо встречать еще до заселения, сразу после того, как они вступили в вестибюль. Можно отнести напитки в номер уже после того, как они получили ключи от комнаты. Такие дополнительные знаки внимания необходимо преподносить в качестве сюрприза, за них не нужно взимать плату. Теплый радушный прием служит лучшей рекламой заведения, надолго откладывается в памяти, вызывает приятные чувства и желание снова вернуться сюда.

Создание специальных номеров для сна. Помещения должны быть небольшими. В них должен быть комплекс приспособлений, способствующих сну: возможность принять ванну с ароматическими маслами, специальные музыкальные композиции, успокаивающее нервную систему освещение.

Беспроводная прикроватная панель. Она позволяет управлять температурой воздуха, освещением, жалюзи, будильником, телефоном, аудиосистемой. Для удобства клиента на таких панелях есть кнопка подсветки ночью пути к санузлу.

Электронное меню. Рекомендуем его использовать в ресторанах при гостиницах. Оно имеет сенсорный дисплей, иллюстрации к блюдам и полную информацию о них. Можно установить программу, с помощью которой можно слушать радио или новости во время выбора пищи.

Данные внедрения не имеют прямого влияния на доход отеля, но они оказывают влияние на качество проживания гостей. Итогом эффективной

инновационной деятельности станет приобретение новых конкурентных преимуществ, повышение лояльности клиентов и увеличение их числа, а также повышение конкурентоспособности отеля в целом.

Список использованных источников:

1. Гареев, Р.Р. Инновационный менеджмент в гостиничном предприятии / Р.Р. Гареев // Молодой ученый. – 2014. - № 19. – С. 280-284.

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

3. Терентьев, А.И. Формирование стратегии инновационного развития предприятий / А.И. Терентьев. – М.: ИНФРА – М, 2011. – 244 с.

УДК 338.48 – 054.6 (476.6)

Жегало А.О.

ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА ГРОДНЕНЩИНЕ В УСЛОВИЯХ БЕЗВИЗОВОГО РЕЖИМА

Научный руководитель: Бедретдинова Е.Н.
Гродненский государственный университет имени Янки Купалы,
Республика Беларусь, г. Гродно
zhegalo2000@mail.ru

В статье описаны новые возможности для безвизовых туристов в связи с вступившим в силу указом Президента Беларуси №462 «Об установлении безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан» с 1 января 2018 года. Проанализированы туристические преимущества Беларуси. Описаны основные виды туризма, доступные для приезжающих.

Ключевые слова: туризм как отрасль экономики, туристический потенциал, безвизовый режим, туристические ресурсы Беларуси.

Развитие туристической индустрии на современном этапе является одним из приоритетных направлений социально-экономического развития Республики Беларусь. Особенно актуально для страны то, что туризм является той отраслью экономики непроизводственной сферы, предприятия и организации которой удовлетворяют потребности туристов в материальных и нематериальных услугах.

Если говорить о туристском потенциале Беларуси, то следует отметить, что главным образом, он базируется на многообразии, первозданности и красоте природы страны, уникальности ее историко-культурного наследия, включающего в себя более чем 15 тысяч объектов, имеющих культурную, историческую, архитектурную значимость, и, кроме этого, ряда памятных мест, связанных с именами выдающихся деятелей мировой истории и культуры.

Сравнивая в туристическом плане Беларусь с другими странами, следует отметить ряд ее преимуществ. В первую очередь это географическое положение страны, близость к Западной Европе, Скандинавии, которые справедливо можно отнести к странам, обладающим туристическим рынком с высоким финансовым потенциалом. С другой стороны, соседство со странами Балтии, Россией и Польшей является важным ресурсом для развития

трансграничного туризма, к которому в настоящий момент в Беларуси отдается пристальное внимание. Немаловажный фактор, способный привлечь туриста в страну, это ее древняя история и самобытная культура, а сохранившийся природный потенциал (множество водных акваторий, обширные лесные массивы, богатое биологическое и генетическое разнообразие, природные лечебные ресурсы) дают шанс для развития совершенно новых видов туризма в Республике Беларусь (событийный, медицинский, оздоровительный, ностальгический и другие).

Вместе с тем нельзя игнорировать тот факт, что на сегодняшний день существуют и факторы, сдерживающие развитие туризма в Республике Беларусь. Несмотря на то, что Гродненская область в достаточной степени богата уникальными ресурсами для организации многих видов туризма, существует ряд трудностей, которые сдерживают его развитие. Остановимся на наиболее существенных факторах, мешающих развитию туризма быстрыми темпами. Так, медленное развитие придорожного сервиса в сочетании с недостаточным количеством гостиниц туристического класса (2-3 звезды) с современным уровнем комфорта и набором сервисных услуг, а также более высокого класса (4-5 звезд) для делового туризма снижают потенциальный поток туристов в страну. Сдерживающим является и имеющееся несоответствие качества турпродукта его цене, которая сопоставима с предлагаемой в других странах, таких как Турция, Черногория, и выше, чем в Польше, Литве, Украине при более низком уровне качества. Сдерживает развитие туризма и недостаточно полная информация и реклама Республики Беларусь как страны, богатой туристическими ресурсами. Имеет значение в этом смысле невысокий уровень подготовки кадров и отсутствие опыта качественного обслуживания в рыночных условиях, отсутствие специализированных научных учреждений в сфере туризма [1].

Тем не менее, Гродненская область считается одной из самых богатых в Республике Беларусь по числу исторических памятников культуры. На территории Гродненской области располагается Государственный ландшафтный заказник Гродненская пуща – один из красивейших заповедников Центральной Европы. В 2010 году заказник был назван одной из наиболее экологически чистых территорий страны и на протяжении своего существования он позиционируется, как эталон равнины в Европе. Августовскую же пущу по праву можно назвать Сердцем Гродненского заповедника, которая представляет собой один из крупнейших в Европе лесных массивов, расположенных на территории трех стран – Беларуси, Польши и Литвы.

Красоты города Гродно и Августовского канала (жемчужина принеманского края, судоходный канал, который соединяет реки Вислу и Неман, обеспечивая на севере – выход к Балтийскому морю, а на юге – к Черному, памятник гидротехнического зодчества) каждый год притягивают все больше и больше туристов. А шлюзы Августовского канала являются основными туристическим объектами заказника. В целях создания благоприятных условий для развития туризма и туристической

инфраструктуры на территории, прилегающей к белорусской части Августовского канала и русла реки Неман указом Президента Республики Беларусь от 26 мая 2011 г. №220 был создан специальный туристско-рекреационный парк «Августовский канал».

Туризм без виз на территории Августовского канала и города Гродно разрешён для граждан 77 государств на срок до 10 дней. За 2,5 года действия безвизового въезда г. Гродно посетило около 180,0 тысяч иностранных безвизовых туристов и данная цифра продолжает увеличиваться (до введения системы безвизового въезда город в среднем посещало 4-5 тысяч иностранных туристов в год). С начала 2019 года в Гродно без визы побывали граждане более чем 30 стран (за весь период безвизового въезда – более чем из 70). Большинство из них представители стран-соседок: Литвы, Польши, Латвии. За этот период открыто 8 новых объектов размещения, 44 новых объектов питания – это свидетельствует об увеличении инвестиционной привлекательности города в бизнес среде.

Гродненская область Беларуси имеет несколько специфических особенностей, отличающих её от других областей республики. Это регион, представляющий собой область исторического взаимодействия различных этносов и их культур, своеобразие которого проявляется в том, что в одном ареале соседствуют совершенно различные общности людей не только с присущими антропологическими различиями, особенностями в психической структуре личности (темперамент, акцентуации характера, особенности становления основных психических процессов и т. д.), но и в достаточной степени разными культурными ценностями и социальным опытом. При этом удивительным остается тот факт, что в любом из этих аспектов каждая народность оригинальна.

Активно в области развивается новые для региона виды туризма – оздоровительной туризм, агроэкотуризм, охотничий, промышленный, много гостей привлекают международные событийные мероприятия (например, Республиканский Фестиваль национальных культур). Набирают популярность экологический, спортивный, авто и гастрономический, религиозный туризм. Перспективными для развития туризма в Гродненской области можно выделить такие специфические виды туризма, как медицинский, образовательный, научный, событийный. Их целями являются предоставление качественных и относительно недорогих услуг в области стоматологического обслуживания, языкового образования, научной деятельности (семинары, конференции, консультации), культуры (торжества по поводу важных дат, проведение фестивалей и т.д.) [3].

Анализ информации, представленной в СМИ, показал, что развитию туризма на Гродненщине настоящее время уделяется огромное внимание. Так, прорабатывается вопрос по расширению безвизовой зоны. Такой шаг, если он будет реализован, позволит региону представить новые туристические продукты, расширить спектр предоставляемых услуг, предложить гостям новые направления в различных видах туризма – медицинском, историческом, культурном и даже производственном.

Также активно обсуждается тема объединения Гродненской и Брестской безвизовых зон, что позволит туристу беспрепятственно передвигаться сразу по двум областям. С нашей точки зрения, расширение безвизовой зоны и подключение к ней, например, таких районов Гродненской области как Лидский, Новогрудский, Корелический, повлечет за собой включение в экскурсионное обслуживания туристов главных достопримечательностей области (Мирский и Лидские замки, развалины Новогрудского замка и т.д.), что значительно повысит туристическую привлекательность страны.

Создание в перспективе еще одного международного автомобильного пункта пропуска «Софиево-Липщаны» позволит сократить путь от Гродно до Августова, улучшить связи между регионами, повысить туристическую привлекательность Августовского канала. А открытие, например, отдельного перехода (или отдельного терминала на уже существующих пограничных переходах) для безвизовых туристов для максимального облегчения и быстроты прохода государственной границы Республики Беларусь поспособствовало бы притоку туристов в нашу страну.

Организация на ключевых маршрутах временных точек качественного питания, магазинов с сувенирными изделиями, туалетами, развлекательными программами и др., с нашей точки зрения, еще один важный аспект для улучшения туристической привлекательности Гродненской области. Создание неповторимых и изысканных, оригинальных гостиниц в необыкновенных местах, яркие дизайнерские задумки могли бы дать возможность развитию гостиничной индустрии в регионах Беларуси, в том числе для привлечения отечественных путешественников (внутренний туризм) [2].

В заключении хотелось бы отметить, что устойчивое развитие туризма (направление в туризме, которое удовлетворяет потребности в обществе, сохраняет достигнутое и увеличивает возможности для будущего) – процесс длительной перспективы, требующий поступательных грамотных решений в краткосрочном периоде. Для этого необходимы, по мнению ряда исследователей, следующие шаги, способствующие туристической привлекательности нашей страны: разработка рекреационных и экскурсионных программ; внедрение приемлемых стандартов обслуживания; формирование определенных традиций гостеприимства; внедрение нововведений и широкое использование информационных технологий; развитие маркетинговой стратегии в сфере туризма; создание современной инфраструктуры гостиничного и санаторно-курортного хозяйств; совершенствование ценовой политики при со-здании белорусского турпродукта, способного конкурировать с соседними государствами; дальнейшее развитие системы управления туристическим комплексом и нормативной правовой базы; совершенствование учета в сфере туризма; изменение содержания и структуры образования и науки в туристической индустрии [1].

Список использованных источников:

1. Верниковская, О. Белорусский туризм: тенденции и перспективы / О. Верниковская // Директор. – 2009. – № 10. – С. 10–13.

2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь

[Электронный ресурс] / Туризм и туристические ресурсы Республики Беларусь. – Минск 2016. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnayasfera/turizm/publikatsii_9/index_5110/. – Дата доступа: 20.04.2019.

3. Еврорегионы Беларуси [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://beleuroregion.by. – Дата доступа: 20.04.2019.

УДК 004.75

Кузьмин А.И.

ЗАЧЕМ ЭКОНОМИКЕ BIG DATA?

Научный руководитель: к.н.т., доц. Свириденкова М.А.
Филиал ФГБОУ ВО «НИУ МЭИ» в г. Смоленск
Россия, г. Смоленск
timonkyz2@mail.ru

В статье рассмотрены аспекты развития технологии Big Data, проведен анализ инструментов, имеющихся на рынке и их сравнение с аналогами. Проанализированы факторы, которые влияют на рынок больших данных. Рассмотрены барьеры развития Big Data в нашем государстве, сделан вывод о целесообразности развития данной технологии.

Ключевые слова: Big Data, большие данные, машинное обучение.

Big data — социально-экономический феномен, который связан с тем, что появились новые технологические возможности для анализа огромного количества данных.

«Большие данные» представляют собой набор методов, подходов, и технологий, разработанных для обработки данных и их представлении в такой форме, чтобы человек мог их воспринять. Поэтому термин Big Data не синоним анализа информации, так как информация чаще всего представлена в неструктурированном виде, например, это могут быть видеозаписи, машинный код, изображения, текстовые документы и не только. К тому же эти данные могут быть разбросаны по различным хранилищам, которые могут находиться даже на разных континентах.

В сфере Big Data существует много направлений. Но в широком смысле их можно разделить на две категории: Big Data engineering, Big Data Analytics (Scientist). Big Data engineering занимается сбором и хранением данных, а также их преобразованием к тому виду, которого требуют приложения для корректной работы. В то время как Big Data Analytics — это следующая часть, в которой возможно использование объемных данных, из уже созданных систем. Анализ состоит из расширенных вычислений по данным, где происходит прогнозирование, выявление закономерностей, тенденций, и построение классификаций.

По самым скромным оценкам, объем рынка Big Data к 2026 году достигнет $ 92 млрд. (рис 1). Текущее положение информационных технологий и социальных сервисов является основной причиной для разработки новых информационных решений, которые будут способны обрабатывать огромные объемы информации. Результаты исследования Forbes показали, что 48%

маркетологов, использующих анализ Big Data, делают это для более глубокого понимания поведения потребителя. Наконец, Big Data превращается из модного слова, в эффективный инструмент понимания и манипулирования потребительским поведением.[1]

Интеграция Big Data означает, что будут задействованы все способы работы с данными, которые при этом постоянно обновляются и находятся в разных местах. В итоге из-за сложности обработки нужны постоянно совершенствуемые дополнительные инструменты.

Для создания такой инфраструктуры информации применяются программные инструменты, например, Big Data-Map Reduce, Hadoop и NoSQL. Сегодня основополагающая технология – Hadoop, проект Apache Software Foundation, используемый для реализации поисковых и контекстных механизмов высоконагруженных веб-сайтов. Hadoop свободно распространяет набор утилит, библиотек и программный каркас для разработки и выполнения распределенных программ, работающих на кластерах из множества узлов.[2]

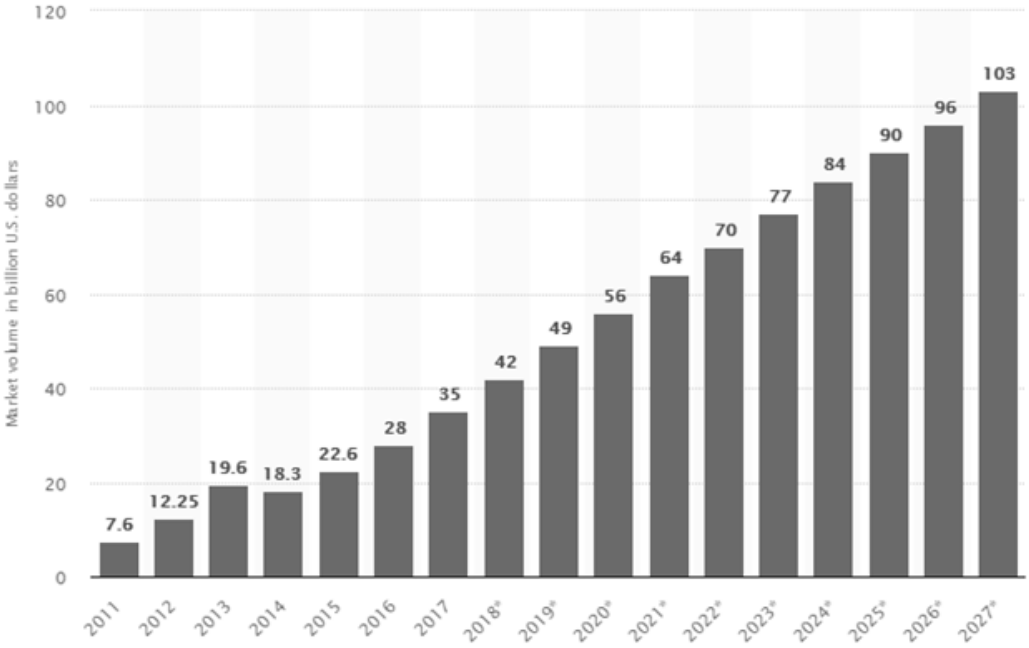

Рисунок 1 - Прогноз объема рынка Больших Данных, основанный на выручке, с 2011 по 2027 гг. (в млрд. долл. США)

При импортозамещении Hadoop является основной платформой развития российского рынка, способствующей повышению отечественной конкуренции. В таблице 1 представлены преимущества платформы Hadoop.

Компания Economist Intelligence Unit провела опрос 1135 респондентов по всему миру. Проблемы, с которыми столкнулись компании при внедрении технологии, типичны. Безопасность является важнейшей составляющей для 51%, бюджет для 47%, нехватка необходимых кадров для 41%, затруднения в интегрировании для 35% респондентов (рис. 2). В целом оценка довольно оптимистична. 89% компании верят, что подобно интернету, могут сильно повлиять на сферу бизнеса, где, соответственно, свое конкурентное преимущество, по оценке 79% респондентов, потеряют компании, которые не внедрили большие данные.

Таблица 1 – Преимущества платформы Hadoop

Преимущество	Краткое описание
Снижение времени на обработку данных	Существенное уменьшение времени обработки данных на кластере
Снижение стоимости оборудования	Сокращение затрат на оборудование, требуемое для хранения и обработки данных, в десятки раз.
Повышение отказоустойчивости. Технология позволяет построить отказоустойчивое решение	Выход узла, влияет лишь на производительность системы, но не на ее работу.
Линейная масштабируемость	Наращивание производительности это добавления новых узлов.
Работа с неструктурированными данными	Обработка любых файлов .Повышение полезности информации.

Другой опрос был проведен компанией Accenture в 2017 г. По результатам опроса более половины компаний пользуются технологиями Big Data достаточно успешно, из них довольны результатом 92%, а 89% компаний точно уверены, что Big Data очень важная сфера преобразования бизнеса. В этом исследовании, было опрошено 1000 руководителей из 19 стран мира.

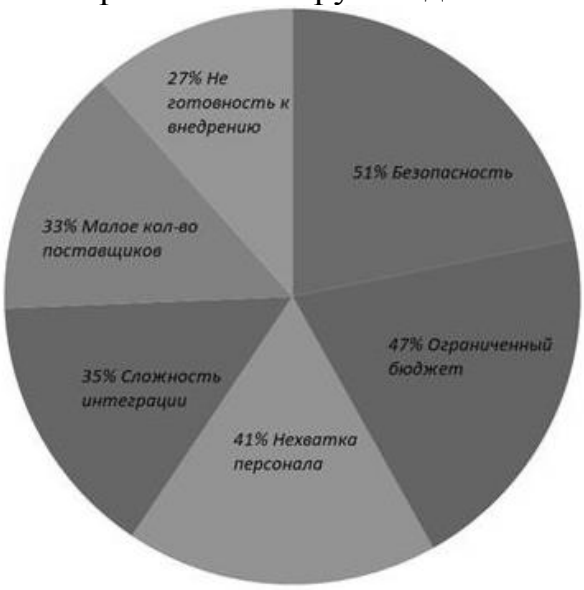

Рисунок 2 – Основные проблемы при внедрении проектов Big Data

Разработчики считают, что на расширение сфер применения Big Data технологий больше всего влияет интернет, где в результате увеличения количества устройств, которые к нему подключены, возникает все большее количество информации, которую можно успешно применить. Например, производитель может изучать спрос, анализируя данные из интернета, что позволит ему создать рекламу, которая однозначно привлечет внимание потенциального потребителя.

Компанией Meta Group были выделены свойства, по которым определяется принадлежность данных к Big Data, потому что не все данные можно проанализировать. Сначала эти критерии назвали Accenture, где по ходу были добавлены еще несколько критериев. Во-первых, это величина физического объема (от англ. volume). Во-вторых, скорость (от англ. velocity),

так как постоянно увеличивающийся объем данных требует быстрой обработки. В-третьих, многообразие (от анг. variety), то есть способность обрабатывать различные данные одновременно. В процессе анализа были выявлены четвертая V (veracity — достоверность/правдоподобность данных) и даже пятая V (viability - жизнеспособность).[1]

По оценкам компании Frost & Sullivan аналитика больших данных (Big Data Analytics, BDA) практически самая востребованная задача в современном бизнесе. Так по данным Frost & Sullivan в 2021 году общий объем мирового рынка аналитики больших данных увеличится по сравнению с показателем 2016 года более, чем в 2,5 раза, и составит $67,2 млрд. Крупнейшими сегментами рынка станут производственный сектор, финансы, здравоохранение, охрана окружающей среды и розничная торговля (рис. 3).

Рисунок 3 - Влияние различных отраслей на рынок аналитики Big Data

По экспертным оценкам, отечественный рынок технологии составляет менее 1% от глобального рынка, в денежном эквиваленте сумма примерно равна 22 млрд. руб. Из-за перехода компаний к электронному документообороту, вырос объем накопленной информации, но обычные способы обработки информации не дают в полной мере извлечь из них пользу. Поэтому в последнее время в России активно популяризируется направление Big Data. При всем этом, лишь немногие компании понимают и адекватно оценивают потенциал новых технологий.

На российском рынке среди основных провайдеров Big Data выделяют: Sap, Oracle, IBM, EMC, Microsoft, IBS, Cloudera, Teradata. В настоящее время, чаще всего эти технологии можно встретить в банковской сфере и телекоммуникациях, и помимо этого достаточно популярны большие данные в таких отраслях, как: энергетика, розничная торговля, добывающая промышленность, логистические компании и государственный сектор. Самый большой объем данных имеют Телеком-операторы, благодаря чему они способны проводить самый глубокий анализ данных.

Технологии Big Data присутствуют во многих отраслях бизнеса. Они

получили широкое распространение в здравоохранении, торговле, логистике, телекоммуникациях, а также в государственном управлении (табл. 2).

Таблица 2 – Использование Big Data в разных сферах в России[3]

Сферы использования Big Data	Сколько % используют технологию	Главные плюсы внедрения технологий
Банковская	55.8%	1.Снижение уровня мошенничества 2.Снижение финансовых рисков
Телекоммуникационная	66.7%	1. Оптимизация контента, проверка подлинности. 2. Определние целевой аудитории для рекламы.
Промышленная	13.3%	1. Непрерывный контроль рабочих показателей. 2. Оптимизация производства
Нефтегазовая	22.1%	1. Оптимизация геологоразведочных работ. 2. Оценка производсвенных рисков.
Ритейл	33.2%	1.Предугадывание желаний покупателя. 2. Оптимизация работы в целом.
Энергетики и ЖКХ	7.1%	1. Оптимизация расхода энергии 2. Улучшение качества обслуживание клиентов.

Наше государство тоже не стоит на месте, пытаясь создать условия, необходимые для развития цифровой экономики, например, сейчас реализуется программа «Цифровая экономика Российской Федерации». Указом Президента РФ от 9 мая 2017 г. № 203 утверждена государственная программа «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 - 2030 г.», в рамках которой планируется развивать технологии Big Data [4].

Россия пытается избавиться от барьеров в развитии Big Data, в частности, таких как безопасность и конфиденциальность, нехватка специалистов, недостаточность информационного обеспечения в компаниях, а также сложность интеграции, и, самое важное, стоимость технологии, и импортных комплектующих. Добавить к этому можно уменьшение капиталов, и остановка инвестиций.

Таким образом, в данной работе были рассмотрены некоторые аспекты рынка больших данных, выявлены положительные стороны развития данного направления, а также были указаны прогрессивные программные инструменты, существующие на данный момент. Проанализировав место Big Data в развитии цифровой экономики России, можно подойти к логическому выводу. В современном информационном мире люди ежедневно будут сталкиваться с большим объёмом информации. Как видно из результатов исследований ведущих аналитических компаний, в скором времени с Big Data придется столкнуться каждому, кто занимается данными. И поэтому стоит выбирать направления развития уже сейчас, потому что объем данных будет только расти. Поэтому Россия берет верный курс развития данной технологии, а вышеизложенные барьеры не должны помешать в реализации стратегии развития информационного общества.

Список использованных источников:

1. Аналитический обзор рынка Big Data. [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.sostav.ru/publication/big-data-razmer-ne-imeet-znachenie-31028.html .
2. Обзор рынка Big Data. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://habrahabr.ru/company/moex/blog/256747/
3. Статья Большие данные (Big Data) в России [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Большие_данные_(Big_Data)_в_России.
4. Указ Президента Российской Федерации от 09.05.2017 № 203 "О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 - 2030 годы" [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201705100002 .

УДК 65.011.44

Ламеко Е.А.,
Фурман А.А.

КРИПТОВАЛЮТА: ФИНАНСОВАЯ ПИРАМИДА ИЛИ БУДУЩЕЕ ЭКОНОМИКИ?

Научный руководитель: ст.пр. Бедретдинова Е.Н.
Гродненский государственный университет им. Янки Купалы,
Республика Беларусь, г. Гродно
grufox3@yandex.by

Виртуальные валюты и, в особенности, криптовалюты подходят для виртуальной экономики лучше, чем традиционные деньги на банковских счетах. В статье конкретизируется понятие «виртуальные деньги» и «криптовалюта», перечислены достоинства и принципы работы криптовалюты, определены направления развития криптовалютного рынка.

Ключевые слова: биткоин, блокчейн. виртуальные деньги, криптовалюта.

Понятие «криптовалюта» появилось сравнительно недавно и окончательно закрепилось только в 2011 году, в связи с публикацией статьи «Crypto currency» в журнале «Forbes», посвященной системе Биткоин. Возможно именно из-за этого многие ошибочно ассоциируют его с этой платежной системой. Распространение же сам термин получил пару лет назад, когда интерес общественности к криптовалютам внезапно возрос вместе со стоимостью некоторых денежных единиц подобного типа. Теперь каждый второй человек знает или, как минимум, слышал такие слова, как «ферма» или «майнить», а также осведомлен, что «цифровую» валюту вполне можно конвертировать в реальные деньги. Однако, практически никто не знает о принципе работы блокчейна и том, как на этом можно зарабатывать. Так что же такое криптовалюта? Давайте разберемся.

«Виртуальные деньги» достаточно быстро получили мировую огласку, а любая популярность, как известно, порождает огромное количество слухов, теорий и расследований. Так, если рассматривать принцип функционирования

цифровых платежных систем на примере Биткоина, то можно убедиться, что эксперты, изучающие подобные вопросы, в своем мнении разделяются на два лагеря: кто-то считает, что криптовалюты – это наше будущее, другие уверены, что это не более, чем очередная финансовая пирамида.

Сходятся ученые только в одном: блокчейн, на данный момент, можно считать самой загадочной технологией. По сути, это цепь блоков, содержащих информацию и выстроенных в определенной последовательности, то есть, так называемая, база данных. В мире криптовалют она используется чаще всего для возможности проведения транзакций, хотя и может быть распространена на любые другие сферы жизни. Например, технология активно используется в банковском секторе, земельном реестре и даже при удостоверении личности. Однако для нас, как обывателей, она наиболее известна как платежная система.

Впервые в данной функции блокчейн был использован при создании Биткоина. Пожалуй, это самая известная криптовалюта в мире. Поэтому нам будет проще разобраться в вопросе «виртуальных денег» именно на ее примере.

Говорить о том, что Биткоин не что иное, как финансовая пирамида, начали практически сразу после появления цифровой валюты, более того, дискуссии на эту тему происходят даже сегодня. Главная их причина — необычный рост курсовой цены Bitcoin в течение 2017-го. За год (с начала января по конец декабря) криптовалюта увеличилась в цене более, чем в 20 раз (почти с 1000 до 20000 долларов).

Особенно остро реагировали на «виртуальные деньги» жители СНГ, ассоциирующие криптовалюту в первую очередь с ваучерами из 90-х. Так, для жителей постсоветского пространства укрепилось мнение о том, что Биткоин – это своеобразный аналог МММ (общества, организованного Сергеем Мавроди и обманным путем разорившее более 10 миллионов человек). Упрочнению данных взглядов способствовало и то, что в начале 2014 года Мавроди была запущена «социально-финансовая сеть» MMM Global Republic of Bitcoin, работающая на основе одноименной системы.

Однако это всего лишь предрассудки. На самом деле, криптовалюты обладают рядом достоинств, отличающих их от финансовых пирамид:

- нет необходимости вложения ощутимой суммы денег. Например, в Биткоин можно вложить любую сумму денег. Нижнего порога вклада для этой системы просто не существует;
- получение прибыли происходит не за счет привлечения новых клиентов и продажи им какого-либо актива. Если схема работы финансовых пирамид построена таким образом, что все ее члены зарабатывают за счет привлечения новых людей, то к криптовалюте это не имеет никакого отношения;
- отсутствует завышенная цена, которую может менять учредитель на свое усмотрение. В ситуации с «виртуальными валютами» цена диктуется рынком и не зависит от конкретного человека или правительства;
- отсутствует запутанный план выплат, созданный для того, чтобы вы никогда не получили свои деньги. В системе Биткоин контроль своих средств

осуществляют сами пользователи;

- нет, так называемых, «фантастических обещаний». Если в классической пирамиде вы должны сразу вложить определенный процент денег в пирамиду, а также привлечь в систему некоторое количество людей, чтобы получить прибыль, то покупая криптовалюту, вы просто покупаете её. Курс может вырасти или упасть, но баланс вкладчика от этого никак не изменится.

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что принцип работы криптовалют не имеет ничего общего с функционированием финансовых пирамид. На примере того же Биткоина, можно убедиться в том, что «цифровые деньги» похожи скорее на «финансовый пузырь». В этом уверены и многие эксперты. Так, подобную гипотезу выдвигает Нобелевский лауреат, ученый-экономист Роберт Шиллер. И с ней сложно поспорить, ведь тенденция к «превращению в пузырь» у любой новаторской идеи вполне очевидна, так как затруднительно оценить её реальную стоимость. Сложно оценить и какое место она займёт в обществе. Именно по этой причине акции компании-производителя начинают расти, хотя сама технология может очень долго не приносить какой-либо прибыли. Кроме того, считается, что все «пузыри» рано или поздно «лопаются», а последствия подобных «взрывов» становятся катастрофическими для инвесторов. Но важно помнить, что вместе с тем, крах финансового пузыря способствует переориентации инвестиций. Она начинается еще в условиях депрессии и обеспечивает выход из нее, реализующийся, как правило, одновременно с ростом новых отраслей.

Можно сказать, что постепенно потенциал новых технологий становится очевиднее, и это способствует развитию всех сфер экономики, что приводит уже к формированию «положительного» финансового пузыря, который стимулируется позитивными ожиданиями.

Важно помнить, что множество рынков, переживших в своё время «пузыри», смогло оправиться от падения и сегодня процветает, а технологии, разработанные в то время, прочно вошли в нашу жизнь. Например, можно вспомнить историю с крахом биржи доткомов в начале нулевых.

Говоря о финансовых пузырях, часто вспоминают и об истории с «тюльпаноманией» в 1636-1637 годах в Нидерландах, однако кризис на рынке тюльпанов тогда почти не повлиял на главные отрасли голландской экономики — судостроение, сельское хозяйство, по этой причине национальный кризис так и не начался. Больше того, именно этот период принято считать «золотым веком» Нидерландов.

Таким образом, мы убеждаемся, что, если криптовалюты и являются финансовым пузырем, то однозначно отрицательно относится к ним не стоит. Важно понимать, что «пузырь» не всегда влечет за собой только негативные последствия. Разумеется, Биткоину ещё предстоит побороть фундаментальные проблемы с масштабируемостью. Но это технический вопрос, который может быть решён. Так что вряд ли затяжное падение, которое мы наблюдали перед Новым Годом в 2018-ом, это крах проекта. Скорее этот процесс можно назвать закономерной стабилизацией рынка.

Но куда важнее то, что Биткоин и образовавшийся вокруг него «пузырь» -

это не весь рынок криптовалют. Существуют куда более доступные альтернативы, которые, к тому же, считаются более безопасными по сравнению со своим популярным аналогом. Таким, например, является Эфириум. Эфир, безусловно, быстрее, чем Биткоин — транзакции занимают несколько секунд, а не минут. Но на этом он не останавливается. Он все еще основан на блокчейне и работает как средство сбережения, но сторонники рассматривают его как платформу для распределенных вычислений, которая поставляется со своей встроенной валютой, собственно «эфиром». Блокчейн сети Эфириум — это более сложная конструкция, способная хранить компьютерный код и использовать мощность процессора для исполнения команд. Валюта «эфир» представляет эту мощность процессора, поэтому идея состоит в том, что предприятия, правительства или отдельные лица будут покупать и продавать эфир для того, чтобы получить огромные ресурсы сети Эфириум для запуска своих сервисов.

Первое из этих приложений известно в качестве «умных контрактов». Это способ автоматизации контрактов и соглашений — их исполнение наступает при выполнении соответствующих условий. Этот механизм можно использовать везде, например, для создания платежных систем, которые будут выпускать деньги при завершении работы, или для авторизации пересылки товара после внесения платежа.

Нельзя забывать и про то, что уже в день выхода первого биткоина было известно, что в рамках сети выйдет строго определенное количество монет — 21 миллион. Сегодня в обращении людей находится чуть больше 17 миллионов BTC. Последний же биткоин будет добыт только в 2140 году.

А что с эфиром? Первоначально выпуск монет ETH тоже строго ограничили: 72 миллиона монет. Немного поразмыслив, разработчики пришли к выводу не ограничивать количество выпускаемых в оборот денег. Единственная рамка: в год можно добыть не более 18 тысяч ETH. В обращении пользователей находится уже более ста миллионов монет (в шесть раз больше, чем выпущенное количество биткоинов).

С точностью утверждать можно только одно, криптовалютный рынок будет развиваться. И на данный момент, согласны с этим практически все экономисты.

Спрос на цифровые монеты растет, тем самым увеличивая их стоимость из-за ограниченной эмиссии. Будущее криптовалют можно коротко описать следующими тезисами:

- постепенное внедрение электронных монет в жизнь обычных людей — ими можно будет рассчитаться за коммунальные услуги или купить хлеба и молока в магазине;
- децентрализованные системы не заменят банки полностью, но они будут дополнять друг друга.

В конечном итоге устойчивый рост будет зависеть от полезных приложений. Все больше компаний сейчас принимает Биткоин в качестве способа оплаты, и все больше сервисов используют сеть Эфириум.

Список использованных источников:

1. Биткоин: долгосрочные перспективы рисуют большие возможности [Электронный ресурс] // CoinSpot [сайт]. [2013-2018]. URL: https://coinspot.io/world/bitkoin-dolgosrochnye-perspektivy-risuyut-bolshie-vozmozhnosti (дата обращения 16.02.2019).

УДК 331.108(100)

Писарева Ю.С.

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ СИСТЕМЫ ПОДГОТОВКИ, ОБУЧЕНИЯ И ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ПЕРСОНАЛА

Научный руководитель: д.э.н., проф. Лукьянченко Н.Д.
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
ДНР, г. Донецк
e-mail: ef.dispetcher@mail.ru

В статье представлен анализ зарубежного опыта переподготовки, и повышение квалификации в Америке, в Японии и европейских странах.

Ключевые слова: Переподготовка, обучение персонала, зарубежный опыт.

В современных условиях управление персоналом характеризуется как сложное явление. Различные государства мира проводят совершенствование концепций профессионального обучения персонала, отталкиваясь от их социально-экономического формирования как исторических, так и культурных специфик. В данной статье проведен анализ различных аспектов обучения на примере Соединенных Штатов Америки, Японии и некоторых европейских стран. Подробным изучением и улучшением качества подготовки персонала и производства занимались: Дж.Харрингтон, Т. Санталайнен, А. Татарников и другие.

Инновационное развитие ведущих стран обуславливается потребностью разнообразить экономику, технологического обновления всех видов промышленности, повысить и улучшить качество трудового потенциала, как важнейшего составляющего инновационной экономики.

В условиях европейской интеграции актуальным становится обучение и подготовка новых кадров, повышение квалификации и их переподготовка. Это является главным условием для экономического роста организаций и для их авторитета.

Так специалисты международного рекрутингового агентства Kelly Services, в 2012 году провели исследование «Мотивация персонала на российском рынке труда». Согласно полученным результатам, основные факторы для сотрудников в России это финансовая составляющая и развитие, ради которых они готовы мириться со многими неудобствами в рабочем процессе. Самыми привлекательными работодателями в глазах сотрудника выглядят международные компании – 62% респондентов хотели бы работать в международной компании. В то же время рейтинг российских работодателей невысок: только 23% хотели бы работать в отечественных компаниях (рис.1). [1].

В 2015 году ситуация обстояла таким образом, что все чаще отечественные специалисты предпочитают работать в зарубежных компаниях. С каждым годом эта тенденция увеличивается, так как за рубежом кадры являются самым ценным и дорогостоящим ресурсом для каждой организации. Это и многое другое побуждает сотрудников выбирать именно зарубежные компании. Отечественным компаниям следует обратить внимание на то, что положительно влияет на эффективную деятельность персонала. В первую очередь, стоит рассмотреть изучение зарубежного опыта переподготовки и повышения квалификации персонала.

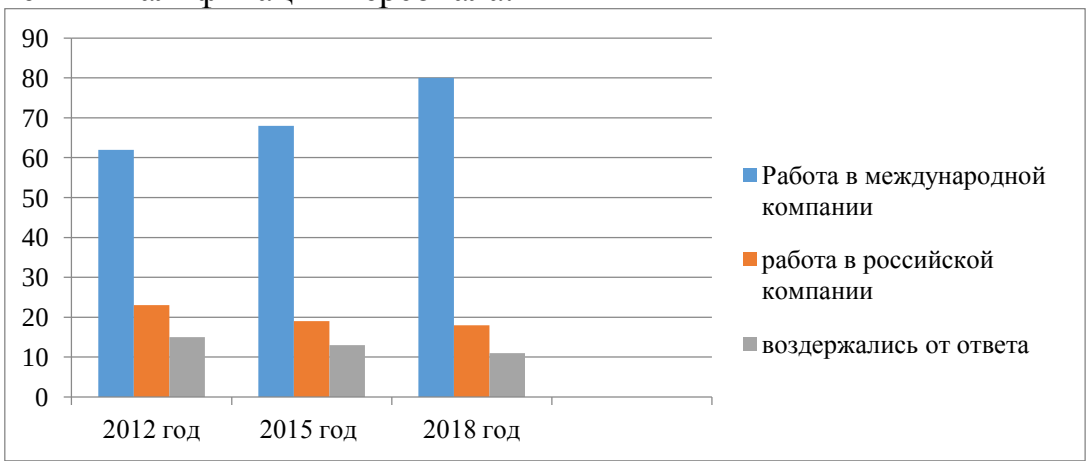

Рисунок 1 - Сравнение популярности (в процентах %) международных и российских компаний за 2012-2018 г.г.

Существует несколько основных причин того, почему развитие и повышение квалификации персонала в настоящее время приобрело особую популярность [2, с. 9]: век информации – быстрые технологические изменения; изменения требований к рабочей силе; дифференциация навыков, особенно в высокотехнологичных и наукоемких областях; постоянные организационные изменения.

Обычно термин «развитие» (повышение квалификации) относилось к сравнительно небольшому по численности управленческому звену в крупных компаниях. В настоящее время возникла необходимость в перераспределении руководства. Численность и определенная масса руководителей и специалистов возросли, что усилило потребность в повышении профессиональной квалификации. Действительно, постоянное повышение профессиональной квалификации теперь выдвигается в качестве обязательного требования большинством профессиональных ассоциаций. Развитие информационной экономики, сопровождается существенными изменениями на рынке труда и профессиональных обязанностях. Мы перешли от промышленной системы изготовления и перемещения продукции к системе сервисного обслуживания и решения всевозможных задач.

От компетентного руководителя зависит не только умение грамотно организовать рабочий процесс, но и развивать компанию, находить решение проблем. Базовое обучение формирует лишь основу для профессиональной карьеры, а в современных условиях требуется повышение квалификации полученных знаний и навыков работников. Работа и обучение должны быть

едиными, ведь если работники не имеют возможности повышать квалификацию на рабочем месте, их знания постепенно устаревают и специалист становится невостребованными. Ведущие организации, которые контролируют процесс обучения своих сотрудников, автоматизируют свои требования с помощью специальных программ. Каждый сотрудник имеет доступ к своему профилю в системе. Это позволяет персоналу в режиме реального времени проходить аттестацию, сдать необходимые нормативы, а руководству отслеживать информацию по уже полученным итогам проведения курсов. Благодаря такому подходу учебный процесс может выстраиваться наиболее удобным для сотрудников образом. А компания, в свою очередь, имеет возможность оптимально использовать трудовые и финансовые ресурсы.

Согласно сведениям департамента труда США, среднестатистический американский работник, входящий в данный момент в ряды рабочей силы, будет не менее трех раз на протяжении своей трудовой «жизни» менять вид своей деятельности. Теория подготовки, переподготовки и повышения квалификации сотрудников в компании с одной стороны должна соответствовать изменениям потребностей производства, а с другой – гарантировать сотрудникам возможность обучения в соответствии с их интересами [2, с.76].

Хорошая организация сотрудников оказывает огромное воздействие на экономический подъем, равно как и персонал, владеющий необходимым объемом знаний, умений и способностей, гарантируют наиболее высокую эффективность и качество труда при рациональном использовании ресурсов. Для активации работы сотрудников, ведущие частные компании Америки ввели совершенствование материального стимулирования, которое связали с показателями максимальной прибыли компании.

В европейских странах организация по подготовке и повышению квалификации управленческого персонала проходит в основном через академии и курсы [3, с.122]. Подготовка германских управляющих осуществляется согласно четырем основным направлениями: подготовка управляющих высшего звена, владельцев различных учреждений и организаций, членов правлений (советов); подготовка высшего административно-управленческого персонала, директоров, управляющих филиалов; подготовка среднего административного звена, руководителей отделов, групп и старших мастеров; подготовка управляющих низшего состава, мастеров участков, заведующих бюро и т.д.

В Финляндии разработали свой метод касательно процесса управления и повышения квалификации и навыков своих сотрудников, так называемое управление по результатам. Управление по результатам - это совокупная система управления, мышления и развития. В процессе проведения контроля по квалификации сотрудников выясняется, как выполняются поставленные задачи персоналом, касательно продвижения по карьерной лестнице и жизненных планов каждого.

Управление по результатам можно определить, как процесс, направленный на достижение коммерческих результатов, в котором: с

помощью процесса планирования определяются стремления компании; осуществление планов подкрепляется ежедневным контролем подчиненных и окружением в целом. Стимулом к разработке системы управления по результатам послужила неудовлетворенность руководителей финских предприятий американской системой управления по целям. Определенное влияние на развитие такого типа управления оказало также японское управленческое мышление.

Финская школа управления на сегодняшний день одна из наиболее молодых. Финляндия является крупным торговым партнером стран Балтии, России и Украины, поэтому опыт управления организациями в Финляндии представляет для них наибольший интерес в силу того, что эта концепция на практике приносит ощутимые плоды.

Основная концепция авторов современного финского менеджмента (Тимо Санталайнена, Эеро Воутилайнена,) [4, с.89], в течение последних двадцати лет, активно работающих в области совершенствования системы управления организациями в Финляндии, посвящена нацеливанию руководителей на результативность. Концепция управления по результатам формировалась постепенно. Эта система уже внедрена и эффективно работает на многих предприятиях и организациях Финляндии. Заметные успехи в экономике, особенно за последнее время, – веское доказательство умелого управления. Управление является взаимодействием между руководителем и подчиненным ему персоналом, гармоничным сочетанием человеческих и материальных ресурсов в целях выполнения задач и достижения целей, стоящих перед организацией. Основная концепция управления по результатам состоит в том, что организация не представляет никакой ценности сама по себе, однако, объединяет отдельных индивидов и их группы для достижения определенных целей.

В Японии уделяется значительное внимание развитию всех направлений подготовки и переподготовки кадров [5, с.98]. Согласно данным ряда социологических исследований, квалифицированный японский работник расходует на профессиональную подготовку в шесть раз больше времени, чем сотрудник американской компании.

В последние годы в Японии много внимания уделяется развитию способностей моментально перестраиваться с одного типа деятельности на другой, а профессиональная подготовка обретает универсальный характер. Повышение квалификации осуществляются в рамках двух базовых систем подготовки. Одна система содержит в себе различные межотраслевые программы как общеобразовательные, так и специализированные, направленные в эти либо другие категории работников. Эти программы обычно осуществляются в муниципальных либо частных центрах.

Иная концепция подготовки является наиболее специализированной и включает в себя различные внутрифирменные курсы, которые, как правило, работают независимо друг от друга. Данные системы тесно связаны между собой, по сути, выступая единым механизмом массовой подготовки и переподготовки как высококвалифицированных специалистов (включая рабочих), так и профессиональных менеджеров в соответствии с потребностями

рыночной экономики. Большая часть крупных японских компаний предпочитает брать на себя практически все расходы по подготовке всех категорий сотрудников. Эти программы, как правило, весьма насыщенны и нацелены преимущественно на специфику работы данной компании.

Следовательно, из выше сказанного, в мире нет единой системы подготовки и переподготовки кадров. Любая страна использует свой опыт, который сложился в нем и дает определенный результат. Профессиональная подготовка оказывает огромное влияние на экономический рост, который так необходим в условиях крайне нестабильной экономической и политической ситуации. Это касается и персонала, обладающего необходимым объемом знаний, умений и навыков, для обеспечения более высокой производительности и качества труда при оптимальном использовании ресурсов. Зарубежный опыт полезен не только для стран постсоветского пространства, но и для непризнанных республик. Так как именно здесь особенно важно правильно использовать и применять имеющиеся ресурсы.

Список использованных источников:

1. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс]: http://www.marketing.spb.ru/mr/social/entertainment-mediaoutlook.htm.

2. Питер, Ш. (Peter Shayle) // Эллитариум.// [Электронный ресурс]: http://www.elitarium.ru/povyshenie-kvalifikaciya-rabota-navyk-organizaciya-obuchenie-vozmozhnost/

3. Татарников, А. А. Управление кадрами в корпорациях США, Японии, Германии / А. А. Татарникова. –М.: ИНЭ, 1992. – 156 с.

4. Санталайнен,, Т. Управление по результатам : пер. с финск. / общ. ред. и предисл. / Т Санталайнен, Я. А. Лейманна. – М. :Издательская группа «Прогресс», 1993,– с. 21

5. Шонбергер, Р. Японские методы управления производством. / Р. Шонбергер. – М.: Экономика, 1988. – с. 98

УДК 339.138

Семенова А.В.

МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА ОРГАНИЗАЦИИ СФЕРЫ УСЛУГ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Матюшкина И.А.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
ana-flor@mail.ru

Необходимым условием рационального принятия управленческих и предпринимательских решений является оценка эффективности маркетинговой деятельности сферы услуг. В данной статье будет рассмотрена теоретическая основа современных проблем маркетинговой политики организации сферы услуг.

Ключевые слова: сфера услуг, маркетинговая политика, функции маркетинговой политики.

В современной науке эффективность результатов хозяйственной деятельности определяется соотношением двух базовых величин –

производственных затрат и конечных результатов хозяйственной деятельности. Существует два основных условия, обуславливающих необходимость повышать эффективность производства, первое условие – ограниченность всех видов ресурсов – трудовых, финансовых, природных и материальных, второе условие – действие экономических законов. Важной составляющей производственно-хозяйственной деятельности организации сферы услуг выступает маркетинговая политика, основанная на взаимозависимости предпочтений потребителя и производственных сил.

Маркетинговая политика может быть направлена на достижение различных целей, но базовыми из них являются повышение качества услуг и продукции и улучшений условий для их покупки. Одним из инструментов, позволяющих повысить эффективность производственно-хозяйственной деятельности сферы услуг является маркетинговая деятельность, которая позволяет повысить рентабельность деятельность, обеспечивает рост объемов продаж и прибыли, снижение себестоимости. Каждая организация сфер услуг заинтересована в успешном развитии своей маркетинговой деятельности. В частности, необходимо знать, как успешно управлять реализацией в жизнь маркетинговых усилий. Маркетинговая политика является основой успешного бизнеса. Именно ее наличие определяет, каким видом деятельности заниматься, сегмент рынка в котором будет работать и как будут, проинсталлированы бизнес-процессы организации [1, с. 19].

Маркетинг имеет несколько функций, которые представляют собой отдельные виды маркетинговой политики:

- первая функция – аналитическая. Данная функция направлена на анализ, потребителей, товара, рынка в целом, а также на изучение внешней и внутренней среды организации сферы услуг;

- вторая функция - продуктово-производственная, включает в себя организацию внедрения новых видов услуг, новых технологий предоставления услуг, управление конкурентоспособностью услугами и регулирование качества услуг;

- третья функция – сбытовая, отвечает за организацию сервиса, формирование рыночного спроса на услуги, разработку систем продвижения и сбыта услуг;

- четвертая функция – управление и контроль, отвечает за организацию коммуникационных процессов в процессе реализации услуг и создание актуальных организационных структур управления [2, с. 112].

Схема маркетинговой политики организации сферы услуг представлена на рисунке 1.

Маркетинговая политика оказывает большое влияние на результаты хозяйственной деятельности, так как она нацелена на обеспечение долговременной экономической устойчивости предприятия, на повышение эффективности производственно-хозяйственной деятельности, а также на поиск и закрепление связей с покупателями и партнерами.

Важным этапом в процессе разработки и реализации маркетинговой политики организации сферы услуг является разработка маркетинговой

стратегии. Известно, что для развития и оптимизации бизнеса необходимо приложить максимальные усилия, провести разработку эффективного плана по реализации желаемых задач, этому способствуют правильно выбранные маркетинговые стратегии.

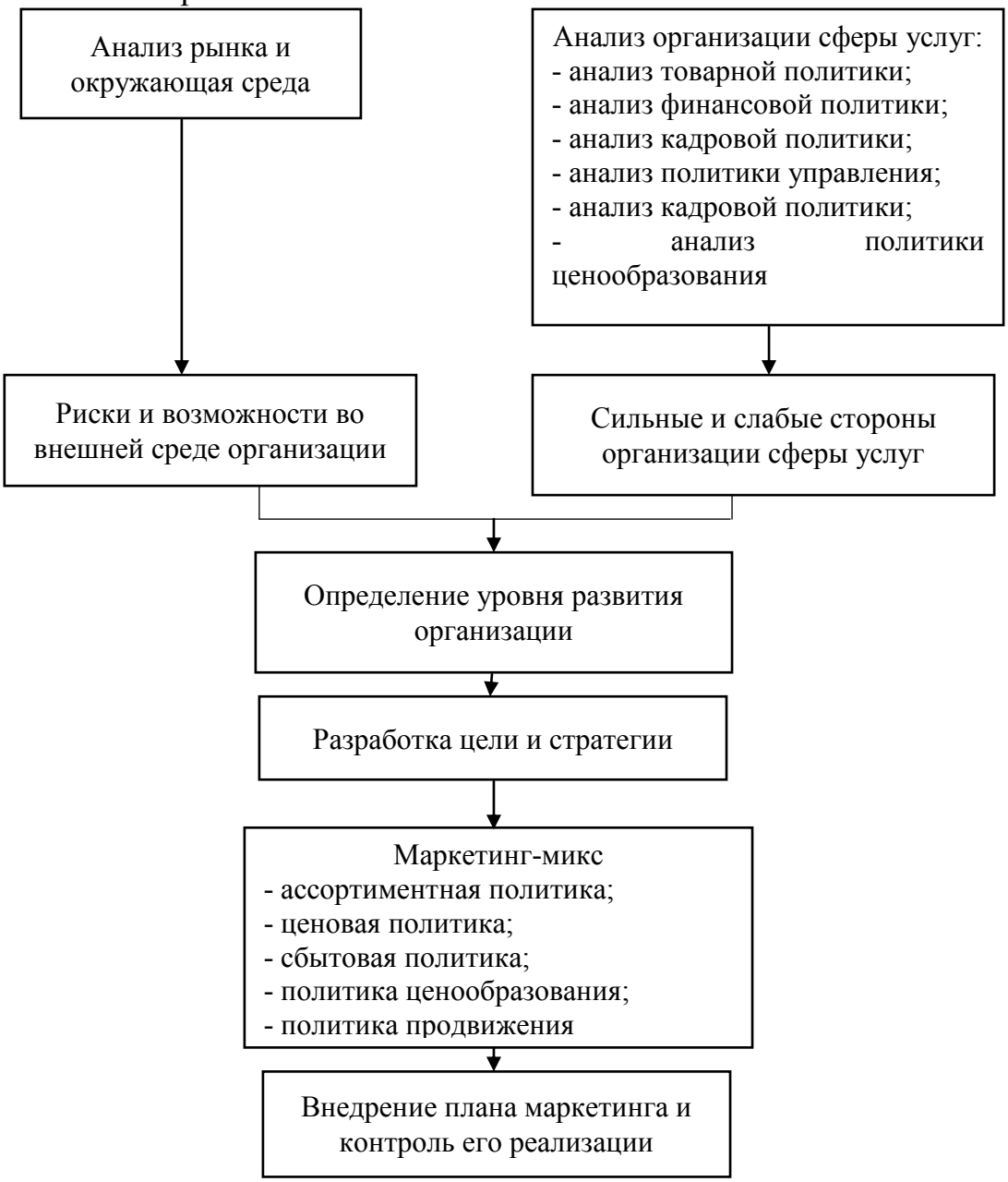

Рисунок 1 – Схема маркетинговой политики организации сферы услуг []

Маркетинговая стратегия – это развернутый план ведения и организации рабочего процесса.

При определении стратегии в большой степени необходимо руководствоваться сегментом современного рынка, и смотреть, не сократится ли он в будущем.

Маркетинговые стратегии имеют определенные цели:

- рыночные (внешние) цели - увеличение рыночной доли, числа клиентов, объема продаж (услуг);

- производственные (сбытовые) цели - обеспечение планируемого сбыта, его рост, стимулирование продаж услуг;

- организационные цели - реорганизация структуры управления, повышение квалификации персонала;

- финансовые цели - сокращение расходов, увеличение доходов, рентабельности [3, с. 94].

Таким образом можно сказать, что маркетинговая политика оказывает огромное влияние на результаты хозяйственной деятельности, так как она нацелена на обеспечение долговременной экономической устойчивости предприятия, на повышение эффективности производственно-хозяйственной деятельности, а также на поиск и закрепление связей с покупателями и партнерами.

Список использованных источников:

1. Банчева, А.А. К вопросу о маркетинговой политике предприятия (маркетинговая политика в теории и практике) / А.А. Банчаева // Маркетинг в России и за рубежом. - 2017. - № 6. - С. 14-23.

2. Безрутченко, Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие / Ю.В. Безрутченко. - М.: Дашков и К, 2019. - 232 с.

3. Буякова, И.А. Инновационная модель развития региона / И.А. Буякова, О.М. Михалева // Вестник Брянского государственного университета. 2012. - №3-1. – С. 92-95

УДК 339.142

Семенькова Т.М.

ПЛАНИРОВАНИЕ РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА В ТОРГОВЛЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Сильванович В.И.
Гродненский государственный университет им. Янки Купалы,
Республика Беларусь, г. Гродно
www.taisa.s.2017@mail.ru

Одним из основных условий существования организации розничной торговли является получение прибыли за счет роста выручки от реализации товаров (товарооборота). В данной статье приведены составляющие планирования розничного товарооборота и рассмотрено решение проблем развития розничной организации.

Ключевые слова: планирование, розничный товарооборот, объем розничного товарооборота.

Розничная торговля представляет собой заключительную стадию процесса распределения-продажи товара конечному потребителю без дальнейшей перепродажи. Система распределения включает в себя все организации и людей, участвующих в процессе перемещения товаров и услуг, а также в передаче права собственности на товары и услуги от производителя потребителю, то есть покупка определенной услуги может быть основной целью потребителя или составной частью приобретения материального товара.

В процессе своей деятельности организация должна разрабатывать прогнозы развития на основании предыдущих периодов.

Данный процесс называется планированием, или выполнением

намеченной системы организационных действий с указанием налаженного состояния, последовательности и сроков. Планирование является экономическим методом руководства деятельностью организации. С точки зрения применения этой категории к организации, планирование представляет собой процесс экономического обоснования основных показателей хозяйственно-финансовой деятельности организации на основании использования внутренней и внешней информации на будущий период. По отдельным крупным торговым сделкам или инвестиционным проектам разрабатываются бизнес-планы, которые представляют собой конкретную программу действий организации в данном направлении, включающую описание проекта, анализ рынка и конкурентов, план продаж или строительства (реконструкции), план финансирования со сроками возврата кредита, расчет предстоящего эффекта (эффективности) от реализации проекта [1, с. 98].

Одним из основных показателей эффективности хозяйственной деятельности организации розничной торговли является **розничный товарооборот**. Правильная организация коммерческой работы в рамках розничной торговли способствует росту товарооборота, достаточно полному удовлетворению совокупного спроса населения и получению коммерческого успеха.

Целью планирования розничного товарооборота является определение экономически обоснованного его объема на будущий период на основании рационального и эффективного использования экономических ресурсов и повышения культуры и качества обслуживания потребителей. Основой для планирования розничного товарооборота является его комплексный анализ за предшествующие годы. Объем розничного товарооборота находится в тесной зависимости от денежных доходов населения и товарных ресурсов. Он обеспечивает организации получение необходимой величины доходов и прибыли. Задачами планирования розничного товарооборота выступают:

1) оценка объема спроса населения, его доходов в планируемом периоде;

2) выявление объема товарных ресурсов в планируемом периоде;

3) обеспечение соответствия плана розничного товарооборота покупательным фондам и товарным ресурсам;

4)увеличение темпов роста объемов продаж, в том числе на одного жителя обслуживаемого населения;

5) оптимизация структуры товарооборота;

6) обеспечение получения необходимых доходов и прибыли.

Источниками информации для целей составления плана розничного товарооборота служат результаты анализа за предшествующие годы; показатели прогноза социально-экономического развития Республики Беларусь и зоны деятельности организации (темп роста розничного товарооборота Беларуси, темп роста потребительских цен, темп роста реальных денежных доходов населения); численность и денежные доходы обслуживаемого населения; нормативные документы вышестоящих организаций, регулирующие вопросы планирования показателей.

Всего выделяют три этапа планирования розничного товарооборота:

1) планирование общего объема розничного товарооборота;

2) планирование объемов продаж по конкретным товарным группам;

3) распределение плана розничного товарооборота по периодам года (кварталам, месяцам), по объектам торговой сети [1, с .215].

Объем розничного товарооборота организации состоит из суммы объемов продаж ее структурных подразделений (магазинов). При этом используются данные для определения планового товарооборота торговых объектов:

1) ассортимент реализуемых товаров каждым магазином (определяются, какие группы товаров занимают основное место в товарообороте, по каким из них сложились более высокие темпы роста продажи и как сохранить положительные тенденции);

2) сегменты рынка и контингент потребителей (оцениваются запросы и потребности покупателей путем обобщения и выделения специфики);

3) доля каждого магазина в товарообороте организации (оцениваются тенденции изменения товарооборота магазинов за 3-5 лет, предшествующих планируемому году);

4) опыт эффективно работающих магазинов и возможности его использования другими магазинами;

5) причины плохой работы отдельных магазинов (рассчитываются пути повышения эффективности их деятельности в предстоящем периоде).

Следует учитывать, что отток покупателей имеет место из-за медленного обслуживания, перебоев в торговле отдельными товарами, несоблюдения сроков поставки, низкого качества товаров, грубого или неквалифицированного персонала. Решением может служить создание мобильной базы поставщиков (четкое определение частоты поставок, сроков закупок), правильная планировка торгового зала (по движению покупателей), выкладка товаров (возможность взять, не задев соседний товар-доступность), инвентарь, освещение, фоновая музыка, униформа продавцов. Организации следует обращать внимание на выбор имиджа по своим возможностям и стратегии дальнейшего развития. Планирование товарооборота по магазинам должно включать в себя четкую постановку целей, стимулирование труда сотрудников, контроль за оборотными средствами, анализ жалоб покупателей и причин несостоявшихся покупок, определение существующих тенденций и путей решения имеющихся проблем. Необходимо чтобы каждый работник был ознакомлен с должностной инструкцией, полномочиями и обязанностями, которые ему придется выполнять, а также иерархию власти (порядок подчиненности в организации)

Разнообразие типов магазинов и условий их деятельности требуют дифференцированного подхода к обоснованию их планов (товарооборота). Во всех случаях учитывают материалы анализа розничного товарооборота, сложившиеся темпы развития товарооборота, его размеры на одного работника и одного покупателя, удельный вес товарооборота каждого магазина в общем товарообороте организации и т. п. Следует учитывать, что наибольшего темпа роста добиваются магазины с большей торговой площадью и большим ассортиментом товаров (включающие в себя как продовольственные, так и

непродовольственные группы товары). Следует учитывать и другие условия: месторасположение магазинов (на интенсивных покупательских потоках и на окраинах и т. п., в сельской или городской местности), наличие конкурентов (выход: увеличить затраты на рекламу).

При определении объема товарооборота по структурным подразделениям может быть применен метод технико-экономических расчетов (нормативный). В качестве норматива может использоваться размер товарооборота в расчете на 1 $м^2$ торговой площади. Данные нормативы должны быть дифференцированы в зависимости от товарной специализации торговых объектов, отделов или секций, объема товарооборота на одного покупателя, зоны деятельности, местонахождения, продолжительности работы. В случае отсутствия нормативов в их качестве можно использовать наилучшие показатели, достигнутые аналогичными конкурирующими субъектами хозяйствования. При разработке плана розничного товарооборота по периодам года (кварталам, месяцам) необходимо учитывать влияние многих факторов, в том числе покупательную активность населения, особенности покупательского спроса, равномерность завоза товаров по периодам года. Для распределения годового плана товарооборота по кварталам и месяцам необходимо основываться на сложившихся пропорциях в предшествующие годы. Для этого можно применять метод скользящей средней, используя динамические ряды удельных весов квартальных и месячных объемов продаж в годовом товарообороте, находя таким образом прогнозную долю продаж в товарной группе или торговом объекте каждого месяца и квартала. Для этих расчетов целесообразно применение соответствующего программного обеспечения. При разработке внутригодичного плана товарооборота также может быть использован и метод относительной средней. При использовании данного метода определяются следующие показатели:

1) среднеквартальный (среднемесячный) оборот за каждый год;

2) сезонные колебания товарооборота по кварталам (месяцам) за каждый год;

3) индексы сезонности товарооборота.

Объем товарооборота по периодам (кварталам, месяцам) на планируемый год определяется умножением среднего показателя товарооборота за период (квартал, месяц) планируемого года на уточненный индекс сезонности соответствующего периода (квартала, месяца) и делением на 100 %. Обоснованность плана проверяется на основе расчета темпов роста месячного плана товарооборота к плану товарооборота предыдущего месяца, к соответствующему месяцу прошлого года в текущих и сопоставимых ценах [1, с. 222-223].

Список использованных источников:

1. Сыроед, Т.Н. Экономика организации торговли: пособие для реализации содержания образовательных программ высшего образования I ступени и переподготовки руководящих работников и специалистов: в 2 ч. / Т.Н. Сыроед, А.З. Коробкин, Н.А. Сныткова; под общ. ред. А. З. Коробкина. — Ч. 1. – Гомель: УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2017. — 276 с.

УДК 331.23

Сергеенкова Е.А.

ФОРМЫ И СИСТЕМЫ ОПЛАТЫ ТРУДА В ОРГАНИЗАЦИИ СФЕРЫ УСЛУГ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Матюшкина И.А.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
radishkate@mail.ru

В настоящее время главными факторами, которые обеспечивают высокий уровень конкурентоспособности любой организации являются уровень квалификации рабочей силы в организации, уровень трудовой мотивации персонала организации. В центре внимания находятся проблемы формирования справедливой оплаты труда и эффективной занятости, создании гибких социальных выплат и различных режимов труда. В данной статье будет рассмотрена теоретическая основа оплаты труда в организациях сферы услуг.

Ключевые слова: сфера услуг, формы оплаты труда, системы оплаты труда, эффективность хозяйственной деятельности.

В современных условиях все большее внимание стали уделять вопросам организации заработной платы в рамках деятельности каждого отдельно взятого предприятия сферы услуг. Как известно современная экономическая наука рассматривает труд как один из ведущих секторов экономики, так как в нем формируется добавленная стоимость и сам труд выступает одновременно товаром.

Кроме того, современная практика хозяйствования организаций требует разработки новых подходов к формированию и организации оплаты труда в фирмах. Для этого необходимо учитывать новые принципы и подходы к построению эффективных систем оплаты труда с учетом специфики труда, масштабов деятельности, квалификации персонала и многих других факторов, оказывающих влияние на данный процесс. Рассмотрим основные формы и системы оплаты труда, применяемые в современных организациях сферы услуг.

Для применения сдельной формы оплаты труда необходимо соблюдение следующих условий:

- усилия работника определяют объемные показатели работы (показатели выработки);
- можно провести оценку количественных результатов как индивидуальной, так и коллективной работы, а также предварительно определить объем и трудоемкость выполняемых работ;
- экономически целесообразно разработать нормы затрат и конечных результатов труда;
- возможно разработать систему стимулирования повышения объема работ, выработки продукции, сокращение трудозатрат при правильной организации интенсификации труда сотрудников.

Сдельная оплата труда подразумевает правильную тарификацию работ, повышенное внимание к проведению контроля качества организации труда,

выпускаемой продукции и организации производственных процессов. При определении тарифов необходимо четко устанавливать денежные диапазоны каждой тарифа. Особенно важное выполнение контроля рациональной организации производства, так как в этом случае заработная плата сотрудника-сдельщика зависит от объема выполненных работ/

Повременная форма оплаты труда предполагает оплату отработанного времени, которое учитывается в табеле учета трудового времени и установление размера должностных окладов.

Основными условиями применения повременной формы оплаты труда являются:

- невозможность определения количественных результатов индивидуального или коллективного труда;
- сложность проведения предварительной оценки объема, номенклатуры, трудоемкости выполняемых работ;
- отсутствие возможность повлиять на интенсивность труда работника, и количественные результаты его работы (например, работа на автоматизированном, аппаратурном производстве, где количественный результат труда определяется технологическими параметрами оборудования и ее производительностью) [1].

Для организации повременной формы оплаты труда в компании нужно проводить правильную тарификацию сотрудников. Кроме того, в этом случае большое значение имеет четкая организация табельного учета, организации постоянного контроля времени, фактически отработанного сотрудником, фиксации времени простоя и т.д.

Повременная форма оплаты труда не подразумевает полный отказ от нормирования и учета показателей труда и трудозатрат. Так как отказ от этих элементов трудового процесса означал бы, что руководитель оплачивает время пребывание на рабочем месте, а не тот объем работ, который должен быть выполненным сотрудником в рамках реализации должностных обязанностей.

В этом случае при невозможности провести учет индивидуальных количественных результатов труда нельзя обойти процессы анализа уровня загруженности сотрудника во время рабочей смены, определения уровня потерь рабочего времени, лишних затрат рабочего времени.

Для организации нормирования деятельности повременщиков при выполнении конкретных заданий рекомендуется устанавливать четки е сроки окончания работ и сдачи результатов работы.

Так, например, для сотрудников, работающих по временной форме выплаты заработной платы следует устанавливать нормированные работы, выполнение которых будет выступать основанием для выплаты всего объема повременного заработка. Нормированные работы могут определять объем заданий за конкретный промежуток времени - за смену, неделю, месяц каждому сотруднику или объем заданий по производству продукции или выполнении планового объема работ (услуг) бригаде или участку. Они могут быть основаны на разработке графиков выполнения всех видов работ, входящих в общий объем задания, на установлении норм труда в форме технологических режимов

и параметров, различных видов ресурсов и т.д. [2].

Исходя из этого можно сказать, что в качестве основных критериев для выбора форм труда выступают:

- существование реальной возможности провести регламентацию методов или времени выполнения работ;
- возможность организовать нормирование результатов и затрат труда персонала;
- возможность оказать влияние на работника для увеличения объема выполняемой работы;
- наличие необходимости увеличить выпуск продукции или объем работ;
- возможность провести оценку трудоемкости и затратности нормирования труда и учесть его количественные результаты;
- возможность провести оценку к уровню требований, предъявляемых к качеству продукции [3].

В настоящее время существует большое количество систем оплаты труда. Рассмотрим основные из них более подробно.

Сдельная оплата труда, так же как и сдельная форма оплаты труда применяется в случае, если необходимо начислять заработную плату на основе фактически выполненного объема работ, выраженного натуральными показателями или количеством готовой продукции и утвержденных норм заработной платы за единицу произведенной продукции.

Выделяют несколько видов сдельной оплаты труда:

- индивидуальная сдельная оплата подразумевает организацию планирования и учета трудовых результатов по каждому рабочему;
- коллективная (или бригадная) оплата предусматривает проведение планирования и учета труда по бригаде или группе рабочих;
- прямая сдельная оплата предполагает получение работником заработной платы в соответствии с объемом выполненных работ по расценкам заработка, которые действуют за выполнение отдельных видов работ. В настоящее время данная разновидность сдельной системы оплаты труда применяется очень редко.
- сдельно-премиальная система подразумевает, что общий размер заработной платы определяется не только сдельными нарядами за фактически выполненный объем работ, но и получением премии за конечный результат (качество или сроки), в соответствии с действующими в организации расценками [2].
- аккордная оплата труда представляет собой одну из разновидностей сдельной оплаты труда. Она предполагает, что в качестве единицы продукции выступает изделие или комплекс работ и услуг, на которые составлена калькуляция трудозатрат и общий размер заработной платы.
- аккордно-премиальная система подразумевает, что кроме сдельного заработка, который начислен по нормативу, осуществляют выплату премии либо за результаты труда, либо за качество труда (например, за выпуск продукции высокого качества, за снижение нормативного срока выполнения работ).

Вторая система оплаты труда – повременная система оплаты труда. Может применяться в тех случаях, если нет возможности организовать и провести процессы нормирования трудозатрат или выплаты заработной платы осуществляется только на основе фактически отработанного работником времени [1].

Существует индивидуальная повременная оплата труда, предполагающая проведение учета и планирования затрат труда по каждому работнику и коллективная оплата труда, направленная на выплату заработной платы сразу целому структурному подразделению, в рамках которого на основе коэффициентов трудового вклада идет распределение средств, выделенных на оплату труда.

В рамках повременной системы оплаты труда выделяют следующие виды:

- прямая повременная оплата труда используется для начисления и выплаты заработной платы техническим специалистам и служащим: вахтерам, лифтерам, курьерам, охранникам, вспомогательным рабочим и т.п., когда заработная плата не связана прямо с качеством труда и не включает в себя никаких премиальных доплат;
- повременно-премиальная система оплаты труда употребляется для начисления и выплаты заработной платы вспомогательным рабочим высокой квалификации, которые работают на сложном оборудовании, машинах и механизмах. Они вместе с оплатой времени работы получают премию в случае высокого качество труда, безаварийной работы, сдачи в срок готовой продукции;
- окладно-премиальная система оплаты труда применяется для начисления и выплаты заработной платы руководителям и специалистам. В этой разновидности систем оплаты труда происходит разработка и установление в соответствии со штатным расписанием должностных окладов, которые отражают квалификацию сотрудника. Второй составной частью заработной платы в этом случае выступает премия за выполнение плана и получение качественных результатов труда. Премия выступает в роли дополнительной формы вознаграждения, которое может быть выплачено при перевыполнении плановых показателей в организации в целом или в отдельном ее структурном подразделении.

При этом может существовать индивидуальное премирование, которое направлено на выделение результатов работы отдельных сотрудников и коллективное премирование, которое преследует цель мотивации социальных групп в организации. В России более широкое распространение получили коллективные формы премирования, при которых человек оценивает свой вклад в достижение групповых результатов работы [4].

В целом можно сказать, что одной из наиболее актуальных проблем, которые требуют системного подхода и постоянного поиска путей развития и совершенствование является проблема формирования эффективной системы оплаты труда сотрудников организаций всех сфер и отраслей народного хозяйства.

Список использованных источников:

1. Владимирова, Л.П. Организация, нормирование и оплата труда на предприятиях отрасли / Л.П. Владимирова. – М.: Дашков и К, 2017. – 348 с.
2. Кокин, Ю.П. Экономика труда: учебник / Ю.П. Кокин, П.Э. Шлендер. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Магистр, 2016 – 686 с.
3. Пашуто, В.П. Организация, нормирование и оплата труда на предприятии / В.П. Пашуто. – М.: Кнорус, 2017. – 320 с
4. Буякова, И.А. Инновационная модель развития региона / И.А. Буякова, О.М. Михалева // Вестник Брянского государственного университета. 2012. - №3-1. – С. 92-95.

УДК 911.3:33+338.47

Терехова И.А.

ОПТИМИЗАЦИЯ ДОРОЖНОЙ СЕТИ ДЛЯ ВОВЛЕЧЕНИЯ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ

Научный руководитель: к.г.н., доц. Москаленко О.П.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск

В работе выделены локусы туристских дестинаций, в результате решения топографической задачи определена степень связности существующей сети автомобильных дорог и предложен вариант оптимизации транспортной доступности.

Ключевые слова: туристские дестинации, топографическая задача, индекс доступности.

В настоящее время Калужская область является одним из успешно развивающихся регионов ЦФО, и располагает многопрофильным комплексом туристско-рекреационных ресурсов. Однако сохраняется диспропорция между потенциальным спросом рекреационного обслуживания и туристическим потоком.

Туристическое обслуживание предъявляет высокие требования к развитию и созданию транспортной инфраструктуры, где на первое место выходит безопасность движения и комфортность обслуживания.

Цель данного исследования – изучение транспортной доступности локусов туристских дестинаций и расчет вариантов оптимизации дорожной сети.

Информационную базу исследования составляют данные официальных сайтов Калужской области [3], картографические материалы геопортала Яндекс-карты. В работе использован математико-картографический метод исследования.

В структуре туристско-рекреационного потенциала Калужской области насчитывается 507 объектов культурного наследия, из них 218 памятников федерального и 289 регионального значения. На территории области находится более 165 памятников природы, в число особо охраняемых природных территорий включены 4 объекта федерального и 140 объектов регионального

значения [4, 5]. Территориальные сочетания объектов рекреации федерального и регионального уровня позволяют выделить локусы туристских дестинаций (таблица 1).

Таблица 1 - Локусы туристских дестинаций Калужской области

№	Название	Наличие типов туристских объектов
1	Спас-Деминский	Градостроительные и архитектурные
		Исторические
		Археологические
2	Медынский	Градостроительные и архитектурные
		Исторические
3	Обнинск-Боровский	Градостроительные и архитектурные
		Археологические
		Исторические
4	Калужский	Градостроительные и архитектурные
		Исторические
5	Перемышльский	Градостроительные и архитектурные
		Археологические
		Исторические
6	Козельский	Градостроительные и архитектурные
7	Мещовский	Градостроительные и архитектурные
		Исторические
		Археологические
8	Мосальский	Исторические
		Градостроительные и архитектурные

Туристско-рекреационный сектор области предъявляет требования к дорожной сети для обеспечения как радиальных выездов, так и кольцевых многодневных маршрутов. Для развития въездного туризма важно показать максимальное количество объектов в ограниченное время и создать комфортные условия пребывания туристов.

Калужская область занимает 8 место среди субъектов ЦФО по плотности автомобильных дорог общего пользования (323 км дорог на 1000 км^2 территории), которые в зависимости от технических параметров подразделяются на пять категорий [6, 2].

Протяжённость автомобильных дорог по области с твёрдым покрытием составляет 6571 км, плотность – 168 км на 1000 км^2. 87% автодорог, находящихся в ведении «Росавтодора», соответствуют нормативным требованиям [6].

Основной автомобильной магистралью региона является М-3 «Украина», проходящая через города Балабаново, Обнинск, вблизи Малоярославца, Калуги, Сухиничи и города Жиздра. По территории области проходят участки федеральных автодорог: Р-92 «Калуга-Перемышль-Белев-Орел»; Р-132 «Калуга-Тула-Михайлов-Рязань»; А-130 «Москва-Малоярославец-Рославль-граница с Республикой Беларусь»; А-108 «МБК»; автодорога, соединяющая А-

130 и М-3 «Украина», протяженностью 7,5 км.

При разработке маршрутов для туристических групп приоритетом является безопасность движения, которая может быть обеспечена в первую очередь на дорогах 1 и 2 категории, где присутствует разделительная полоса. Для туристских поездок также возможно использовать дороги 3 категории, где ширина проезжей части 7 метров при отсутствии разделительной полосы. Поэтому в работе была рассчитана степень связности дорог 1, 2 и 3 категории при доставке туристов к выделенным локусам туристских дестинаций.

Анализ сетей является одним из традиционных методов географии. Сетевой анализ выполняется на различном уровне абстракции: от решения топологической задачи до топографической. В свою очередь, топографические задачи также имеют разную степень абстрагирования [1]. На данном этапе работ для вычисления индексов доступности (частных и суммарных) в работе учитывались расстояния между центрами локусов без учета насыщенности туристскими объектами. В таблице 2 представлены расчеты индекса доступности при существующей сети дорог 1, 2 и 3 классов; суммарный индекс составляет 7536; наибольшую доступность имеют Медынский и Перемышльский локусы.

Таблица 2 – Исходный вариант индексов доступности

№	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	∑
1	0	133	187	170	180	216	210	90	1186
2	133	0	52	53	86	119	112	180	735
3	187	52	0	74	105	143	135	235	931
4	170	53	74	0	23	60	80	240	700
5	180	86	105	23	0	33	120	262	737
6	216	119	143	60	33	0	120	262	953
7	210	112	135	80	84	120	0	160	901
8	90	180	235	240	226	262	160	0	1393
								∑=	7536

Оптимизация дорожной сети путем повышения категорийности дорог 29К-021, 29К-022 и 29Н-228, связывающих Мосальский, Мещовский и Козельский локусы, повышает индексы частных и суммарной доступности (таблица 3).

Таблица 3 – Расчетный вариант индексов доступности

№	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	∑
1	0	133	187	170	160	190	110	85	1035
2	133	0	52	53	86	119	112	90	645
3	187	52	0	74	105	143	135	165	861
4	170	53	74	0	23	60	80	107	567
5	160	86	105	23	0	33	80	111	598
6	190	119	143	60	33	0	45	77	667
7	110	112	135	80	80	45	0	27	589
8	85	90	165	107	111	77	27	0	662
								∑=	5624

Результаты сопоставления исходного и расчетного вариантов связности дорожной сети представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Градиенты оптимизации дорожной сети

№	Индексы доступности		Градиент (Δσ)
	Исходный	Расчетный	
1	1186	1035	151
2	735	645	0
3	931	861	70
4	700	567	133
5	737	598	139
6	953	667	286
7	901	589	312
8	1393	662	731
∑=	7536	5624	1912

Проведенные расчеты показывают повышение доступности всех локусов туристских дестинаций, о чем свидетельствуют положительные градиенты доступности (Δσ).

Учет частных индексов доступности позволит оптимально планировать тематические туристские маршруты различной продолжительности, а также разрабатывать турпродукты «модульного» типа в соответствии с пожеланиями потребителей туристских услуг.

Список использованных источников:

1. Голиков, А.П. Математические методы в географии. / А.П. Голиков, И.Г. Черванев, А.М. Трофимов. – М.-Х.: Вищ. шк. Изд-во при Харьк. ун-те, 1986. – 144 с.

2. ГОСТ Р 52398-2005. Классификация автомобильных дорог. Основные параметры и требования.

3. Официальный портал органов власти Калужской области. [Электронный ресурс]. URL: http://admoblkaluga.ru/sub/minkult/Narodnoe-tvorchestvo/-handicrafts (дата обращения 26.04.19).

4. Перечень объектов культурного наследия Калужской области. [Электронный ресурс]. URL: http://admoblkaluga.ru/sub/uprohculture/perechen-.php (дата обращения 26.04.19).

5. Перечень особо охраняемых природных территорий Калужской области. [Электронный ресурс]. URL: https://admoblkaluga.ru/sub/ecology /OxranaOC/Osobo_oxrayaenie/ (дата обращения 26.04.19).

6. Регионы России. Социально-экономические показатели 2018: Статистический сборник. – М.: Росстат, 2018. – 1162 с.

УДК 330.3

Тютюкин А.Л.

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ПЛАТЁЖЕСПОСОБНОСТИ КЛИЕНТОВ НА РЫНКЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Баранова И.А.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
tutuckinleha29@gmail.com

В статье будут рассмотрены пути повышения платежеспособности на основе изученных факторов и определено, насколько важно повышать платежеспособность клиентов на рынке потребительских товаров. Основными методами исследования является анализ и синтез данных с опорой на работы учёных и исследователей.

Ключевые слова: платежеспособность, потребительский рынок, потребительские товары.

Искать пути повышения платежеспособности клиентов на потребительском рынке в реалиях современной экономики очень важно. Если большая часть экономически активного населения будет неплатежеспособным, то это приведет не только к падению уровня жизни, но и усугублению криминогенной обстановки. В этой статье будет рассмотрено, как увеличить платежеспособность клиентов маркетинговыми инструментами.

За все услуги и товары нужно платить. Торговые отношения между клиентом и фирмой устанавливаются на основе своевременной платы за работу фирмы. Ежедневно, люди становятся участниками подобных отношений и рынок заинтересован, в том, чтоб у потребителя была как можно большая платежеспособность. Под платежеспособностью клиентов понимается «реальный объем покупок и услуг, которые может приобрести покупатель» [1, с. 82].

Платежеспособность зависит от размера материальных средств, которые получает клиент благодаря, своей экономической деятельности. Кроме этого, платежеспособность зависит от цен товара и услуг, которые в свою очередь зависят от целого ряда факторов.

Капелюшный Э.Д., Паукова А.А. определяют спрос в качестве основной платежеспособной «потребности в товарах и услугах на рынке или формы проявления той части потребности, которая обеспечена покупательской способностью, то есть деньгами» [2].

Платежеспособные потребности отражают фактически реализуемую потребительную силу общества, т.е. достигнутый уровень удовлетворения абсолютных и действительных потребностей теми благами и возможностями, которые существуют в данный момент как результат общественного развития [6, с. 516].

В процессе работы были получены сведения, что маркетинг имеет значительный и доказанный интерес в повышении платежеспособности клиента, но в России, данную платежеспособность можно увеличить, пойдя навстречу клиенту и регулируя цены на товары и услуги.

Каждая фирма нуждается в своевременной оплате за свои услуги и товары. Оплата позволяет фирме функционировать в дальнейшем, развиваться и конкурировать с другими фирмами. Зачастую оплата происходит сразу, особенно если это рынок потребительских товаров.

Сам по себе рынок – это «сфера потенциальных обменов», как отмечает Меликян О.М. [3 с. - 54]. Рынок потребительских товаров включает в себя товары и «услуги индивидуального назначения», какими, по мнению В.А. Новикова, являются продукты питания, одежда, потребительские кредиты и другое. [5 с. - 49]

Как маркетинг может оказывать влияние на платежеспособность клиента? Данная наука отвечает на вопрос о ценообразовании, а цена прямо влияет на платежеспособность.

Моргунов В.И. пишет, что «необходимым и очевидным условием успешного функционирования фирмы, является формирование экономически обоснованной гибкой ценовой политики» [4 с. – 54]. Что обозначает очевидный путь для повышения платежеспособности клиента – установление справедливой цены.

Установление цены зависит от множества факторов, первый фактор – это спрос на товар. Спрос является саморегулятором для цены, но в наших интересах задать цену, для охвата максимальной аудитории, способной заплатить.

Покупательная способность — экономический показатель, обратно пропорциональный количеству валюты, необходимой для покрытия определённой потребительской корзины из товаров и услуг.

Покупательная способность показывает, сколько среднестатистический потребитель может купить на определённую сумму денег товаров и услуг при существующем уровне цен. Покупательская способность населения является величиной непостоянной. Оказывают влияние на нее и демографические факторы, и колебания в социальной сфере. Также на среднюю стоимость товаров в значительной степени влияет цена на энергоносители, к ним относятся: газ, нефть, газ и т.д. А стоимость газа и нефти, в свою очередь, напрямую зависит от перечня экономических обстоятельств в государстве, так и за его пределами.

Для определения рисков неплатежеспособности требуется анализа платежеспособности предполагаемых потребителей. Это необходимо для установления цены и для ликвидации шансов потери при неплатежеспособности. Проводится анализ финансов потребителей, который включает в себя различные методики оценки и подсчёта. Данный анализ является основным способом для определения платежеспособности и ярче всего проявляет себя в сфере потребительских кредитов.

Для такого анализа в России используются следующие данные:

– Данные о средней зарплате по стране и региону.

– Данные Ростата позволяют получать данные даже по зарплате определенных профессий.

– Данные о росте экономики.
– Данные о количестве заключенных кредитных договоров.
– Данные о спросе на рынке.
– Исследования по опросам населения.

В следствии анализа этих данных, потенциальные клиенты подразделяются на три типа:

– Абсолютно платежеспособные. Имеется возможность в течение длительного времени приобретать определенные товары и услуги.

– Клиенты со средним уровнем платежеспособности. Срок приобретения товаров и услуг органичен.

– Неплатежеспособные. Цена на товары и услуги им не по карману, не могут отвечать по своим выплатам.

Анализируя данные РФ, можно отметить, что доходы населения уменьшаются и снижается платежеспособность по ряду товаров и услуг (рис. 1)

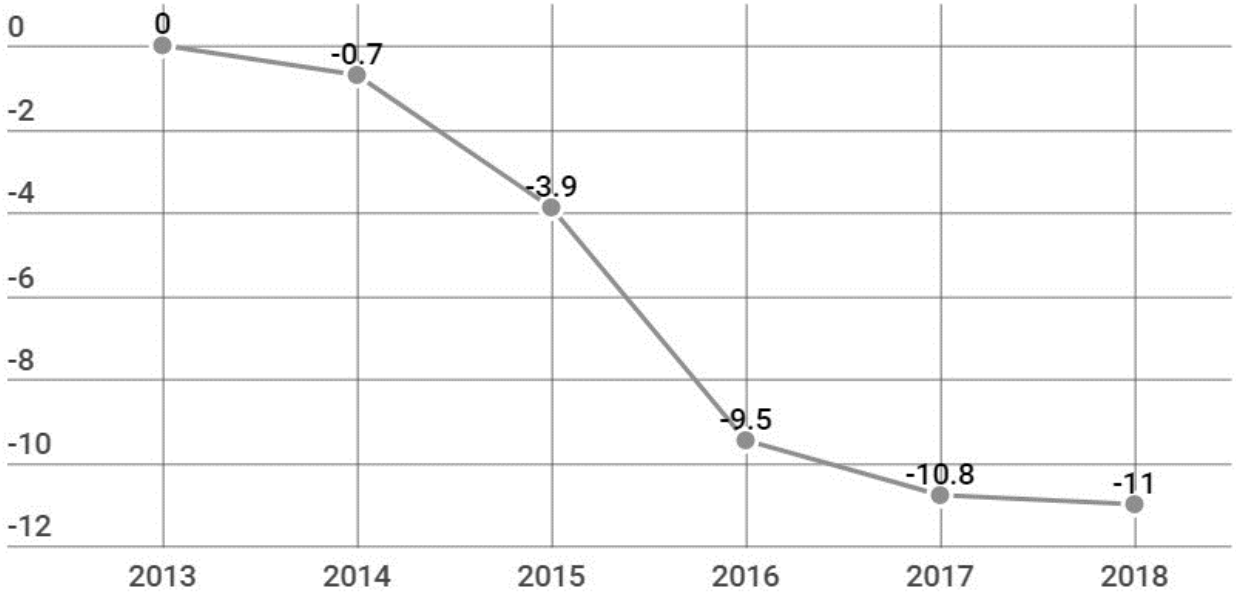

Рисунок 1 - Динамика падения реальных доходов населения РФ с 2014 по 2018гг, % [6]

Итого за 5 лет реальные доходы населения сократились на 11 %. При этом в 2019 году реальные доходы мало того, что продолжат падать, но и ускорят свое падение. Из-за повышения НДС до 20% ЦБ ожидает «существенного повышения инфляции».

Это означает, что единственным путём повышения платежеспособности населения будет является уменьшение цены на товары. Маркетинговая политика должна преследовать цель охвата широкой клиентской базы и если не устанавливать цены, с учётом особенности по уменьшению реальных доходов, то можно создать неэффективную цену на товар, к которому не будут обращаться.

Итогом является то, что данную платежеспособность можно увеличить, пойдя на встречу клиенту и регулируя цены на товары и услуги. Других путей повышения платежеспособности клиента нет. Конечно же, самый очевидный и

выгодный вариант для всех- это становление хорошей экономики в стране, но этот вариант не реален в текущей ситуации.

Список использованных источников:

1. Давыденко, В.А. Экономико-статистический анализ динамики средней заработной платы работников по полному кругу организаций Брянской области / В.А. Давыденко, Е.А. Савинова // В книге: Статистический анализ социально-экономического развития субъектов Российской Федерации Материалы 3-ей Международной заочной научно-практической конференции. - 2017. - С. 82-86.

2. Капелюшный, Э.Д. Изучение и прогнозирование покупательского спроса [Электронный ресурс] / Э.Д. Капелюшный, А.А. Паукова // Экономика и социум. – 2016. - № 5. – Режим доступа: http://iupr.ru.

3. Меликян, О.М. Поведение потребителей: Учебник / О.М. Меликян. – М.: Дашков и Ко, 2012. - 280 с.

4. Моргунов, В.И. Международный маркетинг: Учебник для бакалавров / В.И. Моргунов, С.В. Моргунов. – М.: Дашков и Ко, 2014. - 182 с.

5. Новиков, В.А. - Руководство по рыночной экономике / В.А. Новиков. – М.: Словарь, 2005. – 300 с.

6. Официальный сайт Росстата. - Режим доступа: www.gks.ru

7. Привалова, М.В. Анализ доходов и расходов в туризме: отечественный и зарубежный опыт / М.В Привалова, И.А. Баранова // В сборнике: Экономика и региональное управление Сборник статей международной научно-практической конференции. – Брянск, 2017. - С. 515-520.

8. Шальнова, О.А. Технологии формирования потребительской лояльности в розничной торговле: Монография / О.А. Шальнова, М.В. Зинцова, Н.В. Ребрикова; под ред. Шальновой О.А. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2014. - 107 с.

Экономика и управление организацией

УДК 338

Александров Д.В.

ОСНОВЫ ПРОГРАММНО-ЦЕЛЕВОГО УПРАВЛЕНИЯ

Научный руководитель: д.э.н., доц. Бабич О.В.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск

В статье рассмотрены подходы к определению понятия «программно-целевое управление», представлена типовая структура программы социально-экономического развития региона, проанализированы этапы разработки целевых региональных программ.

Ключевые слова: управление, планирование, программно-целевое планирование, программа развития, эффективное функционирование.

Программно-целевое управление - один из эффективных методов регулирования развитием национальной экономики, позволяющих сконцентрировать ресурсы на достижении конкретных социально значимых целей. Оно реализуется посредством разработки и выполнения федеральных, региональных и муниципальных целевых программ, направленных на повышение эффективности использования бюджетного финансирования во всех сферах социально-экономического развития.

Значительное количество научных трудов посвящено теоретическим основам программно-целевого управления социально-экономическими процессами.

По мнению М.Ю. Кривошеевой, программно-целевой метод - это способ выделения основополагающих целей и задач государственного, экономического, социального, экологического, культурного, территориального развития, разработки взаимосогласованных мероприятий по их реализации в установленные сроки [1].

По мнению И.Е. Рисина и Е.А. Шаталовой, использование программно-целевого метода включает выявление видения, желаемого будущего социально-экономической системы, выбор целей и направлений ее развития, определение стратегии, обеспечивающей конкурентоспособность территории как места для жизни, хозяйственной деятельности и временного пребывания, а также конкурентоспособность отдельных сегментов экономики и социальной сферы.

Несколько иной точки зрения придерживаются Б.А. Райзберг, Е.П. Голубков, Л.С. Пекарский при интерпретации программно-целевого управления. На их взгляд, данное понятие необходимо рассматривать как в широком смысле, так и в узком [7].В широком смысле программно-целевое управление - это воздействие субъекта управления на объект управления, которое вырабатывается на основе методологии системного анализа. Средства достижения целей управления (план, целевая комплексная программа и др.) устанавливаются, исходя из этих целей и охвата всех стадий воспроизводственного процесса (жизненного цикла).

Сущность программно-целевого управления в узком смысле определяется этими авторами только как разработка и реализация целевых комплексных

программ различного типа.

При анализе «широкой» трактовки необходимо указать на стремление указанных авторов определить состав главных атрибутов программно-целевого управления (план, программа, структура). В то же время данному определению свойственна известная абстрактность, так как не понятно, кто же является субъектом управления, каковы объект и специфика организационного воздействия [5, с. 169].

На взгляд авторов, «узкая» трактовка программно-целевого управления акцентирует внимание лишь на его внешнем уровне проявления (разработка и реализация программ) и поэтому не может претендовать на раскрытие его сущности.

Ряд авторов рассматривают природу программно-целевого управления с помощью идентификации методологического подхода, который реализуется при реализации такого управления. Одна из наиболее известных трактовок программно-целевой методологии принадлежит группе болгарских ученых, в соответствии с мнением которых она основывается на применении целевого, программного, системного и комплексного подходов. В работе этих исследователей необходимость целевого подхода согласовывается с усилением значения целевой стадии, программного - с появлением особенных проблем межотраслевого и межрегионального плана, системного и комплексного - с обеспечением организационной полноты и целостности в условиях действия факторов различного уровня и природы (экономических, социальных, организационных) [2].

Необходимо отметить, что в иностранной литературе, в частности американской, применяется ряд терминов, которые обозначают программно-целевое управление: systemmanagement, weaponsystemmanagement, projectmanagement. В этой связи Ф. Каст и Дж. Розенцвейг отмечали: «хотя имеются обусловленные различия между этими терминами и их значениями, относятся они к одному общему явлению - интегрированному управлению определенной программой на системной основе» [3].

Отметим, что переход в нашей стране от плановых к рыночным методам хозяйствования сказался на изменении трактовки программно-целевого подхода, который, подобно зарубежной практике, все чаще увязывается с индикативным планированием.

Учитывая изложенное, а также анализ других трактовок программно-целевого управления, представленных в литературе, можно предложить следующее обобщенное определение программно-целевого управления, объединяющее его наиболее существенные признаки: программно-целевое управление - это управление на системной основе, ориентирующееся на достижение конкретного конечного результата в решении определенной проблемы, в развитии той или иной сферы или региона и в заранее установленные сроки [4].

На сегодняшний день в России программно-целевой метод используется как инструмент реализации государственной социальной и экономической политики развития страны, а также ее регионов совместно с методами

прогнозирования и индикативного планирования в целях:

- укрепления единства и целостности государства;
- преодоления различий (или хотя бы снижения остроты дифференциации) между регионами по факторам развития, уровню жизни населения;
- пресечения регионального сепаратизма;
- максимального использования потенциала межрегионального обмена;
- создания предпосылок для саморазвития регионов и др.

Формой непосредственного участия государства в управлении социально-экономическим развитием регионов на программно-целевой основе являются федеральные и региональные программы («Доступная среда» на 2011-2015 годы; «Культура России (2012-2018 годы)»; «Юг России (2008-2013 годы)»; «Жилище» на 2011-2015 годы и др.).

Разработка региональных программ - это целенаправленный процесс выявления и мобилизации всех возможностей регионов различных таксономических уровней, для чего формируется специальный инструментарий программного управления, а также (возможно) создаются специальные органы, занятые администрированием программ. Последовательность разработки программы представляется следующим образом (рис. 1)[6, с. 458].

Оценка физико-географических особенностей, природных ресурсов и состояния окружающей среды в регионе. Описываются имеющиеся в регионе природные ресурсы (земельные, водные, лесные, топливно-энергетические, минеральные, сырьевые и т.п.), их количество, возможности использования для внутрирегиональных целей и вывоза за пределы территории, «экологическая ситуация и мероприятия по ее оздоровлению. Выделяются приоритетные проблемы, подлежащие решению на программной основе.

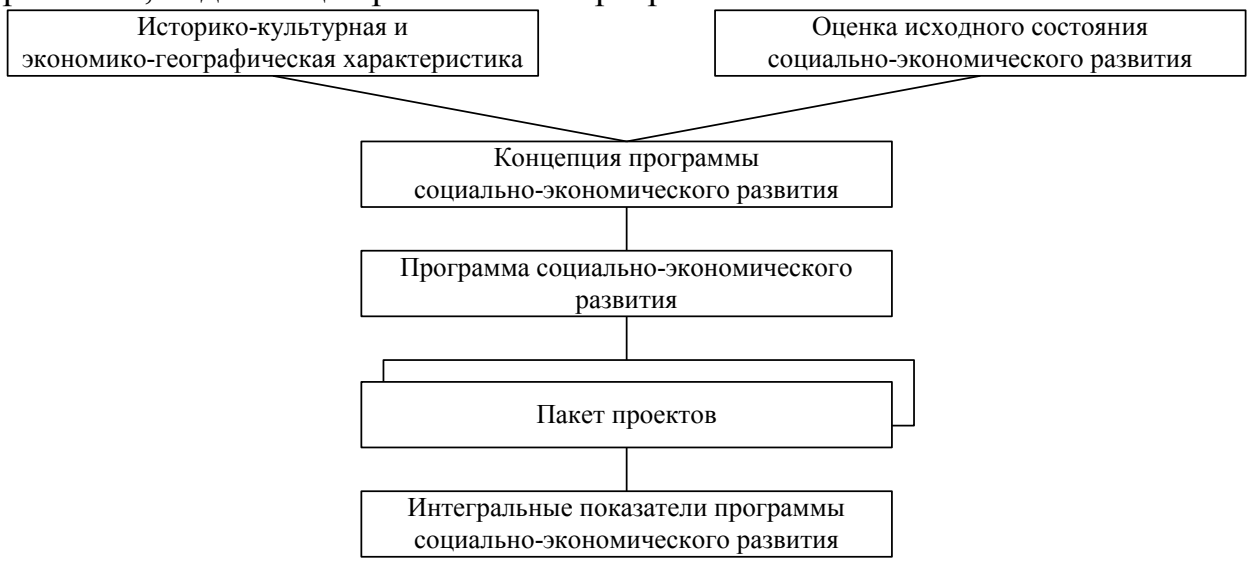

Рисунок 1 – Типовая структура программы социально-экономического развития региона

Анализ и оценка сложившейся социально-экономической ситуации региона. Рассматриваются названная ситуация и последствия ее изменения для территории, выделяются приоритетные проблемы, подлежащие решению на программной основе.

Концепция социально-экономического развития региона. Выполненные в предыдущих разделах анализ социально-экономического развития и оценка ресурсов, состояния окружающей среды, демографической ситуации, рынка труда дают представление о современных масштабах и структуре хозяйства региона, его материально-производственной базе, выявленных диспропорциях в экономике, а также позволяют сделать прогноз численности трудовых ресурсов и возможностей использования природно-ресурсного потенциала, а также с учетом тенденций технического прогресса и выдвигаемых хозяйственных задач выработать и сформулировать концепцию (прогнозный замысел) социально-экономического развития региона на расчетную перспективу[1].

Главным содержанием концепции должны быть принципиальное (вариантное), укрупненное определение направлений наиболее рационального использования ресурсов, оценка на этой основе сравнительной экономичности различных отраслей и установление путей правильного формирования всего хозяйственного комплекса, трансформации его структуры.

Программа социально-экономического развития. Излагается взаимоувязанный комплекс мер и действий, экономических рычагов, обеспечивающих решение проблем. Механизм определяется на основе рассмотрения и сопоставления альтернативных вариантов. Разрабатывается прогнозная модель программы (по вариантам).

Основные целевые подпрограммы. Выделяются важные для региона составляющие, которые могут формироваться по отраслевому, функциональному и проблемному признакам. Например, транспортный, строительный, агропромышленный, курортно-рекреационный, топливно-энергетический комплекс, социальная сфера или основные направления решения экономических проблем. В каждой из этих подпрограмм определяются цели и задачи, результаты, которые должны быть достигнуты на основе сосредоточения ориентированных в пространстве и во времени этапов выполнения. Любое программное мероприятие оценивается соответствующими количественными и качественными показателями.

Оценка эффективности осуществления программы. На данном этапе проводятся расчеты экономической эффективности программы, которые дополняются прогнозными оценками специальных видов эффективности (социальной, технологической и пр.).

Оценка практики разработки и реализации региональных программ, которые принимались на различных уровнях, показывает ее неоднозначность. Это связано с тем, что попытки применять программно-целевой метод для разрешения региональных проблем предпринимаются повсеместно, но довольно часто программами называются документы, которые по существу ими не являются, а представляют собой всего лишь текущий или перспективный план деятельности администрации того или иного территориального уровня в рамках реализации своих повседневных задач. В связи с этим представляется целесообразным для повышения эффективности разработки, функционирования и реализации региональных программ нормативно

установить основополагающие цели и приоритетные задачи регионального развития, которые нуждаются в реализации программным методом.

Список использованных источников:

1. Бабич, О.В. Программно-целевое управление промышленными предприятиями / О.В. Бабич, Л.С. Митюченко // Экономика. Социология. Право. - 2016. - №3. - С. 9-13.
2. Балабанова, А.В. Факторы экономического роста / А.В. Балабанова //Ученые записки Российской Академии предпринимательства. - 2017. - Т.16. - №3. - С. 9-27.
3. Залунин, В.Ф. Инновационные механизмы эффективного функционирования предприятии разных отраслей промышленности / В.Ф. Залунин // ЭВД. - 2013. - №3. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnye-mehanizmy-effektivnogo-funktsionirovaniya-predpriyatii-raznyh-otrasley-promyshlennosti.
4. Игольникова, И.В. Стратегические факторы социально-экономического развития региона / И.В. Игольникова, А.А. Аксенов // Экономика. Социология. Право. - 2018. - №4(12). - С. 40-43.
5. Повышение эффективности отечественной промышленности в модели устойчивого развития: коллективная монография /Под ред. Веселовского М.Я., Кировой И.В., Никоноровой А.В. – М.: Издательство «Научный консультант», 2015 – 252 с.
6. Экономика предприятия (фирмы): Учебник / Под ред. проф. О.И. Волкова и доц. О.В. Девяткина. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 601 с.
7. Babich O.V. Innovative Process Management Model Given the Dynamic Capabilities of an Industrial Enterprise / O.V. Babich, L.S. Mityuchenko, I.G. Chernyshova // 31st International Business Information Management Association Conference (IBIMA): 25-26 April 2018, Milan, Italy. – P. 6557-6565.

УДК 658.511.3

Андрос Е. В.

СИСТЕМА СБАЛАНСИРОВАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ В РАМКАХ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Владыко А.В.
Белорусский государственный экономический университет
Республика Беларусь, г. Минск
androselena@mail.ru

Вопрос эффективного управления организацией является весьма актуальным. Статья посвящена использованию сбалансированной системы показателей в рамках стратегического управления организации. Система сбалансированных показателей позволяет наиболее продуктивно применять стратегическое и оперативное управление, оценивать степень достижимости целей организации и анализировать эффективность ее деятельности.

Ключевые слова: сбалансированная система показателей, стратегия, стратегическое управление, перспективы, менеджмент.

В настоящее время в практике менеджмента все большее

распространение получает концепция сбалансированной системы показателей (ССП). [4, с. 65]. Ее активное распространение связано с широким диапазоном применения для решения управленческих задач, в том числе она может использоваться при реализации стратегии роста организации. При этом можем выделить две наиболее важные функции:

– отражение целевых значений ключевых показателей эффективности (KPI) со стратегического на оперативный уровни управления;

– контроль эффективности реализации стратегии и степени достижения установленных целей.

При реализации системы стратегического управления в организации система стратегического управления производством дополняется системой управления ресурсами организации, системой управленческого учета. Концепция стратегического менеджмента для организации служит гарантией конкурентного преимущества и ее экономического роста, позволяет быстро реагировать на изменения во внешней среде. Такая система дает возможность предвидеть перспективы развития, эффективно распределять ресурсы и обеспечивать промежуточные (на каждом этапе развития организации) результаты деятельности. [2, с. 8].

В применении системы стратегического управления организации существуют определенные трудности, основной из которых является отсутствие взаимосвязи между оперативным и стратегическим планированием. Другими словами, отсутствии рабочей системы понимания стратегии сотрудникам организации и непроработанном процессе взаимосвязи стратегии и оперативного планирования.

Разрыв между оперативным и стратегическим планированием призвана устранить сбалансированная система показателей. Предложенное Д. Нортоном и Р. Капланом управление стратегией на основе системы сбалансированных показателей для улучшения системы планирования [4] позволяет:

– привязать мотивацию к целям организации;

– связать стратегический и оперативный уровни управления организации;

– сделать разработку стратегии не искусством, а понятной и регулярной работой менеджеров.

Анализ результатов стратегического планирования с помощью сбалансированной системы показателей позволяет более прозрачно и детально разработать стратегию на всех уровнях организационной иерархии.

Система сбалансированных показателей, отражая стратегию организации, является отправной точкой для эффективного оперативного планирования. Так в системе оперативного планирования используются разработанные в рамках стратегического планирования проекты и мероприятия. ССП используется для результативности реализации стратегий т.к. такая система применяется на всех этапах управленческого цикла: от постановки целей и планирования и заканчивая анализом, контролем.

Используя ССП, у организации выстраивается четкая логика взаимосвязи стратегических целей и показателей, их пути достижения. ССП отражает не только цели и показатели деятельности организации, но и причинно-

следственные связи между разными видам деятельности, которые позволяют сделать вывод, в каком направлении следует развиваться. Так, при построении стратегической карты и подборе показателей становится ясным, какие стратегические цели «зависают в воздухе», не учитывая цели нижележащих перспектив, а также то, какие нижележащие цели не вносят вклада в достижение конечных результатов.

Рядом специалистов-ученых М. Старр, И. Ансофф, Б. Карлоф [4,с.75], с точкой зрения которых следует согласиться, выделены принципы построения системы стратегического менеджмента на основе ССП:

– перевод стратегии на операционный уровень;

– взаимосвязь планов и целей подразделений с целями организации. Сбалансированная система показателей обеспечивает взаимосвязь стратегических планов подразделений и ориентирует их на достижение стратегических целей организации;

– сотрудники организации должны понимать сущность стратегии и вносить максимальный вклад в ее реализацию. Стратегические цели организации проходят этап каскадирования, т.е. разбиваются на более низкие уровни управления: в департаменты, службы, отделы. Далее выстраиваются цепочки взаимоувязанных целей от уровня организации до уровня работника. Персонал реализует стратегию компании, достигая своих индивидуальных целей;

Можно выделить следующие этапы внедрения сбалансированной системы показателей[3, с. 262]:

1. Выделение корпоративной цели организации.

2. Выделение перспектив («финансы», «клиенты», «внутренние бизнес-процессы», «потенциал») сбалансированной системы показателей.

3. Выделение задач из цели стратегии.

4. Разработка дерева целей.

5. Создание организационных условий для разработки ССП:

– определение структурных подразделений, для которых будет разрабатываться ССП;

– определение принципов разработки ССП;

6. Разработка ССП:

– стратегические цели разбиваются более детально;

– стратегические цели соединяются причинно-следственными связями;

– строится стратегическая карта, отражающая зависимости и связи между конкретными целями.

7. Внедрение ССП в организацию.

8. Обеспечение последовательного использования ССП системой планирования и контроля.

Следует заметить, стратегия не является статичной, она должна пересматриваться, адаптироваться к изменяющейся среде организации, следовательно сбалансированная система показателей тоже будет меняться.

По мнению автора, с помощью сбалансированной системы показателей осуществляется адаптация организации к внешней среде без значительных

потерь. При этом экономическая целесообразность и эффективность ССП зависят от масштабов деятельности организации, текущей экономической ситуации. Так целесообразней внедрение ССП в рамках крупной организации, где большой объем финансовых затрат, времени и высококвалифицированного персонала, для внедрения ССП будет эффективен и экономически оправдан.

Применение ССП способствует улучшению финансового результата благодаря сбалансированию всех показателей, определяющих выбор стратегии бизнеса в будущем.

Таким образом, система сбалансированных показателей является действенным инструментом управления организацией, благодаря которому у организации появляется возможность перевести стратегию в набор взаимоувязанных показателей, оценивающих как текущее так и будущее развитие организации.

Сбалансированная система показателей, как любая технология управления, разработанная на основе западной бизнес-практики, требует определенной адаптации для повышения эффективности ее использования в нашей экономической среде. При внедрении ССП руководитель должен основательно подготовить организацию к внедрению этой управленческой технологии, чтобы заранее обнаружить «проблемные зоны» и разработать план по их уменьшению.

Внедрение ССП в организации достаточно проблематично в силу малой инициативности сотрудников организации. Для отечественных организаций свойственны высокий уровень централизации и отсутствие навыков командной работы. Эти факторы могут негативно отразиться на процессе вовлечения сотрудников в разработку и внедрение ССП. Так же из-за отсутствия в организациях достоверной и полной информации, несовершенство бизнес-процессов и других проблем не позволяет в полном объеме использование инструмента реализации стратегических показателей. Следует отметить, методика ССП включает в себя внутренние факторы, ограничивающие применение этой методики. Чтобы это преодолеть, необходимо объединение методики ССП и других методик управления. Благодаря этому организация сможет увеличить эффективность внедрения сбалансированной системы показателей и позволит достигнуть дополнительного экономического эффекта [2, с. 4].

Список использованных источников:

1. Кононова. С.А. Формирование системы сбалансированных показателей как фактор стратегического развития предприятия / С. А. Кононова // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2014. № 4. (60). – С. 263-267.

2. Крылов, С. И. Анализ в сбалансированной системе показателей: теоретический аспект / С.И. Крылов // Экономический анализ: теория и практика.– 2010. № 29.-С.3-6.

3. Мейер, М.В. Оценка эффективности бизнеса / М.В. Мейер.– Москва: Вершина,2014. – 312с.

4. Нортон, Д. Сбалансированная система показателей: от стратегии к

действию / Нортон Д., Каплан Р. – М.: Олимп-Бизнес, 2012.– 416с.

УДК 658.1

Батыкина И.В.

ОСОБЕННОСТИ ВЫБОРА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Научный руководитель: к.п.н., доц. Фещенко В.В.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск

В настоящее время стратегия является основой успешного функционирования любого предприятия. Правильно выбранная стратегия позволит обеспечить устойчивое экономическое развитие организации. В данной статье будут рассмотрены основные аспекты выбора стратегии развития предприятия.

Ключевые слова: стратегия, управление, организация, конкурентоспособность, стратегический контроль.

Стратегия – это направление развития предприятия в долгосрочной перспективе, затрагивающее не только основные сферы его деятельности, но и взаимоотношения внутри организации, способствующие эффективной реализации поставленных задач [2, с. 562].

Стратегия организации представляет собой упорядоченную систему приоритетных форм и методов использования имеющихся на предприятии ресурсов с целью повышения конкурентоспособности своей деятельности [4, с. 305].

Выделяют четыре основных типа стратегий.

Стратегия концентрированного роста предполагает усиление позиций на рынке.

Стратегия интегрированного роста направлена на расширение структуры организации.

Стратегия диверсификационного роста предполагает поиск возможностей сохранения позиций на данном рынке за счет внедрения нового товара или услуги.

Стратегия сокращения направлена на снижение расходов.

Следует отметить, что стратегия представляет собой определенные правила, которыми руководствуется организация при принятии каких-либо решений. Данные правила подразделяют на четыре группы [1, с. 368].

Первая группа предполагает правила, которые используются для оценки результатов деятельности организации, как в настоящее время, так и в долгосрочной перспективе.

Вторая группа представляет собой правила, на которых основываются отношения предприятия с окружающей ее средой. В данном случае речь идет о выборе продукции (услуги), которую будет разрабатывать организация, с последующим выявлением конкурентных преимуществ, а также кто будет выступать в качестве поставщика и потребителя.

Третья группа предполагает правила, на которых базируются взаимоотношения внутри организации.

И, наконец, четвертая группа, представляет собой набор правил, ориентируясь на которые осуществляется повседневная деятельность организации.

Все вышеперечисленные правила способствуют принятию одного общего наиболее верного решения, которое, в свою очередь, призвано обеспечить эффективную деятельность всего предприятия.

Выделяют несколько уровней стратегии в организации (таблица1) [3, с. 263].

Таблица 1 – Уровни стратегии в организации

	Наименование уровня	Содержание
Первый уровень	корпоративный	Закупка, продажа, ликвидация, перепрофилирование каких-либо сфер бизнеса
Второй уровень	сфера бизнеса	Разработка и реализация стратегии, направленной на повышение конкурентоспособности предприятия
Третий уровень	функциональный	Руководители функциональных сфер организации
Четвертый уровень	линейный	Руководители подразделений (филиалов)

Из таблицы 1 следует, что в организации существует четыре уровня стратегии, затрагивающие определенную сферу деятельности организации. Так, первый уровень предполагает деятельность организации в целом. На втором уровне происходит анализ конкурентной среды. Третий и четвертый уровни представляют руководители организации и структурных подразделений, если предприятие не диверсифицировано, то оно предполагает три уровня стратегий.

Выделяют два принципа стратегического контроля [4, с. 246]. Первый принцип базируется на том, что основное внимание необходимо концентрировать на окупаемость расходов. Это позволит добиться запланированных результатов. Второй принцип предполагает оценку окупаемости расходов за все время существования товара (услуги) на рынке [5, с. 465]. Если окупаемость расходов будет ниже контрольного уровня, необходимо рассмотреть все возможные варианты дальнейшего развития в противном случае прекратить проект.

В настоящее время единой стратегии для всех предприятий не существует. Каждая организация по-своему уникальна, поэтому требуется определенная стратегия развития для любого предприятия. Выбор стратегии зависит от сферы деятельности, конкурентоспособности организации и ряда других факторов. Однако существуют основополагающие факторы, позволяющие обобщать некоторые принципы выбора и реализации стратегии развития предприятия и осуществления эффективного стратегического управления.

Список использованной литературы

1. Бовыкин, В.И. Новый менеджмент: управление предприятием на уровне высших стандартов; теория и практика эффективного управления:

учебник / В.И. Бовыкин. - М.: ИНФРА, 2016. – 368 с.

2. Гончаров, В.В. Стратегическое управление: учебник / В.В. Гончаров. - М.: МНИИПУ, 2016. – 562 с.

3. Девисилов, В.А. Управление стратегическими изменениями: учебник / В.А. Девисилов. - М.: ИНФРА, 2016. – 263с.

4. Фещенко, В.В Развитие инновационной деятельности как основа финансовой стабильности предприятия В.В. Фещенко, В.Ю. Сысоева // Финансовая экономика. 2018. № 8. – С. 246-249.

5. Фещенко, В.В Управление социально-экономическими системами на основе когнитивных технологий / В.В. Фещенко // В сборнике: Управление социально-экономическими системами и правовые исследования: теория, методология и практика Материалы международной научно-практической конференции. 2017. Фещенко, В.В С. 463-473.

УДК 338

Батюченко Ю.А.

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Научный руководитель: д.э.н., доц. Бабич О.В.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск

В статье поднимаются проблемы развития промышленных предприятий на основе совершенствования организационно-экономического механизма управления деятельностью коммерческих объектов. Цель работы состоит в изучении подходов к оценке экономической эффективности хозяйствующего субъекта. В статье уделено разносторонней оценки составляющих эффективности и факторов, на нее влияющих.

Ключевые слова: промышленность, производственное предприятие, управление, эффективное функционирование.

В настоящее время особую актуальность приобрели проблемы, связанные с необходимостью создания определенных механизмов развития систем управления организациями, позволяющих эффективно адаптировать её структуры к изменениям окружающей среды. Конкурентоспособность и устойчивость функционирования промышленных предприятий во многом зависят от действия научно обоснованного организационно-экономического механизма хозяйствования. Эффективный организационно-экономический механизм хозяйствования воздействует на положение предприятий на рынке, их модернизацию, уровень жизни работников[5].

Переход к новым условиям хозяйствования вызвал значительные количественные и качественные изменения в организационно-экономическом механизме промышленных предприятий. Количественные изменения в объемах и видах производства продукции были обусловлены необходимостью повышения конкурентоспособности и финансовой устойчивости предприятий. Качественные изменения по своему содержанию были намного глубже. С

одной стороны, потому, что для повышения конкурентоспособности продукции нужно повышать наукоемкость выпускаемого товара (продукции), чтобы он мог обладать новыми свойствами, превосходящими качественные и количественные свойства товара, выпускаемого конкурентами[1, с. 121].

Организационно–экономический механизм представляет собой совокупность экономических, организационных и социальных отношений в деятельности промышленного предприятия.

Организационно-экономический механизм хозяйствования промышленного предприятия как совокупности правовых норм, организационных структур, методов управления и регулирования, обеспечивающих решение хозяйственных и социальных задач на основе роста эффективности производства, его модернизации, конкурентоспособности и охраны окружающей среды с более четкой социальной ориентацией на повышение уровня жизни работников [2].

В рамках исследования под организационно-экономическим механизмом понимается документально регламентированный и целенаправленный процесс решения частных задач функционирования предприятия, предполагающий управление и самоуправление на основе совокупности приемов, способов и норм формирования и регулирования отношений между элементами механизма. К элементам организационно-экономического механизма относятся субъект и объект управления, цель управления, научные подходы и принципы управления, технологии и инструменты управления[3].

Организационно-экономический механизм управления предприятием является сложной системой, сочетающей в себе совокупность мер воздействия и средств оценки различных сторон его деятельности, направленных на достижение целей и реализацию задач функционирования предприятия. При этом организационно-экономический механизм управления предприятием является частью общего механизма управления, отвечающей за его конкурентное, долговременное, гармоничное развитие.

Основные факторы, влияющие на эффективность организационно-экономического механизма хозяйствования промышленных предприятий как сложной многоуровневой системы, позволяющая определить две группы факторов с выделением наиболее важных и приоритетных из них [7]:

- внешние – политические, финансово-экономические, инновационные, ресурсные, экологические, социально-демографические;
- внутренние – организационные, маркетинговые, кадровые, экономические, производственные, технико-технологические, социальные.

Организационно-экономический механизм хозяйствования промышленных предприятий является имманентной частью хозяйственного механизма[4].

В современных условиях деятельности предприятий важно учитывать в единстве два направления их функционирования:

а) стратегический – на основе предвидения изменений внешней среды хозяйствования, заключающийся в способности заблаговременного выявления рисков внешней среды и превентивной адаптации к ней с учетом обеспечения

устойчивого развития на стратегический период;

б) оперативный – обеспечивающий поддержание оптимальных параметров конкурентоспособности и гибкое реагирование предприятия на отклонения в текущем режиме.

Организационно-экономический механизм хозяйствования промышленных предприятий состоит из тесно взаимодействующих между собой элементов организационного и экономического характера [8, с. 98].

Организационный механизм разделен на три блока: организационную структуру, функции и методы управления, включающие следующие наиболее важные элементы: систему прогнозирования и планирования, координацию и регулирование, организацию труда, информационное обеспечение и контроль, программно-целевое управление (рис.1).

Экономический механизм хозяйствования промышленных предприятий содержит в качестве рычагов воздействия на хозяйственную деятельность экономические нормативы, цены и тарифы, надбавки, стимулы, налоги, кредиты и другие элементы.

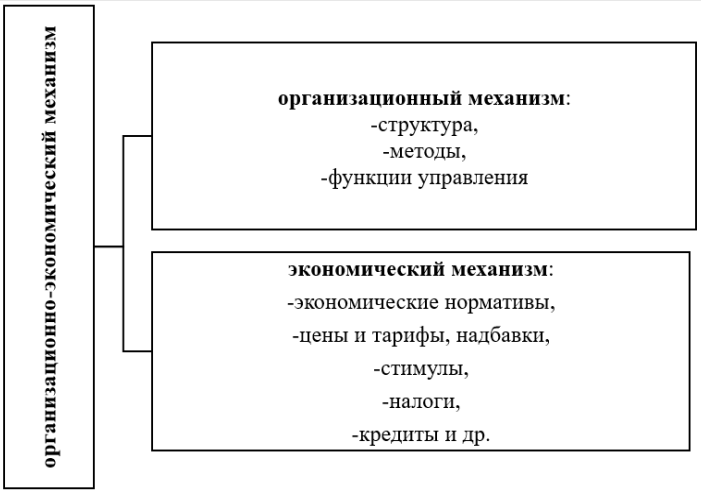

Рисунок 1 - Система организационно-экономического механизма хозяйствования промышленного предприятия [9, с. 114]

В рамках исследования определим содержание социальной сущности организационно-экономического механизма хозяйствования промышленных предприятий с использованием следующих принципиальных подходов: ориентации работников на достижение согласованной цели; участия в принятии управленческих решений; использования возможности социализации личности; мотивации труда; социальной обеспеченности работников[10].

В настоящее время внешняя и внутренняя среда предприятия постоянно изменяются, на деятельность предприятия оказывают влияние множество факторов: конкуренция, изменение цен на сырье, изменение процентных ставок и курса валют, смена предпочтений потребителя, научно- технический прогресс и многие другие. Неопределенность и динамизм описанных факторов мешают предприятию достигать поставленных целей и задач.

В данной ситуации огромную роль играет организационно-экономический механизм управления предприятием, который за счет

регламентированного и целенаправленного процесса управления и самоуправления позволяет достигать поставленных целей в установленные сроки с оптимальным объемом расхода ресурсов,в результате чего каждое предприятие заинтересовано в совершенствовании организационно-экономического механизма управления. Однако на первоначальном этапе необходимо провести оценку организационно-экономического механизма, выявить его «узкие» места и определить направления его совершенствования.

Оценка механизма управления любого предприятия является сложнейшим вопросом, т.к. для его решения необходимо использовать системное и структурное моделирование определенного процесса или объекта в реальных условиях, а также прогнозировать его состояние в будущем при различных изменяющихся параметрах внешней и внутренней среды. Оценку можно провести с использованием сложных и комплексных категорий, которые не описать одной величиной, параметром или свойством, даже при условии объединения данных атрибутов в систему и установления между ними определенных отношений [4].

В научной литературе под эффективностью понимается соотношение между достигнутыми результатами и затраченными ресурсами. При оценке эффективности механизма управления выделяют [6]:

- осязаемый (измеримый) эффект – экономия времени, сокращение издержек, повышение рентабельности инвестированного капитала, повышение акционерной стоимости и другие;
- неосязаемый (неизмеримый) эффект – улучшение стратегического и оперативного планирования, улучшение качества принимаемых решений, повышение эффективности бизнес-процессов, проведение аналитики в режиме реального времени и другие.

Осязаемый эффект, как правило, является экономическим. Неосязаемый эффект в зависимости от конечного результата бывает социальный (повышение лояльности персонала и его мотивации к труду), маркетинговый (укрепление позиций на рынке, рост доли рынка), информационный (своевременное и безошибочное формирование отчетов, обоснованное принятие управленческих решений, проведение аналитики в режиме реального времени), организационный (повышение квалификации персонала, увеличение оперативности принятия и реализации управленческих решений, улучшение качества принимаемых решений, повышение эффективности бизнес-процессов).

Для оценки осязаемого эффекта используются методы, основанные на финансовых показателях (классические инвестиционные методы, функционально-стоимостной анализ, учет затрат по видам деятельности). Для оценки неосязаемых эффектов используются вероятностные методы (метод реальных опционов, прикладная информационная экономика), качественные методы (система сбалансированных показателей, пирамида результативности Мак-Найра, Линча и Кросса), экспертные методы (метод Дельфи, методы принятия решений, метод анализа иерархий)[1, с. 57].

Под результативностью понимается степень достижения поставленных

целей. Цели в зависимости от итога деятельности могут быть следующие: экономические (достижение заданного уровня рентабельности продаж и/или производительности труда), социальные (повышение мотивации сотрудников), маркетинговые (увеличение занимаемой доли рынка до установленной величины) и др. По существу, результативность относится к достижению целей предприятия, т.е. она по своей природе «телеологична» и отражает степень реализации стратегии, в результате чего для анализа результативности используются подходы, основанные на оценке степени достижения поставленных целей.

Список использованных источников:

1. Бабич, О.В. Адаптация деятельности промышленного предприятия путем формирования эффективной стратегии: монография / О.В. Бабич. - Брянск: БГТУ, 2014. – 187 с.

2. Бабич, О.В. Анализ логистической системы предприятия / О.В. Бабич, Л.С. Митюченко, Д.И. Селезнева // Путеводитель предпринимателя. – 2017. - №35. – С. 47-58.

3. Балабанова, А.В. Современные подходы к управлению диверсифицированными корпорациями / А.В. Балабанова, А.Г. Старицын // Путеводитель предпринимателя. - 012. - №15. - С. 053-067.

4. Бандурин, Р.А. Анализ экспортного потенциала агропромышленного комплекса Брянской области / Р.А. Бандурин // Никоновские чтения. - 2017. - №22. - С. 184-186.

5. Залунин, В.Ф. Инновационные механизмы эффективного функционирования предприятии разных отраслей промышленности / В.Ф. Залунин // ЭВД. - 2013. - №3. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnye-mehanizmy-effektivnogo-funktsionirovaniya-predpriyatii-raznyh-otrasley-promyshlennosti.

6. Игольникова, И.В. Стратегические факторы социально-экономического развития региона / И.В. Игольникова, А.А. Аксенов // Экономика. Социология. Право. - 2018. - №4(12). - С. 40-43.

7. Карсунцова, О.В. Организационно-экономическая модель повышения эффективности производственно-хозяйственной деятельности предприятия / О.В. Карсунцова // Вектор науки ТГУ. - 2014. - № 1 – С. 122-126.

8. Организационно-экономический механизм повышения эффективности функционирования промышленных предприятий: коллективная монография / под ред. Веселовского М.Я., Кировой И.В. - М.: Москва, 2015 -269 с.

9. Повышение эффективности отечественной промышленности в модели устойчивого развития: коллективная монография /Под ред. Веселовского М.Я., Кировой И.В., Никоноровой А.В. – М.: Издательство «Научный консультант», 2015 – 252 с.

10. Чернышова, И.Г. Методы оценки эффективности товарной политики промышленного предприятия / И.Г. Чернышова // Финансовая экономика. - 2018. - №8. - С. 524-527.

УДК 338.12

Бедретдинова Е.Н.

ВЫВЕДЕНИЕ НА РЫНОК ПРИНЦИПИАЛЬНО НОВОГО ПРОДУКТА

Научный руководитель: к.э.н., доц. Шишко В.И.
Гродненский государственный университет им. Янки Купалы,
Республика Беларусь, г. Гродно
mashabt@mail.ru

Новый товар нужно не только создать и освоить в производстве, необходимо, чтобы он был воспринят рынком и потенциальными покупателям. В статье конкретизируется понятие «сухой пробиотик «Сублицин»», представлены данные биологической эффективности нового отечественного пробиотического препарата «Сублицин» и прибыли от производства сухого пробиотика.

Ключевые слова: пробиотики, «Сублицин», себестоимость, затраты, прибыль.

Новый товар – это новый продукт, поступивший на рынок и отличающийся от существующих товаров сходного назначения каким-либо изменением потребительских свойств.

Сегодня на рынке реализуется большое количество препаратов, которые рекламируются как пробиотики. Они различаются по составу, фармакологической направленности действия, показаниям к применению и, соответственно, по эффективности.

Пробиотик «Сублицин», предназначенный для профилактики и лечения у молодняка сельскохозяйственных животных и птицы, пушно-меховых животных, рыб, пчел способствует формированию нормальной микрофлоры желудочно-кишечного тракта, а также повышению естественной резистентности организма. Высокая ферментативная активность пробиотика обеспечивает повышенную усвояемость кормов, в том числе и грубых. Кроме того, у препарата наблюдается выраженный общеукрепляющий эффект и, как следствие, получение значительных привесов живой массы сельскохозяйственных животных.

В таблице 1 отражено количество фермерских хозяйств в Республике Беларусь и Российской Федерации за 2016-2018 гг.

Страна	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Российская Федерация	20408	20717	25845
Республика Беларусь	2500	2578	2652

Из таблицы 1 видно, что и в Российской Федерации, и в Республике Беларусь наблюдается рост количества фермерских хозяйств, которые предпочитают использовать в своей работе натуральные препараты, так как фермеры стремятся производить экологически чистую продукцию, которая на продуктовом рынке имеет более высокую конкурентоспособность по сравнению с традиционной продукцией.

ОАО «Бобруйский завод биотехнологий» входит в структуру ГНПО «Химический синтез и биотехнологии» Национальной академии наук Республики Беларусь. Предприятие осуществляет производство и реализацию пробиотика «Сублицин» только в жидкой форме. Однако большинство

фермерских хозяйств и колхозов предпочитают использовать сухие препараты.

Преимущества и недостатки «Сублицина» представлены в таблице 2.

Из таблицы 2 видно, что сухой пробиотик имеет ряд преимуществ: удобство в применении (можно применять в изготовлении премиксов, биологически-витаминных добавок); срок годности продлен до 2-х лет; за счет увеличения срока годности, можно рассмотреть варианты выхода на новые рынки сбыта (страны СНГ); удобство при транспортировке (занимает меньше погрузочного места, более траспортабельный, не боится повышения температур).

Таблица 2 – Сравнительная характеристика сухого и жидкого пробиотика «Сублицин»

Показатели	Жидкий прибиотк	Сухой пробиотик
Применение	Препарат принимают перорально. При нормальном сосательном (глотательном) рефлексе его выпаивают. Перед применением препарата содержимое флакона хорошо взбалтывается и разводится водой (молоком, молочной сывороткой) в соотношении 1:10, 1:5, 1:1.	Препарат назначают животным внутрь индивидуально (с питьем, молоком, молозивом) или групповым методом в составе комбикормов. Споры бактерий устойчивы к воздействию химических факторов и температуры, поэтому препарат может применяться в изготовлении премиксов, биологически-витаминных добавок и гранулированных кормов.
Начало действия препарата	В жидкой форме бактерии находятся в активном состоянии и начинают действовать сразу после приема.	В этом препарате бактерии хоть и живые, но находятся в состоянии анабиоза. Для активации бактерий в сухих препаратах нужно 5-8 часов, но воздействовать на ЖКТ и другие системы организма начинают действовать только через 12-18 часов. Это значит, что в ряде случаев, например, при диарее, они не успевают активизироваться и большая часть этих бактерий уйдет в каловые массы, не успев оказать полезного действия.
Условия хранения	при температуре от +2°С до +10°С.	при температуре не выше +20°С в сухом месте.
Срок годности	6 месяцев	2 года
Форма выпуска	Флакон 400 мл.	Полиэтиленовый пакет 1-2 кг. Бумажный мешок 5-25 кг.
Транспорти-ровка	1 коробка – 20 стеклянных флаконов.	1 коробка – 25 пакетов по 1 кг.

Приобретая препарат у производителя предприятие получает гарантированно качественный продукт белорусского производства.

Поэтому предприятию можно предложить выпускать вместо 2500 литров жидкого препарата 1590 кг сухого пробиотика. Такой объем выпуска связан с производительностью сушильного оборудования с учетом его технического обслуживания. Производство сухого пробиотика будет осуществляться на

действующих площадях предприятия участка ОПУ и изменений в стоимости зданий и сооружений не потребуется.

Для реализации проекта производства сухого пробиотика потребуются капитальные затраты на приобретение лиофильной сушки PVTFD200 ilShin стоимостью 77,4 тыс р. При этом полный срок использования сушки составляет 15 лет.

Плановая калькуляция себестоимости для производства сухого пробиотика представлена в таблице 3.

Таблица 3 – Проектная калькуляция себестоимости сухого пробиотика

Статьи затрат	Ед. изм.	На 1 кг		
		План 1590 кг		
		Кол-во	Цена	Сумма
Агар сухой питательный	г	0,1520	0,095	0,14
Агар мясо-пептонный	г	0,0046	0,12	0,01
Меласса 100 %	г	3,0	0,086	0,26
Сульфат аммония	г	10,0	0,137	1,37
Калий фосфорнокислый однозамещенный	г	5,0	0,0072	0,04
Калий фосфорнокислый двузамещенный	г	0,5	0,0126	0,06
Аммиак водный	мл	3,0	0,0007	0,02
Моющее средство (дезенфицирующее)	г	5,0	0,001	0,05
Монохлорамин (Хлорамин Б)	г	0,5	0,0103	0,01
Полиэтиленовй пакет	шт.	2,5250	0,055	0,14
Этикетка	шт.	2,5125	0,0315	0,08
Инструкция по применению	шт.	2,50	0,0076	0,02
Коробка гофрированная	шт.	0,1250	0,187	0,23
Этикетка на коробку	шт.	0,250	0,023	0,02
ИТОГО	р.			2,46
Теплоэнергия	Гкал	0,02	43,4	0,87
Вода питьевая	м3	0,119	0,094	0,11
Электроэнергия	кВтч	5,0	0,109	0,55
Итого	-	-	-	1,53
Заработная плата	р.	-	-	2,1
Начисление на зарплату 34 %	р.	-	-	0,7
Страховой взнос по страхованию 0,75 %	р.	-	-	0,01
Расходы на сод. оборудования	р.	-	-	0,5
Цеховые расходы	р.	-	-	1,2
Общезаводские расходы	р.	-	-	1,5
Производственная себестоимость	р.	-	-	6,01
Внепроизводственные расходы	р.	-	-	-
Полная себестоимость	р.	-	-	10,0
Отпускная цена без НДС 1 кг (рент.12 %)	р.	-	-	11,2
Франко-склад производителя товара	р.	-	-	70

Из таблицы 3 видно, что себестоимость 1 кг сухого пробиотика составила 10 р. Тогда затраты на выпуск 1590 кг сухого «Сублицина» в месяц составят 15900 р.

Для того, чтобы определить эффективность производства сухого пробиотика «Сублицин» по сравнении с жидким, необходимо рассчитать срок окупаемости по годам (таблица 4).

Таблица 4 – Данные для расчета срока окупаемости, тыс р.

Показатель	Расчетный период, год			
	1-й год	2-й год	3-й год	4-й год
Чистая прибыль	1078,9	1078,28	1077,6	1077,6
Амортизация, млн р.	0,77	1,55	2,32	2,32
Чистый доход (строка 1+строка 2)	1079,67	1079,83	1079,92	1079,92
Инвестиции	77,4	77,4	77,4	77,4
Чистый дисконтированный доход (строка 3 – строка 4)	1002,3	1002,43	1002,52	1002,52

Таким образом, в связи с общемировой тенденцией производства экологически чистой продукции, увеличение производства пробиотик «Сублицина» может стать для предприятия основным направлением стратегического развития.

Список использованных источников:

1. Сельское хозяйство Республики Беларусь, 2018. Статистический сборник 06_537-р /Национальный статистический комитет РБ, 25 июля 2018 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/index/. – Дата доступа: 20.04.2019.

УДК 657.222

Беляева М.Н.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ ЦИФРОВЫХ ЗНАКОВ (ТОКЕНОВ)

Научный руководитель: к.э.н., доц. Кривицкая К.В.
УО «Белорусский государственный экономический университет»,
Республика Беларусь, г.Минск

В статье рассмотрены имеющиеся подходы к определению цифровых знаков (токенов) для целей бухгалтерского учета в действующих нормативно-правовых актах, среди ученых-экономистов, определены имеющиеся проблемные вопросы в данной области.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, цифровые знаки, криптовалюта, токены.

Развития и внедрения информационных и вычислительных технологий финансовую сферу привело к появлению нового объекта бухгалтерского учета — цифрового знака (токена).

В настоящее время имеется необходимость в оперативной информации об их наличии и движении, способствующая проведению текущего и прогнозного экономического анализа, принятию обоснованных управленческих решений. Для целей планирования, контроля и определения экономических показателей, связанных с цифровыми знаками (токенами) необходимы соответствующие сведения о полученных доходах и произведенных затратах, расходах, формируемых в системе бухгалтерского учета. Учетная информация требуется в том числе для определения финансового результата от операций с цифровыми знаками.

Существующее на современном этапе научно-практическое осмысление в экономической литературе цифровых знаков, системы их бухгалтерского учета и управления несопоставимо с проработанностью и изученностью данных

вопросов в сфере денежных средств. Однако изучение влияния имеющихся особенностей цифровых знаков (токенов) на организацию их бухгалтерского учета характеризуется отсутствием системного подхода.

Регулирование порядка учета цифровых знаков (токенов) в отечественной экономике тесно связано с системой нормативных правовых актов.

Национальный стандарт бухгалтерского учета и отчетности «Цифровые знаки (токены)» [2] не содержит определения данного вида активов, а также критериев признания в качестве такового. Однако определено, что в зависимости от источника поступления и предполагаемого назначения токены учитываются в составе готовой продукции, товаров или финансовых вложений.

Результаты проведенного изучения мнений учёных экономистов позволили сделать вывод об отсутствии единого подхода к определению экономической сущности токена. Ряд учёных приравнивают его к понятию товар, другие предлагают трактовать как разновидность денежных средств или ценных бумаг.

По нашему мнению, отсутствие материально-вещественной формы и других особенностей присущих готовой продукции и товарам, что не позволяет учесть токены в составе данной группы активов. Следует отметить, что токен не является денежной единицей ни одного из государств и, следовательно, не может быть учтен в составе денежных средств. Правила осуществления операций с электронными деньгами [3] не относят хранящиеся в электронном виде на программно-техническом устройстве единицы стоимости, выражающие сумму обязательств эмитента перед держателями и принимаемые в качестве средства платежа исключительно эмитентом, т.е токены к электронным деньгам.

Согласно приложению 1 к Декрету Президента Республики Беларусь от 21 декабря 2017 г. № 8 «О развитии цифровой экономики» [1] цифровой знак (токен) — запись в блокчейне, иной распределенной информационной системе, которая удостоверяет наличие у владельца токена прав на объекты гражданских прав и (или) является криптовалютой.

По нашему мнению, использование данного определения цифровых знаков (токенов) не способствует учёту специфических особенностей данного вида активов для целей бухгалтерского учета. Следовательно, в настоящее время имеется объективная необходимость в разработке определения цифровых знаков (токенов), критериев признания активов в качестве таковых с учетом их специфических особенностей для целей бухгалтерского учета.

В Российской Федерации нет законодательного закрепленного порядка бухгалтерского учета цифровых знаков, однако некоторые экономисты предлагают учитывать их в качестве одного из видов финансовых вложений и отражать на счете 58 «Финансовые вложения». Таким образом, данная точка зрения схожа с белорусским законодательством.

Предположено для формирования необходимой информационной базы использовать для учета цифровых знаков (токенов) отдельный счет — 53 «Цифровые знаки (токены)» со следующей иерархией: на субсчетах – учитывать по видам, на аналитических счетах – по каналам поступления и выбытия. Использование предложенной модели счета для учета цифровых

знаков (токенов) позволит сформировать необходимую информацию для проведения экономического анализа с целью принятия эффективных решений по их использованию в хозяйственной деятельности.

Список литературы

1. О развитии цифровой экономики: декрет Президента Респ. Беларусь, 21 дек. 2017 г., № 8 // Консультант Плюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «Юрспектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018. – Дата доступа: 25.04.2019.

2. Об утверждении Национального стандарта бухгалтерского учета и отчетности «Цифровые знаки (токены)» и внесении дополнений и изменений в некоторые постановления Министерства финансов Республики Беларусь: постановление М—ва финансов Респ. Беларусь, 6 мая 2018 г., № 16 // Консультант Плюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «Юрспектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018. – Дата доступа: 25.04.2019.

3. Правила осуществления операций с электронными деньгами: постановление Правления Национального банка Респ. Беларусь, 26 нояб. 2003 г., № 201: в ред. постановления Правления Национального банка Респ. Беларусь от 16.02.2007 // Консультант Плюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «Юрспектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018. – Дата доступа: 25.04.2019.

УДК 338.984

Болбат А. А.

ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД В РАЗРАБОТКЕ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Научный руководитель: к.ф.-м.н. Сетько Е.А.
Гродненский государственный университет им. Янки Купалы,
Беларусь, г. Гродно

Современная ситуация на рынке требует тщательной разработки стратегий предприятий, работы над конкурентными преимуществами. Логистический подход к разработке стратегии помогает оптимизировать ресурсы организации, помогает усовершенствовать управление потоками как основными, так и сопутствующими.

Ключевые слова: Логистический подход, разработка стратегии.

Прежде чем анализировать сущность логистической организации процесса разработки стратегии предприятия, необходимо сформулировать само понятие логистической стратегии. Логистической стратегией называется такое направление развития в логистике, которое выделяет формы и методы её реализации в компании. Стратегия формируется менеджерами компании на основе целей корпорации. В качестве базы может быть взята минимизация или максимизация одного показателя или нескольких.

Стратегия включает в себя описание конкретной модели действий, направленных на достижение поставленных целей. Стратегия основана на

всестороннем анализе [2, с.67].

Цель стратегии развития при логистическом подходе зависит не только от профиля и вида деятельности организации, но и от уровня его экономического развития, от наличия достаточного количества ресурсов, от квалификации сотрудников и т.д.

Такими целями могут быть:

1) внедрение инновационных идей в совершенствование качества выпускаемой молочной продукции;

2) оптимизация издержек, внедрение новых логистических технологий;

3) улучшение прогнозирования спроса;

4) усовершенствование системы удовлетворения спроса;

5) повышение качества обслуживания в логистике снабжения;

6) оптимизация цен на закупаемое сырьё, стоимости продукции в настоящих условиях рынка.

Логистический подход к разработке стратегии развития предприятия особенно актуален для молокоперерабатывающих предприятий. Сырьё, полуфабрикаты, готовая продукция – всё это скоропортящиеся продукты, которым нужна максимально быстрая перевозка подходящим видом транспорта. Склады должны быть оборудованы высококачественным холодильным оборудованием. Как видно, экономить на перевозке, доставке нельзя, но можно сократить издержки за счёт рационального построения маршрутов перевозки, минимизации времени нахождения сырья, полуфабрикатов, товаров в пути и на складах.

Используя логистический подход в разработке стратегии развития своей компании, менеджеры и директора выбирают направление, специализацию этой стратегии. Рассмотрим самые распространённые.

Первое – это минимизация логистических издержек. Для этого сокращаются логистические издержки отдельных операций, оптимизируются запасы, выбираются самые подходящие варианты складирования, перевозки, применяется подход 3PL и т.д. [2, с.138]

Второе – повышение качества логистического обслуживания. Для достижения этой цели повышается качество отдельных операций, улучшается и модернизируется послепродажный сервис, передпродажный сервис. Чтобы достичь вышеперечисленного, создаются специальные сертифицируемые системы. Также внедряется сервис с добавленной стоимостью, вводятся новые техники поддержки жизненного цикла продукции и др.

Третье – минимизация вложений в инфраструктуру логистики. Главным мероприятием для достижения этой цели является оптимизация логистической сети. Это значит, что нужно доставлять товар потребителю без использования склада. Или, если такой возможности нет, использовать склады общего пользования, пользоваться услугами логистических посредников при грузопереработке, складировании, перевозке. Также можно воспользоваться технологией just-in-time. Обязательно необходимо проанализировать размещение всех объектов инфраструктуры [2, с.102].

Четвёртое – использование аутсорсинга. На передний план выходит

решение «do or buy». Компания сосредотачивает свои силы на основной деятельности, а для выполнения неосновных, дополнительных операций находит посредников. Проводится оптимизация определения источников поступления ресурсов на предприятие, оптимизация плана размещения всех цехов, складов, корпусов, введение инноваций поставщиков, регуляция числа посреднических организаций и т.д.

Для того, чтоб корректно разработать стратегию, используя логистический метод, нужно учитывать ряд факторов. Во-первых, обязательно учитывать сферу специализации бизнеса. Ее считают показателем того, в каком положении на данный момент находится организация. Учёт результатов всестороннего анализа стратегии более высокого уровня. Она является показателем того, какой компания хочет быть в будущем. Такие данные проявляют те проблемы, решением которых и нужно заняться логистике. Во внимание нужно принять и факторы, которые так или иначе влияют на логистические процессы, но на которые логистика не влияет, и особенности организации, её потенциал, её способы выделения среди конкурентов [2, с.70].

С этой позиции стратегия с логистическим подходом рассматривается как показатель того, каким образом, путём чего предприятие будет меняться от настоящего положения к прогнозируемому.

Для сбора информации обо всех используемых приёмах, техниках, методах использования логистики в работе предприятия используют логистический аудит. Аудит бывает внешним и внутренним. Среду функционирования логистики, область её действия изучает внешний. Внутренний же рассматривает внутрипроизводственные логистические операции, выявляет проблемы, слабые места, требующие исправлений, улучшений. Такой подход по своему принципу аналогичен SWOT-анализу.

Когда перед компанией встаёт вопрос о выборе «тощей» или «динамичной» логистической стратегии, первым делом нужно определить вид существующего в настоящий момент спроса. Если спрос стабилен, легко предсказуем, то эффективнее будет работать «тощая» стратегия. Её основа – сокращение издержек так, чтобы цена товара, нужного покупателю, была значительно ниже, чем у конкурентов. Ей характерно сокращение использования ресурсов, поиск затратных операций и их сокращение [1, с.61].

В случае, если спросу характерны резкие изменения, если существует вероятность «бума» спроса на определённый товар, следует выбрать «динамичную» стратегию. Она основывается на обеспечении наилучшего качества работы с клиентами, на оперативной реакции на изменения на рынке. Часто руководители предприятий используют обе эти стратегии, например, продавая товары через веб-сайт они уменьшают издержки и одновременно улучшают качество обслуживанию.

Подготавливать стратегические решения следует не только на уровне руководства, но и с привлечением к делу специалистов, непосредственно занимающихся реализацией стратегии. В процессе разработки надо учитывать возможные неприятности, последствия действий, прогнозируемую возможность воплощения в жизнь любого из принятых решений.

Использование логистического подхода влечёт за собой выполнение определённых правил. Рассмотрим несколько из них подробнее.

Первое – нужно уделять больше внимание именно тем сферам деятельности, которые могут обеспечить компании стабильное улучшение состояния, положения на рынке.

Второе – стоит помнить, что одна долгосрочная, чётко продуманная, гибкая и качественно спрогнозированная стратегия имеет большую гарантию успеха, чем часто меняющаяся стратегия, направленная на использование краткосрочных возможностей рынка.

Третье – стратегия обязательно должна быть гибкой, иначе она быстро устареет, утратит актуальность и лишит компанию возможности «идти в ногу с рынком».

Четвёртое – стратегия, успешность которой возможна только при условии воплощения в жизнь наиболее оптимистичных прогнозов, заранее провальна. Ориентироваться нужно на то, что рано или поздно условия на рынке станут неблагоприятными, а конкуренты обязательно примут меры по улучшению своих позиций.

Пятое – атаковать нужно слабые стороны, а не сильные. Атака сильных сторон конкурента не приведёт ни к чему иному, как к тому, что компания упустит возможность акцентироваться на своих сильных сторонах. Вследствие этого не только не поднимет свои слабые стороны до уровня конкурента, но и понизит позиции своих ранее сильных сторон.

Как видно, использование логистического подхода к разработке стратегии, позволяет распланировать использование ресурсов с минимальными издержками, избежать лишних затрат и потерь.

Список использованных источников:

1. Алесинская, Т.В. Основы логистики. Общие вопросы логистики и управления. Учебное пособие / Т.В. Алесинская. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2005. – 121 с.

2. Гаджинский, А.М., Логистика / А.М. Гаджинский. – Москва: Изд-во Дашков и К, 2007. – 484 с.

УДК 614.8.084

Бугакова Н. В.

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ТЕХНОСФЕРНОЙ БЕЗОПАСНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Научный руководитель: к.э.н. Чернышова И. Г.
Брянский государственный университет имени академика И.Г.Петровского, Россия, г. Брянск

В статье рассмотрены особенности управления техносферной безопасностью предприятия. Приведены функциональные системы обеспечения техносферной безопасности.

Ключевые слова: техносфера, техносферная безопасность, управление техносферной безопасностью.

Техносфера – часть экосферы, которая содержит искусственные технические сооружения, которые изготавливаются и используются человеком.

Отсюда и появилось такое понятие как «техносферная безопасность».

Техносферная безопасность представляет собой свойство техносферы, эксплуатировать, но не вредить.

Обеспечение техносферной безопасности представляет собой создание условий для человека в техносфере, преобразуемой человеком.

В плане управления в настоящее время реализуется большое количество систем обеспечения безопасности человека (рис. 1). Безопасность труда, защита при чрезвычайных ситуациях, защита от пожаров занимают не последнее место в организации управления на предприятии.

Функциональная система	Управляющая структура	Законодательная и нормативная база управления	
Охрана здоровья и обеспечение санитарно-эпидемиологического благополучия населения	Минздрав РФ и Роспотребнадзор	ФЗ № 323 (2011 г.) «Об основах охраны здоровья граждан в РФ»	ФЗ № 52 (ред. 2015 г.) «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения»
Охрана труда	Минтруд РФ	Трудовой кодекс РФ	
Обеспечение экологической и промышленной безопасности	Минприроды РФ и Ростехнадзор	ФЗ № 7 (ред. 2015 г.) «Об охране окружающей среды»	ФЗ № 116 (ред. 2015 г.) «О промышленной безопасности опасных производственных объектов»
Предупреждение и ликвидация ЧС	Правительственная комиссия по предупреждению и ликвидации ЧС и обеспечению пожарной безопасности	ФЗ № 68 (ред. 2016 г.) «О защите населения и территорий от ЧС природного и техногенного характера»	
Гражданская оборона	Правительство РФ	ФЗ № 28 (ред. 2016 г.) «О гражданской обороне»	

Рисунок 1- Функциональные системы обеспечения техносферной безопасности

Данные системы можно свести в одну «обеспечение безопасности техносферы».

Управление осуществляется путем реализации нескольких взаимосвязанных функций:

- целеполагание;
- планирование;
- организация;
- анализ;
- совершенствование.

Все эти функции вместе создают цикл управления.

На рисунке 2 приведены группы методов управления организацией.

Структура организации управления техносферной безопасностью на предприятии представляет собой совокупность элементов управления. Все процессы управления должны быть направлены на взаимодействие.

Рисунок 2 - Группы методов управления организацией

Поскольку система управления представляет собой отрытую систему, то вместе с внутренними связями должны существовать и взаимодействие субъекта и объекта управления.

На рисунке 3 приведен алгоритм управления техносферной безопасностью.

Под внешней средой принято принимать все условия и факторы, которые возникают в окружающей среде и могут повлиять на функционирование предприятия и требуют решения управления. Связь объекта и среды вокруг касается и материальной стороны. Немаловажную роль играет и взаимосвязь с информаций.

Система управления должна отвечать требованиями техносферной безопасности и безопасности в целом, что обеспечивает ее обоснованность и эффективность.

Исходя из вышеперечисленного можно сделать вывод, что система управления как организационная структура дает возможность эффективно управлять предприятием и приспособлением к условиям среды, которые имеют тенденцию к изменению.

Рисунок 3 - Алгоритм управление техносферной безопасностью

Изменения могут быть различного характера, от климатических, до изменений процессов на производстве.

Список используемых источников:

1. Кривич, И.Г. Модели принятия решений многоцелевого государственного управления в сфере природопользования: автореферат дис. ... канд. техн. наук. Воронеж, 2007.

2. Пелех. М.Т. Модели и методы оценивания и совершенствования государственной противопожарной службы: автореферат дис. ... канд. техн. наук. СПб, 2009.

3. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: учеб. пособие. / Р.А. Фатхутдинов. - М.: Эксмо, 2004. 544 с.

УДК 338.1

Быковская М.В.

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ НА РЫНКЕ БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Чернышова И.Г.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
bmv_3101@mail.ru

В статье приведена методика оценки конкурентоспособности организации. Рассмотрены основные методы оценки конкурентоспособности. Оценена конкурентоспособность организации ООО «Светал».

Ключевые слова: оценка конкурентоспособности, методы оценки, анализ конкурентоспособности.

В целом, оценка конкурентоспособности необходима для определения

собственных преимуществ и недостатков по сравнению с конкурентами, составления программы выхода на новые рынки сбыта, осуществления инвестиционной и инновационной деятельности, выработки организацией собственной успешной конкурентной стратегии [4].

Имеется значительное количество методик оценки конкурентоспособности организаций, однако ни единых стандартов оценки, ни универсальной методики пока еще не существует.

Методика оценки конкурентоспособности предприятия, основанная на комплексном исследовании внутренней среды предприятия, предполагает определение перечня внутренних факторов и оценку их влияния на эффективность и качество деятельности предприятия.

Этот анализ направлен на выяснение платежеспособности и эффективности компании. Финансовые показатели можно объединить в группы.

Первая группа - это показатели оценки прибыльности хозяйственной деятельности - показатели рентабельности.

Вторая группа - это показатели оценки деловой активности - коэффициенты оборачиваемости.

Третья группа - это показатели оценки ликвидности.

Анализ этих показателей позволит выяснить закономерности их изменения, оценить эффективность финансовой деятельности.

В условиях острой конкуренции на отдельных рынках необходимо применять различные маркетинговые методы оценки конкурентоспособности.

Конкурентоспособность в строительной сфере - это, прежде всего, конкурентные преимущества организации относительно других предприятий, действующих в строительной отрасли, которые определяют ее успех на рынке, обеспечивают стабильное функционирование.

ООО «Светал» - один из молодых, стремительно развивающихся и уже зарекомендовавших себя застройщиков Брянска. Компания зарегистрирована в 2008 году и за короткий срок реализовала несколько крупных проектов многоэтажных жилых комплексов.

Оценку конкурентоспособности данной организации следует начать с анализа экономических показателей.

Проведем анализ основных показателей, характеризующих финансовую деятельность предприятия.

Значения показателей рентабельности за рассматриваемый период представлены в таблице 1.

Как видно из таблицы, в 2018 году показатели рентабельности приняли отрицательные значения. Отрицательная рентабельность капитала говорит о его неэффективном использовании и о необходимости оптимизации затрат Отрицательная рентабельность производственных фондов говорит о том, что основные средства используются неэффективно. Полученная отрицательная рентабельность продаж свидетельствует о том, что необходимо уменьшать себестоимость. В целом на предприятии ООО «Светал» в 2018 году наблюдались отрицательные показатели рентабельности, причем в 2017 году в

сравнении с 2016 годом наблюдался рост всех показателей рентабельности, а в 2018 году резкое снижение и самые низкие показатели за весь рассматриваемый период.

Таблица 1 - Анализ показателей рентабельности

Название	2016	2017	2018	Абсолютное изменение, +/-	
				2018/2016	2018/2017
Рентабельность всего капитала	0,73	4,42	-0,075	-0,805	-4,495
Рентабельность использования собственного капитала	15,20	47,95	-0,51	-15,71	-48,46
Рентабельность использования оборотных активов	6,93	27,75	-0,39	-7,32	-28,14
Рентабельность продаж	20,89	42,69	-11,27	-32,16	-53,96
Производственная рентабельность	26,40	74,48	-10,13	-36,53	-84,61

Анализ ликвидности баланса по относительным показателям за весь рассматриваемый период представлен в таблице 2.

Таблица 2 - Коэффициенты ликвидности активов

Коэффициенты	Норматив	2016	2017	2018	Абсолютное изменение	
					2018/2016	2018/2017
Общей ликвидности	≥1,5	0,13	0,29	0,17	0,04	-0,12
Быстрой ликвидности	≥0,7	0,11	0,28	0,17	0,06	-0,11
Абсолютной ликвидности	0,1-0,15	0,06	0,22	0,16	0,1	-0,06
Чистый оборотный капитал	+	-347042	-128149	-189184	157858	-61035

Коэффициенты ликвидности не соответствует нормативным значениям за весь рассматриваемый период. Также наблюдается снижение показателей относительно значений 2017 года.

Это свидетельствует о невозможности предприятия погасить свои долги.

Третья группа - это показатели оценки деловой активности (табл.3.).

Коэффициент оборачиваемости показывает эффективность использования каждого вида активов и показывает количество оборотов всего капитала за период и количество денежных средств, которые принесла единица активов. Как видно из таблицы, значение коэффициентов слишком мало, также в 2018 году они уменьшились по сравнению с 2017 году, что говорит о низкой оборачиваемости.

Таблица 3 - Анализ показателей деловой активности

Название	2016	2017	2018	Абсолютное изменение	
				2018/2016	2018/2017
Коэффициент общей оборачиваемости активов	0,0005	0,053	0,01	0,0095	-0,043
Оборачиваемость оборотных фондов	0,0045	0,33	0,053	0,0485	-0,277
Оборачиваемость ДЗ	0,01	1,07	0,32	0,31	-0,75
Оборачиваемость СК	0,0097	0,57	0,069	0,0593	-0,501

В целом, по показателям финансовой устойчивости можно сказать, что на предприятии недостаточно собственного оборотного капитала, положение предприятия финансово неустойчиво. Предприятие не обладает значительным объемом свободных ресурсов, которые сформировались благодаря собственным источникам. Предприятию будет сложно погасить текущие обязательства за счет наиболее ликвидных оборотных активов.

Оценка позиций ООО «Светал» и его конкурентов представлена графически в виде многоугольника конкурентоспособности (рис.1).

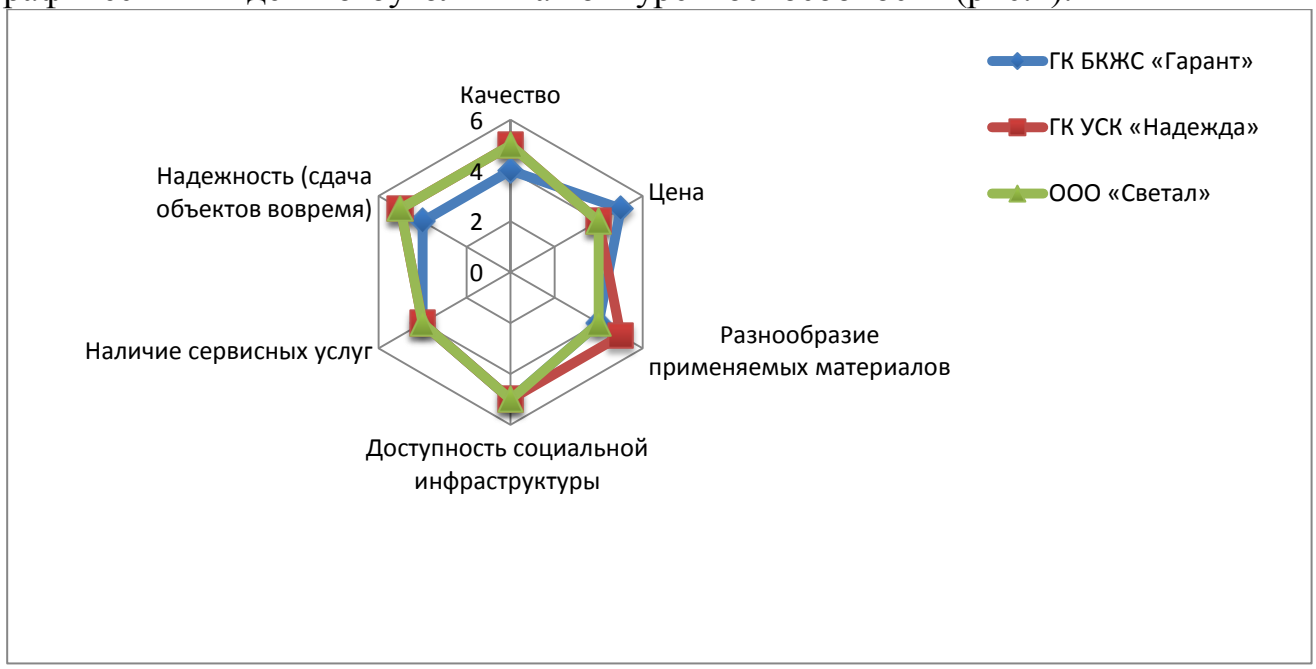

Рисунок 1 - Многоугольник конкурентоспособности

Таким образом, для ООО «Светал» факторы разнообразие материалов, сервисные услуги и цена являются приемлемыми. Лучшей оценкой обладают факторы, качество, доступность инфраструктуры и надежность. Спектр продаваемых товаров примерно одинаков с основными конкурентами.

Построим карту позиционирования для оценки соотношения цены и качества жилых квартир, предлагаемых ООО «Светал» и его конкурентами (рис.2).

Рисунок 2 - Карта позиционирования

Предприятию целесообразно принять следующие меры: в области ценообразования можно снизить цену на продукцию.

Таким образом, можно сделать выводы, что предприятие имеет среднюю позицию в конкурентной борьбе, сильной стороной предприятия является качество продукции.

SWOT-анализ – это анализ сильных и слабых сторон предприятия в конкурентной борьбе, появляющихся возможностей и угроз. Показатели конкурентоспособности оцениваются по блокам: финансы, производство, организация и управление, маркетинг и т.д. (табл.4).

Таблица 4 - SWOT-анализ деятельности организации

Сильные стороны	Возможности
1. При покупке квартиры предоставляется право оформить ипотеку в любом из 8 крупнейших банков (Сбербанк, ВТБ, Райффайзен банк и др.) 2. Доступная цена 3. Развитая инфраструктура рядом с построенными домами 4. Жилые дома возводятся из прочного и экологичного материала-кирпича	1. Ориентация на новые потребительские сегменты (строительство таунхаусов, строительство домов в крупных населенных пунктах Брянской области -Мичуринский, Путевка). 2. Упрочнение репутации и известности компании за счет расширения строящихся жилых комплексов.
Слабые стороны	Угрозы
1. Малоизвестны по сравнению с остальными застройщиками 2. Небольшое количество построенных объектов 3. Недостаточное использование рекламы 4. Отсутствие отдела маркетинга	1. Наличие конкурирующих организаций, строящих жилье в тех же районах. 2. Увеличение себестоимости строительства в связи с ростом цен на строительные материалы. 3. Замедление роста рынка жилищного строительства 4. Снижение спроса в связи с уменьшением доходов населения

Проанализировав таблицу 4, можно сделать вывод, что слабыми сторонами ООО «Светал» является сильные конкуренты; недостаточная известность; недостатки в рекламной политике; небольшое количество построенных объектов. Сильные стороны компании: предоставление клиентам продукции по доступным ценам в совокупности с качеством; развитая инфраструктура и наличие социальных объектов вблизи стоящихся домов; возможность выбора жилья, построенного из различных материалов и в разных районах города. В данном анализе необходимо обратить внимание на «возможность» укрепление позиций, увеличение доли рынка и выхода на новые

рынки, а также на «угрозу» увеличения цен и укрепления конкурентов, что может привести к потере клиентов.

Проведенный анализ показал, что компании необходимо направить усилия на продвижение продукции на рынке Брянска, изучить себестоимость и разработать мероприятия по снижению цены. Немаловажным для предприятия является сохранение качества при этом.

Список использованных источников:

1. Бабич, О.В. Актуальные проблемы управления конкурентоспособностью организации / О.В. Бабич, М.И. Перькова // Финансовая экономика. – 2018. - №5 ч.11. – С. 1283-1285.

2. Быковская, М.В. Инновационный менеджмент в жилищном строительстве как фактор конкурентоспособности / М.В. Быковская, И.Г. Чернышова. - Экономическая психология инновационного менеджмента. Всероссийская. науч.-практ. конф. с международным участием г. Брянск, 20 декабря 2017 г. [Текст] + [Электронный ресурс]: сб. науч. тр. / под ред. В.В. Евенко, Д.В. Ерохина. - Брянск: БГТУ, 2018. - 237 с. - 146-151 с.

3. Денисова, О.В. Оценка конкурентоспособности предприятия / О.В. Денисова // Инновационная наука, 2016. - №4. - С. 152-156.

4. Иванова, В. Н. Факторы конкурентоспособности: Учебник / В.Н. Иванова, С.А. Иванов. - М.: Финансы и статистика, 2014. - 216 с.

5. Игольникова, И.В. Методы управления конкурентоспособностью предприятий (на примере ЛПК Брянской области) / И.В. Игольникова. – Брянск: ФГБОУ «Брянский гос. Ун-т им. акад. И.Г. Петровского», 2012.

6. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник / Г.В. Савицкая. - М: ИНФРА-М, 2014. - 406с.

7. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: Учебник / Р.А. Фатхутдинов. - М.: Эксмо, 2015. - 544 с.

8. Шеремет, А.Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности : Учебное пособие / А. Д. Шеремет. - М. : ИНФРА-М, 2015. - 255 с.

УДК 338.48

Гаврикова Н. И.

АНАЛИЗ ПОЛОЖЕНИЯ ООО «ГОРИЗОНТ» НА ТУРИСТИЧЕСКОМ РЫНКЕ БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Чернышова И.Г.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
gavrikova.2013@mail.ru

Сфера туризма в настоящее время активно развивается. На рынке Брянской области работает большое число туристических фирм. В статье проведен анализ рынка туристических услуг Брянской области и рассмотрено положение ООО «Горизонт» среди основных конкурентов. Также выявлены сильные и слабые стороны деятельности ООО «Горизонт».

Ключевые слова: туризм, конкурентоспособность, потребители, поставщики, сильные и слабые стороны деятельности.

В рамках реализации областной целевой программы «Молодежь Брянщины» осуществляется комплекс мер по развитию индустрии туризма в Брянской области, включающий в себя рекламно-информационное обеспечение сферы туризма; организацию социального туризма для различных категорий молодежи; развитие и продвижение новых видов туризма (экологический, конгрессный, деловой, религиозный, культурно-познавательный, этнографический и т. д.), а также проведение областных конкурсов в сфере туризма.

Делегации Брянской области принимают участие и представляют Брянскую область на ежегодно проводимых международных и всероссийских выставках «Интурмаркет», «MITF», «MITTT» и других.

Брянская область является перспективной для развития туризма, прежде всего, в силу ее уникального экономико-географического положения. На территории области имеется свыше 4 тысяч памятников истории и культуры.

На территории области действует 10 санаториев и пансионатов с лечением мощностью 2564 места, 4 санатория-профилактория на 242 койки, санаторий «Мать и дитя», 5 баз отдыха на 640 мест, 1 туристская база на 483 места, 35 гостиниц.

Брянская область входит в перечень регионов — участников проекта «Большое Золотое кольцо России».

Объектом анализа в статье является ООО «Горизонт», которое предоставляет туристические услуги жителям Брянской области с 2011г.

В 2018г. в Брянской области работает более 100 туристических агентств, предоставляющих похожие услуги. Таким образом. ООО «Горизонт» работает в острой конкурентной борьбе.

К основным услугам ООО «ГОРИЗОНТ» относят: услуги по организации перевозки; размещение; питание туристов;

К дополнительным услугам относятся: услуги по организации экскурсий; услуги по страхованию туристов; услуги гидов, гидов-переводчиков; услуги перевозки туриста от места его пребывания в страну (место его временного пребывания) до места размещения и обратно (трансферт), а также любой другой перевозке в пределах страны.

Фирма сотрудничает с ведущими российскими туристическими организациями в различных регионах России и ближнего зарубежья.

На сегодняшний день ООО «ГОРИЗОНТ» предоставляет полный пакет предложений для туристов: бронирование номеров в гостинице, трансферы, экскурсионные программы.

Проведем анализ деятельности наиболее известных туристических фирм Брянской области в таблице 1.

Компания «Адмирал-Тур» опережает практически по всем показателям «ГОРИЗОНТ» за счёт приемлемых цен на туры, широкий ассортимент предлагаемых туров, качественного обслуживания.

Одной из слабых сторон фирмы «ГОРИЗОНТ» является отсутствие туров внутри страны, по Белоруссии и Украине.

Таблица 1 - Характеристика работы агентств

Критерий	Горизонт	Адмирал-тур	Император-тур	Апельсин	7 морей
Направления туров	Зарубежный туризм	Внутренний и зарубежный туризм	Внутренний и зарубежный туризм	Внутренний и зарубежный туризм	Внутренний и зарубежный туризм
Дополнительные услуги	Карта клиента. Накопительные скидки	Оформление виз, подарочный сертификат	Оформление виз, доставка в аэропорт	Услуга образование за рубежом	Оформление виз, футбольные туры
Количество офисов	1	5	4	2	2
Каналы сбыта	Работа с индивидуальными клиентами, турагентствами	Работа с индивидуальными и корпоративными клиентами, туроператорами, турагентствами	Работа с индивидуальными и корпоративными клиентами, туроператорами, турагентствами	Работа с индивидуальными и корпоративными клиентами, туроператорами, турагентствами	Работа с индивидуальными и корпоративными клиентами, туроператорами, турагентствами

Проведем количественный анализ конкурентов. Для этого введем шкалу оценки критериев: 1- критерий отсутствует, 5 – критерий максимально развит (табл. 2).

Таблица 2 - Количественный анализ конкурентов

№	Критерий	Горизонт	Адмирал-тур	Император-тур	Апельсин	7 морей
1	Конкурентоспособность турпрдукта	4	5	5	4	5
2	Эффективность маркетинговой деятельности	3	5	4	4	5
3	В том числе: реклама	3	5	4	4	5
4	Применение IT-технологий	3	5	5	5	5
5	Имидж турфирмы	4	5	5	5	4
6	Эффективность [illegible]	3	5	5	4	4
7	Месторасположение офиса	5	4	5	5	4
	Итого	25	34	33	32	32

Анализ показал, что ООО «ГОРИЗОНТ» уступает основным конкурентам по всем параметрам. Слабой стороной является маркетинговая деятельность, сильной – местоположение офиса.

Из данных таблицы следует, что на сегодняшний день в том сегменте рынка туриндустрии, где позиционирует себя фирма «ГОРИЗОНТ», безусловным лидером является турфирма «Адмирал-Тур». Ее позиции

являются лидирующими по всем элементам комплекса маркетинга (34 баллов). Фирма предлагает клиентам широкий спектр качественных услуг, имеет широкую систему каналов сбыта, использует гибкую ценовую политику и эффективно продвигает на рынке свой турпродукт.

Вторую позицию занимает фирма «Император-тур» (33 балла), которая уступает лидеру по уровню сервиса, использованию возможностей каналов сбыта, но при этом активнее использует маркетинговые средства продвижения турпродукта на рынке.

Отобразим полученные результаты на рисунке 1.

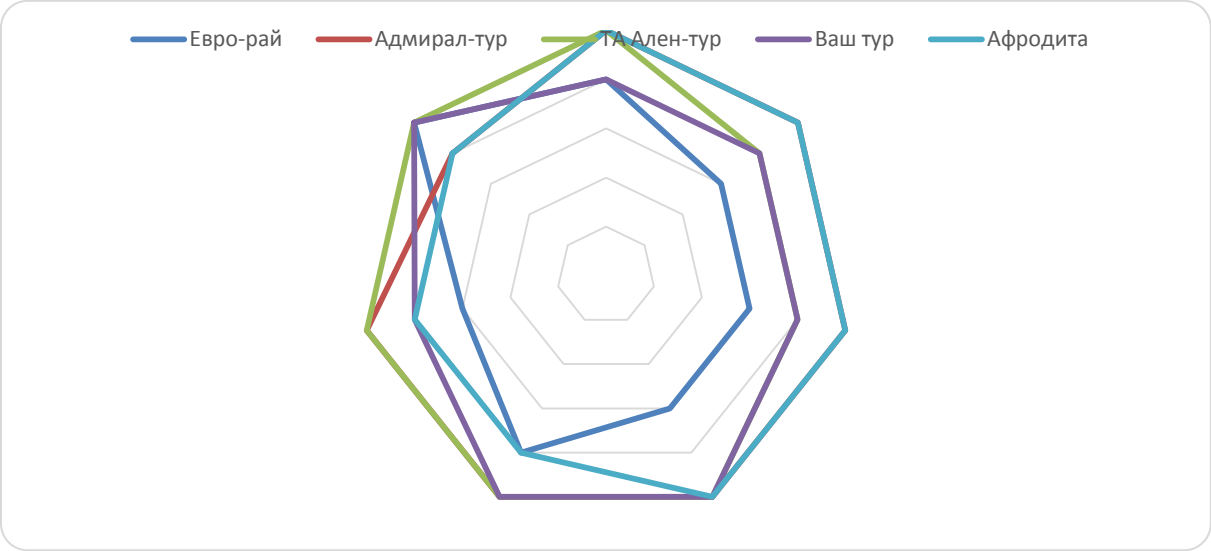

Рисунок 1 - Многоугольник конкурентоспособности

Фирма «ГОРИЗОНТ» по результатам проведенного анализа занимает последнее место (24 балла), уступая лидерам по престижу торговой марки, перечню основных и дополнительных услуг, наличию сформированных каналов сбыта, маркетинговым средствам продвижения турпродукта на рынке. Причины такого положения - небольшой срок работы турфирмы на рынке, отсутствие специалиста по маркетингу, отсутствие сформированной маркетинговой стратегии. Необходимо расширять ассортимент турпродуктов, активно вести рекламную деятельность.

Анализ рисунка показал, что важным фактором повышения конкурентоспособности является активное применение IT-технологий и повышение эффективности маркетинговой деятельности в целом.

Проведем макро сегментацию потребителей по следующим признакам:

Географический: г. Брянск и Брянская область.

Социально-психологический: предпочитающие внешний и внутренний туризм; ведущие здоровый образ жизни и предпочитающие традиционный отдых.

Демографический: женщины, мужчины, дети и подростки; с высоким, средним и низким доходом.

Таким образом, всего выделено 96 потенциальных сегментов.

Но в качестве основных сегментов, на которые ориентируется предприятие, являются жители города Брянска, предпочитающие традиционный отдых как в России, так и за рубежом со средним и высоким

уровнем дохода.

ООО «ГОРИЗОНТ» работает с крупнейшими тур-операторами.

Описание поставщиков представлено в таблице 3.

Таблица 3 - Основные операторы ООО «ГОРИЗОНТ»

Оператор	Описание
Pegas Touristik	У туроператора Pegas Touristik можно заказать поездку в любое по желанию клиента место из 18-ти стран мира, которую, кстати, можно оформить в любое время суток, в любой день недели в онлайн-режиме.
CORAL TRAVEL	Компания CORAL TRAVEL имеет 20-летний опыт работы в туристическом бизнесе и более 35-ти офисов как в СНГ, так и за рубежом.
TEZ TOUR	TEZ TOUR основала более 20-ти международных компаний в разных странах, помогающих культурно и качественно отдыхать каждому обратившемуся клиенту.
SUNMAR TOUR	Компания SUNMAR TOUR специализируется но экономичных вариантах поездок типа «Last Minute».

Для того чтобы успешно конкурировать на рынке турфирме «ГОРИЗОНТ», необходимо изучать опыт конкурентов и разрабатывать стратегию собственного развития. Проведем анализ сильных и слабых сторон деятельности ООО «ГОРИЗОНТ» (SWOT-анализ) (табл. 4).

Таблица 4 - Анализ сильных и слабых сторон деятельности ООО «ГОРИЗОНТ»

Сильные стороны	Слабые стороны
Отлаженная система взаимодействия с ведущими туроператорами. Хорошая репутация у покупателей. Наличие постоянной клиентуры. Накопительная система скидок. Наличие системы бронирования авиабилетов и визового сопровождения.	Отсутствие эффективных маркетинговых процессов. Неэффективная система хранения информации. Отсутствие туров по России. Редкое обновление информации на сайте.
Возможности	Угрозы
Модернизация процессов хранения и обработки информации. Обучение персонала. Расширение круга потребителей. Расширение туристических направлений.	Растущее конкурентное давление. Возможность использования конкурентами новых информационных технологий. Нестабильность факторов внешнего и внутреннего характера на рынке туриндустрии.

На основании проведенного SWOT-анализа можно говорить о том, что осуществляемая турфирмой «ГОРИЗОНТ» деятельность имеет как сильные, так и слабые стороны. К наиболее важным сильным сторонам относятся: хорошая репутация у покупателей, наличие постоянной клиентуры, накопительная система скидок., к слабым – отсутствие эффективных маркетинговых процессов, отсутствие туров по России. Это означает, что руководству фирмы есть над чем работать, используя имеющиеся возможности и избегая вероятных и реальных угроз.

Список использованных источников:

1. Отчет правительства Брянской области о состоянии туризма 2018 [Электронный ресурс]: // http://www.bryanskobl.ru/economy-forecast-until-2019/tourism

2. Программа «Развитие культуры и туризма Брянской области 2014-2020гг.» [Электронный ресурс]: // http://kultura32.ru/images/нормативная_база/za_2019

3. Гаврикова, Н. И. Состояние и перспективы развития туризма в Брянской области / Н.И. Гаврикова, И.Г. Чернышова // Экономика и региональное управление: сборник научных статей международной научно-практической конференции (г. Брянск, 6 декабря 2017 г.) [Электронный ресурс] - Брянск: БГУ, 2017.

УДК 658.51

Головачев А.А.

СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Михалева О.М.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
a.golova4ev2017@yandex.ru

В статье обоснована актуальность исследования проблемы повышения эффективности производственно-хозяйственной деятельности предприятия. Представлена характеристика производственной системы предприятия.

Ключевые слова: производственно-хозяйственная деятельность предприятия, производственная система предприятия.

На современном этапе развития экономики, характеризующемся нестабильными рыночными условиями, ростом дефицита сырьевых ресурсов, усилением конкурентной борьбой между предприятиями, повышением предпринимательских рисков, жизнеспособность предприятий обеспечивается посредством опережающего роста результатов хозяйственной деятельности по сравнению с привлечением производственных ресурсов. Повышение конкурентоспособности предприятий не представляется невозможным без повышения интенсивности их деятельности, основанной, прежде всего, на рациональном использовании имеющихся ресурсов. Проблема повышения устойчивости развития является особенно актуальной в связи с первостепенным значением эффективности функционирования промышленных предприятий для экономики страны.

Эффективная хозяйственная деятельность предприятия способствует росту рентабельности, повышению конкурентных преимуществ, выступает основой непрерывного развития и роста, определяет устойчивое конкурентное положение предприятия на рынке на длительный период времени. В связи с этим задача совершенствования производственно-хозяйственной деятельности предприятий является особенно актуальной.

Возможность обоснования управленческих решений по вопросу выбора путей повышения эффективности производственно-хозяйственной деятельности предприятий не представляется возможным без наличия информации о реальном финансово-экономическом состоянии предприятия,

что определяет актуальность текущей оценки и мониторинга эффективности производственно-хозяйственной деятельности [3].

Производственную систему целесообразно рассматривать на четырех основных уровнях: предприятия в целом, отдельного цеха, участка, рабочего места. На данных уровнях в состав производственной системы следует включать следующие виды ресурсов:

– технические ресурсы, характеризующиеся степенью гибкости и прогрессивности технологических процессов, выполнения работ и услуг, возможности дальнейшего их совершенствования, наличие инновационных разработок по новым видам продукции;

– кадровые ресурсы, характеризующиеся профессиональным, квалификационным, демографическим составом персонала, способность персонала к профессиональному развитию и карьерному росту, адаптацией работников к изменяющимся целям и задачам производственной системы [2];

– пространственные ресурсы, характеризующиеся размером и характером производственных площадей, территорией предприятия, коммуникаций, наличием возможностей их расширения;

– ресурсы организационной структуры управления, которые можно охарактеризовать гибкостью и адаптивностью управляющей системы, качеством принятия управленческих решений, экономичностью структуры;

– информационные ресурсы, характеризующиеся характером информации о внешней среде и состоянием производственной системе, возможностью повышения качества информации, т.е. таких ее характеристик, как: достоверность, насыщенность, ценность;

финансовые ресурсы, которые следует охарактеризовать состоянием активов, ликвидностью, наличием кредитных линий и др. [1]

Комплексный анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятий, дает возможность оценить эффективность использования оборотных и внеоборотных активов, стратегии продаж, условий планирования и бюджетирования, организационно-технологического уровня предприятий и другие показатели.

В ходе взаимодействия вышеперечисленных компонентов, входящих в производственную систему, формируются экономический потенциал предприятия, характеризующийся совокупностью ресурсов, которые имеются в распоряжении предприятия, и способностью его работников и менеджеров рационально использовать данные ресурсы с целью производства продукции и получения максимального дохода

Таким образом, следует отметить необходимость получения актуальной, доступной, достоверной и обоснованной информации о финансово-хозяйственной деятельности предприятия для принятия стратегических управленческих решений в целях повышения эффективности всех направлений функционирования предприятия.

Список использованных источников:

5. Голов, Р.С. Организация производства, экономика и управление в

промышленности: учебник / Р.С. Голов, А.П. Агарков, А.В. Мыльник. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 858 с. [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452544

6. Михалева, О.М. Формирование и развитие интеллектуального капитала вуза (на примере высших учебных заведений Брянской области) / О. М. Михалева // Кадровик. - 2013. - № 6. - С. 70-75.

7. Экономика и управление на предприятии: учебник / А.П. Агарков, Р.С. Голов, В.Ю. Теплышев, Е.А. Ерохина; ред. А.П. Агарков. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 400 с. [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450718

УДК 336.71

Горячко А.С.,
Зюко А.А.

СТАТИСТИЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ БАНКОВСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Научный руководитель: Селюжицкая Т.В.
Гродненский государственный университет имени Янки Купалы,
Республика Беларусь, г. Гродно
anastasiia.goriachko.98@mail.ru

Показатели финансовых результатов являются ключевыми в системе показателей организаций, методика их расчета и анализа различается в зависимости от вида экономической деятельности. В статье проведен анализ динамики рентабельности банковских организаций Республики Беларусь за 2017-2018 гг. и дана оценка вклада факторов в это изменение.

Ключевые слова: банки, рентабельность, прибыль.

Важное место в системе показателей конечных финансовых результатов принадлежит финансовому сектору экономики, так как именно здесь происходит распределение и перераспределение денежных средств организаций и населения. Основными представителями этого сектора в отечественной экономике выступают банковские и страховые организации.

Цель данного исследования – проанализировать изменение показателей рентабельности банковских организаций в Республике Беларусь за 2017-2018 гг., и оценить вклад каждого фактора в это изменение.

Количественную характеристику финансовых результатов деятельности, как банков, так и страховых организаций выражают показатели доходов и расходов. Они выступают основой для определения показателей прибыли, используемых в дальнейшем для расчета уровней рентабельности [1, с. 32].

Показатели прибыли и рентабельности выступают качественными характеристиками деятельности финансового сектора экономики.

Банки как второй уровень национальной банковской системы оказывают услуги на принципах коммерческого расчета. Они организуют процесс привлечения денежных средств физических и юридических лиц в депозиты

(вклады), размещают эти средства от своего имени и за свой счет, открывают и ведут счета физических и юридических лиц. В соответствии с Банковским кодексом банк вправе осуществлять и иные банковские операции, и виды деятельности [2, с. 542].

Уровень рентабельности определяется соотношениями прибыли к соответствующему показателю – уставному фонду, расходам банка, его общему капиталу либо собственному капиталу. Показатели рентабельности выражаются в коэффициентах или в процентах.

Так, общий показатель рентабельности банка (R) рассчитывается по формуле [1, с. 33]:

$$R = \frac{\text{П}}{\text{УФ}} \times 100 \quad (1)$$

На динамику величины данного показателя оказывают влияние два фактора: 1) изменение величины прибыли ($П$); 2) изменение уставного фонда ($УФ$). Абсолютный прирост рентабельности банка (ΔR) рассчитывается следующим образом [1, с. 33]:

1) за счет изменения суммы прибыли

$$\Delta R(\text{П}) = \left(\frac{\text{П1}}{\text{УФ1}} - \frac{\text{П0}}{\text{УФ1}}\right) \times 100 \quad (2)$$

2) за счет изменения величины уставного фонда

$$\Delta R(\text{УФ}) = \left(\frac{\text{П0}}{\text{УФ1}} - \frac{\text{П0}}{\text{УФ0}}\right) \times 100 \quad (3)$$

Алгебраическая сумма прироста рентабельности за счет двух факторов должна показать общий абсолютный прирост уровня рентабельности банковской организации в отчетном году по сравнению с базисным [3, с. 33]:

$$\Delta R = \Delta R(\text{П}) + \Delta R(\text{УФ}) \quad (4)$$

Динамика показателей рентабельности банковских организаций в Республике Беларусь за 2017 г. и 2018 г. представлены в таблице 1.

Как видно из таблицы 1, уставный фонд банков Республики Беларусь изменился только в ОАО «Белагропромбанк» и в ОАО «Белинвестбанк». В первых трех анализируемых банках прибыль возросла больше чем в два раза, а в остальных она снизилась. Это отражает общий показатель рентабельности банковских организаций.

Поскольку не у всех банков происходили изменения в уставном фонде, то проанализируем те банки, в которых этот показатель в 2018 году изменился по сравнению с 2017 годом. Результаты расчетов представлены в таблице 2.

По результатам проведенного анализа изменения рентабельности банковских организаций Республики Беларусь в 2018 году по сравнению с 2017 годом, таких как ОАО «Белагропромбанк» и ОАО «Белинвестбанк», можно сделать следующие выводы. В 2018 году абсолютный прирост рентабельности в первом анализируемом банке составил 0,44 процентных пункта, а во втором – 13,15 процентных пункта. Прирост рентабельности за счет изменения прибыли в ОАО «Белагропромбанк» составил 1,76 процентных пункта (391,11 % к общему приросту). В ОАО «Белинвестбанк» прирост рентабельности в основном был обеспечен изменением прибыли (на 13,1499 процентных пункта или 99,9992 % к общему приросту).

Таблица 1 - Динамика показателей рентабельности банковских организаций в Республике Беларусь за 2017-2018 гг.

Наименование банка	Уставный фонд, тыс руб.		Прибыль, тыс руб.		Общий показатель рентабельности, %	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018
ОАО «АСБ Беларусбанк»	2669093	2669093	172281	284002	6,45	10,64
ОАО «Белагропромбанк»	707970	1238352	21812	43679	3,08	3,53
ОАО «Белинвестбанк»	231382	231376	10205	40635	4,41	17,56
ОАО «Белгазпромбанк»	189357	189357	104260	53775	55,06	28,40
ОАО «БПС-Сбербанк»	73585	73585	85245	76648	115,85	104,16
ОАО «Приорбанк»	86148	86148	185254	114368	215,04	132,76

Источник: собственная разработка на основании [3]

Таблица 2 – Анализ изменения рентабельности банковских организаций Республики Беларусь в 2018 году по сравнению с 2017 годом.

Наименование банка	Процент изменения рентабельности организаций, процентные пункты				
	Общий	За счет прибыли		За счет уставного фонда	
		Процентные пункты	В % к общему приросту	Процентные пункты	В % к общему приросту
ОАО «Белагропромбанк»	0,44	1,76	391,11	-1,32	-293,33
ОАО «Белинвестбанк»	13,15	13,1499	99,9992	0,0001	0,0008

Источник: собственная разработка на основании [3]

Рентабельность ОАО «Белагропромбанк» за счет изменения уставного фонда снизилась на 1,32 процентных пункта, и, соответственно, данное изменение показало отрицательное значение по отношению к общему приросту. Что касается ОАО «Белинвестбанк», то процент изменения рентабельности за счет уставного фонда оказался незначительным, но, все-таки, положительным (0,0001 процентных пункта и 0,0008 % к общему приросту).

Таким образом, основным фактором, влияющим на динамику рентабельности банковских организаций Республики Беларусь, является изменение величины прибыли. Положительное влияние данного показателя на динамику этого рентабельности показывает рост эффективности использования активов банков, но быстрое увеличение этого показателя характеризует максимизацию степени рисков при размещении активов.

Список использованных источников:

1. Бондаренко, Н.Н. Финансово-банковская статистика: практикум: учеб. пособие / Н.Н. Бондаренко, А.Г. Кулак, Н.Э. Пекарская. – Минск: ГИУСТ БГУ, 2012. – 264 с.

2. Национальная экономика Беларуси: учебник / В.Н. Шимов [и др.]; под

ред. В.Н. Шимова. – 5-е изд., перераб. и доп. – Минск: БГЭУ, 2018. – 650 с.

3. Статистический бюллетень 2017 - 2018 года [Электронный ресурс]: // Доступ с сайта Национального Банка Республики Беларусь.

УДК 338.48

Гудина А.С.

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТСКОЙ ФИРМОЙ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Михалева О.М.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск

В настоящее время туризм - это целая отрасль, объединяющая ряд предприятий, занимающихся организацией отдыха туристов и предоставляющих потребителю разнообразные услуги. С каждым годом туристская индустрия России все активнее включается в мировой рынок. Однако этот процесс сдерживается рядом факторов, в том числе недостатками государственной политики в области туризма, отставанием отрасли от зарубежных аналогов и т. д.

Ключевые слова: туризм, управление, управление персоналом, потребитель.

В настоящее время создание и реализация стратегии развития становятся важнейшим условием существования туристской фирмы. Стратегическое управление, которое включает в себя предвидение, планирование, контроль и оценку, предполагает также деятельность высшего руководства организации по определению предпочтительных направлений развития, дающих конкурентные преимущества и по средствам реализации поставленных целей через соответствующие стратегии путем изменений в организации. Идеология стратегического управления базируется на предположении о невозможности с достаточной степенью точности прогнозировать долгосрочные тенденции, таким образом, стратегическое управление определяется как технология управления в условиях повышенной нестабильности факторов внешней среды и их неопределенности во времени.

Особенности отрасли туризма, которая специализируется на оказании определенного комплекса услуг потребителям, вносят дополнительную сложность в сферу стратегического планирования и управления.

Управление туристской фирмой специфично и отличается от деятельности других отраслей, хотя на первый взгляд может показаться, что менеджмент туристского предприятия опирается на ту же базу, что и менеджмент любого предприятия.

Задача менеджмента туризма состоит не только в том, чтобы выявить общие тенденции и закономерности его развития, но и в том, чтобы найти его специфические особенности. Особенности туристской отрасли вытекают из специфических свойств услуг, предоставляемых туристскими предприятиями и организациями.

Определим специфику туристских услуг и ее воздействие на менеджмент туристской организации. В соответствии с этим следует определить, как глубоко и в каком направлении должен развиваться управленческий

инструментарий, чтобы правильно решить те специфические проблемы, которые присущи туристским организациям.

Первая особенность туризма заключается в большой глубине его проникновения и сложности взаимосвязей между его составными элементами. Большая часть туристских предприятий - небольших размеров. Крупные туристские предприятия создаются лишь в густонаселенных районах, они типичны для туристской индустрии. В последней много туристских предприятий и организаций, которые, так или иначе, должны вписываться в единую региональную систему управления, где преследуется цель обеспечения длительной дееспособности и конкурентоспособности на рынке [1, с. 18].

Вторую особенность туризма как объекта управления можно представить в виде трудно измеримых целей. Для менеджмента частных туристских предприятий, которые в своей деятельности ориентируются на получение прибыли, характерны четкие и измеримые цели - накопление ценностей, движение наличности прибыль и т. п. Для менеджмента туристских организаций таких целей не существует ни на уровне предприятия, ни на уровне региона. Туристская организация не имеет измеримых целей, нельзя объективно оценить ее производительность и успех. Речь идет о вероятностном характере процессов, происходящих в туристской индустрии. Это значит, что достаточно сложно точно спрогнозировать все явления и процессы, происходящие в туризме (изменилась политическая обстановка, резко ухудшились климатические условия, изменилась (усложнилась) система налогообложения и т. д.) [2, с. 73].

Следующая особенность туризма заключается в сильном влиянии со стороны заинтересованной клиентуры. Каждое туристское предприятие осуществляет свою деятельность в окружении различных заинтересованных лиц и клиентов. Кроме того, внутри отдельных заинтересованных групп имеются свои интересы. Туристские организации не могут ожидать от своих участников, что все они будут вести себя одинаково, поскольку существуют определенного рода противоречия между владельцами гостиниц, местными жителями и приезжими туристами. Даже внутри одной группы (например, среди представителей гостиничных комплексов) прослеживаются различные интересы. Наряду со всеми группами населения, заинтересованными в развитии туризма, а также участвующими в туристской деятельности, туристская организация, как и любое другое предприятие, сотрудничает с кредиторами, с политическими структурами, с городскими управлениями, с туристами, а также с поставщиками. Туристская организация может быстрее уравновешивать интересы между различными задействованными в процессе обслуживания группами, если в своей деятельности она руководствуется общепринятыми нормами, приоритетами и представлениями о ценностях и имеет перед собой широкомасштабные цели по дальнейшему развитию региона.

Важнейшей особенностью управления в туристской организации является специфика туристского продукта, его неотделимость от источника формирования. Товар в материальном виде существует независимо от его производителя, туристская услуга, также являющаяся товаром, неотделима от

источника ее создания. Так как туристский продукт проявляется в виде услуги, то его необходимыми признаками являются присутствие клиента и невозможность складирования этой услуги. В связи с тем, что при реализации туристского продукта усиливается личностный аспект, процесс предоставления туристских услуг может быть автоматизирован в гораздо меньшей степени, чем, например, процесс производства товаров. Ведь нельзя с высокой степенью вероятности спрогнозировать поведение туриста - оно зависит не только от объективных обстоятельств, но и от субъективных факторов. По этой причине в менеджменте туризма неизмеримо больше внимания должно уделяться управлению персоналом и регулированию межличностных отношений [3, с. 27].

Специфика туристского продукта связана со спецификой туристского спроса. Спрос на туристские услуги неоднороден в силу трех основных причин. Первая из них - неосязаемость и несохраняемость туристского продукта. Сложность в работе менеджера туристской фирмы заключается в том, чтобы убедить покупателя в выгодности именно его услуги, ведь качество туристского продукта колеблется в весьма широких пределах и зависит не только от поставщиков, но и от времени и места предложения.

Разнообразие потребителей туристских услуг - еще одна причина неоднородности спроса на них. Различные категории туристов отличаются целью поездки, своими требованиями к туристским услугам, а также ценой, которую они готовы и в состоянии оплатить. Каждому типу туристов соответствует определенный тип туристского рынка. На туристский спрос очень сильно влияют такие факторы, как доход, структура семьи, возрастной фактор, образование и профессия.

Следующая особенность туризма как объекта управления выражается в комплексности туристских услуг. Туристская услуга - это все то, что турист принимает во внимание или чем он пользуется во время путешествия (при изменении места своего пребывания и при пребывании в конечном пункте своей поездки). Отсюда следует, что туристская услуга складывается для туриста из целого комплекса услуг (как материальных, так и нематериальных), которые являются специфическим туристским продуктом. Эти отдельные туристские услуги являются дополнительными.

Наконец, как особенность туризма следует выделить его сезонность, т.е. зависимость объема туристских услуг прежде всего от природно-климатических условий. При решении проблемы менеджмента в туризме данное явление должно обязательно учитываться руководителями туристских предприятий, поскольку колебания спроса могут существенно ухудшить условия функционирования всей туристской индустрии.

Особенности туристской отрасли как объекта управления указывают на то, что менеджеры туристского бизнеса должны считаться с тем, что эта отрасль совершенно не похожа на другие отрасли. В связи с этим можно выделить следующие черты, характерные для управления любым туристским предприятием:

- во-первых, при планировании туристской деятельности во главу угла

должны ставиться нужды, потребности и желания конечных потребителей. С учетом этого и определяется сфера приложения труда любого туристского предприятия. Речь идет о том, удовлетворяет ли туристская фирма нужды промежуточных потребителей (посредников), или это может быть государственный заказ. В связи с этим дислокация туристского предприятия (в силу его тяготения к непосредственному конечному потребителю) определяется, с одной стороны, месторасположением основного контингента потребителей туристского продукта, а с другой — месторасположением рекреационных ресурсов, которые являются практически основным фактором туристской отрасли

- во-вторых, непервичность туристской услуги. Хотя в современном мире значение туризма как средства восстановления сил и здоровья огромно, туристский продукт не стал еще товаром первой необходимости и вряд ли станет им в ближайшей перспективе. Кроме того, на туристских услугах больше, чем на прочих платных услугах, сказывается изменение покупательской способности населения. На развитие туризма также очень сильно влияют политические и экологические явления;

- в-третьих, в туристской отрасли гораздо большее значение имеет маркетинг. Это связано с тем, что продавец туристской услуги, не имея возможности представить ее образец-эталон (как это практикуется при реализации товаров), должен найти аргументы в пользу своего товара-услуги, а это можно сделать только при хорошо налаженной системе маркетинга. Кроме того, в связи с непостоянством качества услуги, субъективизмом в ее оценке возникает необходимость ее постоянного контроля, т. е. эта функция менеджмента приобретает особую значимость. Одна и та же туристская поездка может быть по-разному оценена двумя разными людьми, что иногда вызывает недоразумения во взаимоотношениях между туристской фирмой и клиентами. В связи с этим менеджмент туризма должен быть сосредоточен в направлении создания системы сбора, обработки и распространения информации;

- в-четвертых, туристская услуга уникальна (повторить ее во всех аспектах не представляется возможным). Это маршрут поездки, условия обслуживания, стоимость и т.д. Даже два тура по одному и тому же маршруту у одной и той же фирмы часто проходят по-разному (это и состояние транспортного средства, события в стране пребывания и т. п.) .

В заключении следует отметить, что туризм является специфической формой деятельности людей, которой обязательно нужно управлять. Поэтому процесс управления в сфере туризма должен опираться на ряд особенностей данной отрасли.

Список использованных источников:

1. Альтшулер, И.И. Стратегическое управление на основе маркетингового анализа / И.И. Альтшулер .- М.: Вершина, 2016. – 18 с.

2. Квартальнов, В. А. Теория и практика туризма /В. А. Квартальнов. - М.: Финансы и статистика, 2015. – 73 с.

3. Квартальнов, В. А. Туризм / В.А. Квартальнов. - М.: Финансы и статистика, 2017. - 27 с.

УДК 331.108

Дивак К.С.

КОМПАНИЯ «PATAGONIA» - ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА В СТИЛЕ «СЁРФИНГ»

Научный руководитель: д.т.н., проф. Александрова И.Е.
МОСКОВСКИЙ АВТОМОБИЛЬНО-ДОРОЖНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ (МАДИ)
Россия, г. Москва
Kristina_di@mail.ru

Организационная культура является важным аспектом эффективного управления современной компании. В данной статье будет рассмотрен пример эффективной организационной культуры в современном бизнес-пространстве, а также представлена информация об особенностях управления и подбора персонала в компанию с развитой организационной культурой.

Ключевые слова: управление, управление персоналом, организационная культура

Организационная культура является отражением принципов работы организации, ее ценностей, деловых подходов и стилей общения сотрудников. Разнообразие организационных культур отражает всю многогранность человека и существующих организаций.

Рассмотрим организационную культуру на примере компании Patagonia.

Patagonia – это американская компания, была основана в 1973 году в США альпинистом и пионером в развитии outdoor-технологий Ивоном Шуинаром. Компания Patagonia производит технологичную одежду для альпинизма, скалолазания, катания на горных лыжах и сноуборде, серфинга, занятий рыбалкой и активного образа жизни в городе. Также бренд производит баулы, рюкзаки, спальные мешки. Главный принцип компании – это создавать только лучший продукт, не причиняя ненужный вред окружающему миру и используя бизнес для решения экологических проблем.

Основатель Patagonia Ивон Шуинар начал свой путь в альпинизме в 1953 году в 14-летнем возрасте. Из-за отсутствия денег на дорогостоящее снаряжение Ивон Шуинар начал сам производить оборудование, организовал небольшой магазинчик на заднем дворе родительского дома.

История крупнейшей компании спортивной одежды и снаряжения Patagonia началась с небольшой организации Choinard Equipment в 1965 году. Эта небольшая компания проектировала и создавала горнолыжное снаряжение для своих сотрудников и друзей. Владельцы и сотрудники были альпинистами и скалолазами. Сотрудники компании не имели различий с теми, кто использовал их продукцию, как и потребители данной продукции не отличались от тех, кто ее создавал. Интересы клиентов были интересами сотрудников [6].

Отдельное подразделение компании «Chouinard Equipment», занимающееся экипировкой, переросло в торговую марку с необычным названием «Patagonia». В 1989 году компания «Chouinard Equipment» была

продана и переименована (сейчас носит название «Black Diamond Equipment»). Всё своё время и силы Ивон Шуинар посвятил развитию «Patagonia» [2].

Компания Patagonia стала крупнее и сложнее Choinard Equipment. Но первым принципом при приеме на работу является следующее, что как можно больше сотрудников Patagonia должны быть настоящими клиентами Patagonia. Это позволяет сотрудникам чувствовать сопричастность к предметам своего труда. Сотрудники не пытаются думать, как клиенты – они и есть клиенты.
Внимательность при подборе персонала необходима для подбора сотрудников, которые должны относиться к своим обязанностям как к игре и считать себя главными клиентами для производимых ими товаров.

Компания Patagonia предпочитает искать новых сотрудников не через объявления, ярмарки вакансий или кадровых агентств, а ищет их через друзей, коллег и деловых партнеров.

Компании нужен не просто человек, способный выполнять свою работу, а нужен лучший человек на конкретную должность. В компании утверждают, что лучшие результаты достигаются в сотрудничестве, а не за счет «звездных» кандидатов. Организационная культура Patagonia всячески приветствует командных игроков и плохо относится к тем, кто рассчитывает на лучи славы.
Компания Patagonia ищет персонал, который еще является ключевой аудиторией Patagonia – людей, которые любят проводить свободное время в горах или на природе. Управляющая команда считает, что найти «чистопробного» бизнесмена, который сможет увлечься лазаньем или сплавами, куда сложнее, чем научить человека, влюбленного в outdoor, выполнять какую-то работу. Поэтому за выставочным стендом не найти человека в белой рубашке и галстуке, так как организация ориентируется на свою аудиторию не только в представлении ассортимента, но и во внешнем виде сотрудников, представляющих свою компанию. В теоретической части работы отмечено, что такая организационная культура является мотивационным фактором для сотрудников.

Конечно, выбор персонала ориентируется на профессиональные навыки соискателя, есть и сотрудники в компании, которые никогда не ночевали в палатке. Но по утверждению консультанта по организационной культуре компании Patagonia, у всех сотрудников есть общая увлеченность чем-то помимо себя, не важно серфинг это или опера, лазание или садоводство, лыжные гонки или общественная деятельность.

Организационная культуре компании направлена на сохранение гибкости мышления сотрудников и открытость к новым методам ведения дел.

Компании получает в среднем 900 откликов на открытую вакансию. Поэтому спешка при приеме на работу отсутствует. Кандидаты беседуют со своими потенциальными коллегами и руководством.

При приеме на руководящую должность бывает так, что кандидат приходит на интервью два, три раза в течении нескольких недель или проходит несколько собеседований подряд группой 4-6 человек.

Для сохранения сильной культуры компании приоритетным направлением является закрытие вакансии из уже имеющихся сотрудников. Компания несет большие затраты на обучение сотрудников, но в долгосрочной

перспективе считает эти затраты окупаемыми.

Поиск новых сотрудников также осуществляется за пределами компании, так как развивающемуся бизнесу также нужны уже успешные, состоявшиеся руководители, способные не только учиться, но и научить, дать сотрудникам новые знания для повышения эффективности совей работы.

Один из основных постулатов организационной культуры компании – работа должна приносить удовольствие. Сотрудники должны жить богатой и полной жизнью. В компании гибкий график работы, ведь настоящий сёрфер должен ловить волну, когда она есть, а сноубордист не может долго ждать, чтобы раскатать свежевыпавший снег. Так и родилась в компании политика гибкого графика работы под названием «Пусть народ занимается сёрфингом». Это позволяет удержать в компании людей, активно занимающихся спортом.

В компании щедрый и стратегически продуманный социальный пакет. Например, комплексное медицинское страхование, что позволяет привлечь на работу в магазины компании серьезных спортсменов. Компания обеспечивает пребывание детей сотрудников в детском лагере, так родители лучше работают, не волнуясь за благополучие и безопасность своих детей.

Компания открывала детские центры с яслями и программами для школьников. В компании есть столовые, душевые, игровые площадки. Компания Patagonia относится к одной из лучших компаний для работающих родителей.

Список использованных источников:

1. Веснин, В.Р. Менеджмент: учебник / В.Р. Веснин. - М.: ПРОСПЕКТ, 2018. - 616 с.

2. История бренда Patagonia [Электронный ресурс] // Soberger, 11.02.2016

3. Козлов, В.В. Организационная культура. Учебное пособие / В.В. Козлов, Ю.Г. Одегов, В. Сидорова. - КноРус, 2017. - 270с.

4. Мильнер, Б.З. Теория организации: Учебник / Б.З. Мильнер. - 8-е изд., переработанное и доп. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 848 с.

5. Ружанская, Л.С. Теория организации: уч. / Л.С. Ружанская, А.А. Яшин, Ю. В. Солдатова - Екатеринбург: Изд-во Урал. университете, 2015. - 200 с.

6. Шуинар, И. Patagonia – бизнес в стиле серфинг. Как альпинист создал крупнейшую компанию спортивной одежды и снаряжения / И. Шунар. – М., Манн, Иванов и Фербер, 2017. - 256 с.

УДК 658.34.011

Дорофеева Е.Э.,
Полякова Н.А.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ УСТОЙЧИВОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Жилина М.В.
ГОУ ВПО ЛНР «Донбасский государственный университет»
Луганская обл. г. Алчевск
evgeshadorofeeva@mail.ru
natapolika@mail.ru

Одной из главных функций экономики любой страны является обеспечение ее устойчивого функционирования. В данной статье рассмотрены основные подходы к определению устойчивости экономической системы.

Ключевые слова: экономическая устойчивость, стабильность, функционирование, развитие.

Устойчивость экономической системы обеспечивает экономическую безопасность страны, эффективное функционирование отраслей экономики, конкурентоспособность предприятий как на внешнем так и на внутреннем рынках. В современных экономических условиях большинство предприятий имеют очень сложное финансовое положение. Однако, на деятельность предприятия негативно влияют не только факторы внешней среды, но и отсутствие соответствующего уровня экономической устойчивости предприятия. Особое значение приобретает понятие устойчивости отраслей экономики, которая становится одним из определяющих факторов в современных условиях мира. Сегодня растут роль и значение факторов повышения экономической устойчивости.

Понятие устойчивости является фундаментальным, поскольку без него невозможно реализовать состояние экономического роста и прогрессивного развития общества. Данное понятие стало широко использоваться в научной литературе гуманитарной сферы (по экономике и развитию общества) лишь в конце XX века.

Можно отделить четыре основных подхода к рассмотрению понятия «экономическая устойчивость», что существуют сегодня в экономической науке (рисунок 1).

Первый подход предполагает применение термина «Steady state» (устойчивое состояние), который был введен Р. Солоу и отражает условия динамического равновесия экономической системы. В. Ячменёва считает, что «...устойчивость в общем виде обусловлена возможностями внутренних энергоматериальных сил элементов организации, которые способны поддерживать ее в пределах характерной для нее равновесной среды, и которые соответственно дают возможность организации сохранять структуру и выполнять свои функции устойчиво» [3]. Многие ученые, в частности С. Анохин, И. Бланк, О. Колодязев, К. Нужный, В. Рощин, В. Сумин и др. обращаются к понятию устойчивого состояния, равновесия во время исследования «экономической устойчивости» [1-3]. Однако следует отметить, что термин «устойчивость» характеризует процесс, связанный с равновесием, но не тождественен ей.

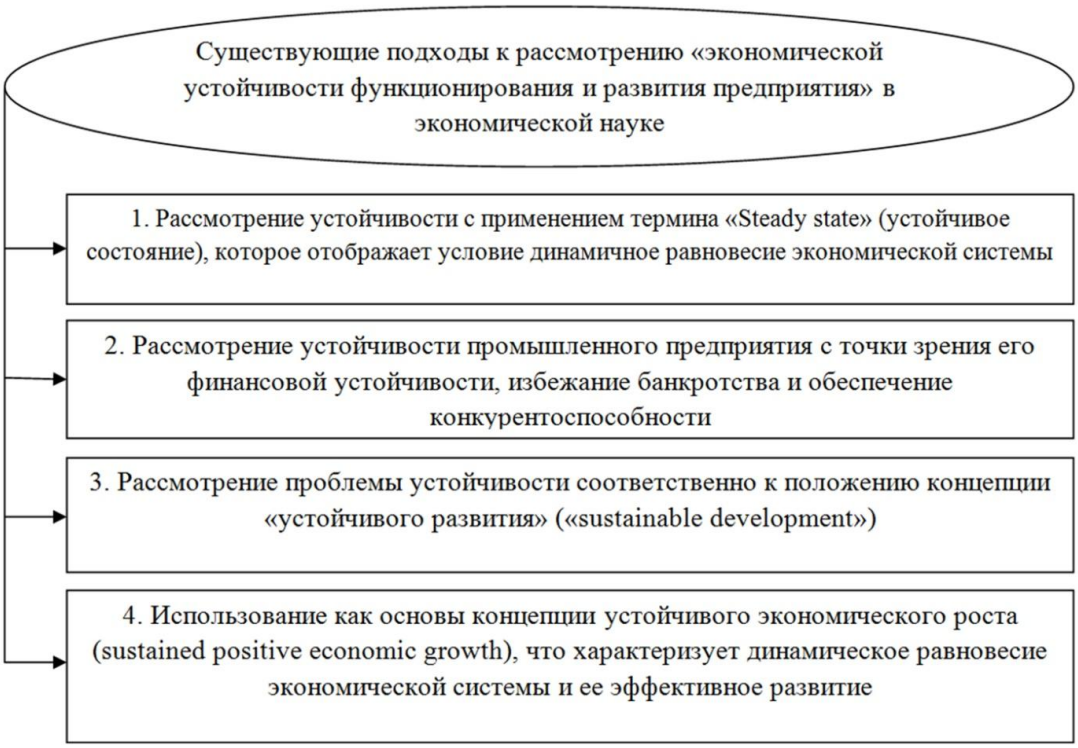

Рисунок 1 – Существующие подходы к рассмотрению «экономической устойчивости функционирования и развития предприятия»

Второй подход к рассмотрению проблемы устойчивости промышленного предприятия придерживается сегодня большинство западных ученых. Российские и украинские экономисты-исследователи, такие как В. Дергачева, Д. Ковалев, Т. Сухорукова, З. Коробкова, Е. Коробкова, Ю. Масленко и Н. Кульбака [2], И. Недин, И. Сенько экономическую устойчивость предприятий отождествляют с его финансовым состоянием. Финансовая устойчивость, по мнению представителей этого подхода, формируется вследствие стабильного получение предприятием доходов, что создает возможность для свободного маневрирования и эффективного использования денежных средств и способствует повышению ритмичности и надежности процессов материально-технического снабжения, производства и реализации продукции.

Третий подход при оценке устойчивости экономической системы исходит из положений концепции устойчивого развития («sustainable development»), точкой отсчета, для развития которой является отчет Международной комиссии ООН по окружающей среде и развитию в 1987 году. Новая стратегия развития общества исходит из приоритетов будущего и ее можно определить как стратегию выживания и непрерывного развития цивилизации (и страны) в условиях сохранения окружающей среды. Придерживаются этих взглядов А. Деркач, Л. Мельник, А. Семенов и А. Фадеева, которые характеризуют устойчивое развитие как такое, при котором экономические, экологические и социальные цели уравновешиваются и интегрируются, а темпы экономического роста не превышают темпов воспроизводства природных ресурсов, причем основным показателем такого развития считается улучшение качества жизни [2].

Четвертого подхода придерживаются такие известные экономисты, как

Дж.С. Милль, Й. Шумпетер, Р. Харрод, Ф. Котлер, Д. Моррис и др. Среди российских ученых понятие устойчивого развития промышленных предприятий связывают с понятием экономического роста А.С. Воронов, Н. В. Шандова считают, что «...концепция экономической устойчивости заключается в максимальном значении роста экономики предприятия за минимального отклонения экономической системы предприятия от состояния равновесия» [1]. В этом подходе мы встречаем отождествление понятия «развитие» с понятиями «роста», которые предусматривают только увеличение количественных, а не качественных характеристик социально-экономической системы.

Практика реализации концепций устойчивого развития позволяет выделить следующие основные подходы к управлению экономической устойчивостью (рисунок 2):

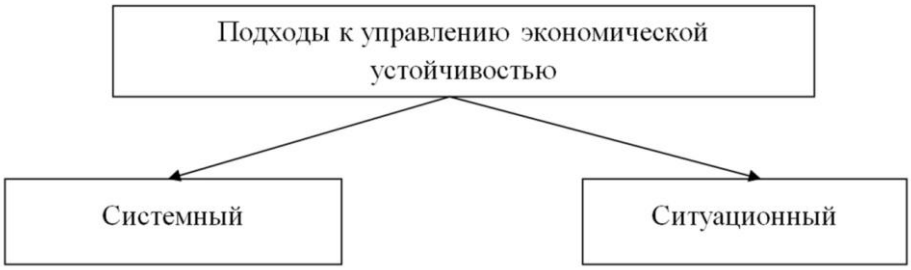

Рисунок 2 – Подходы к управлению экономической устойчивостью

– системный подход рассматривает экономическую устойчивость как совокупность взаимосвязанных и взаимообусловленных составляющих, которые обеспечивают сбалансированное развитие путем установления оптимальных количественных соотношений между элементами системы и формирования устойчивых структурных связей между ними;

– ситуационный подход призван выявить закономерности формирования экономической устойчивости в пространстве и времени и разработать комплекс управленческих действий по обеспечению динамического равновесия предприятия в определенный период времени в конкретной рыночной ситуации. При этом экономическая устойчивость предприятия рассматривается как временное явление, что достигается в процессе постоянного взаимодействия с внешней средой.

Обобщая определенные подходы, можно сделать вывод, что система управления экономической устойчивостью предусматривает реализацию комплекса управленческих решений, направленных на формирование динамической структуры, способной вести непрерывную во времени и экономически успешную по достижению поставленных стратегических целей деятельность в условиях постоянного влияния факторов внешней среды, сохраняя при этом признаки целостности и равновесия экономической системы.

Список использованных источников:

1. Анохин, С.Н. Методика моделирования экономической устойчивости промышленных предприятий в современных условиях. / С.Н. Анохин. – Саратов: Сарат. гос. техн. ун-т, 2000 – 40 с.

2. Борецька, Н. П. Аналіз і прогнозування фінансової стійкості

підприємства / Н. П. Борецька, К. В. Міщенко // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – № 20. – С. 63–66.

3. Колодязев, О.М. Исследование сущности и содержания экономической устойчивости предприятия / О.М. Колодязев, К.М. Нужный // науч.-техн. сб.: Коммунальное хозяйство городов. – 2017 – №78. – С. 238–243.

УДК 334.722.24

Ерёмушкина С.В.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕМЕЙНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Институт бизнеса Белорусского государственного университета
Республика Беларусь, г. Минск
svetlana_1170@mail.ru

Семейное предпринимательство является значимым фактором экономического роста и обеспечения занятости населения. В статье дана оценка перспектив развития семейного бизнеса в Республике Беларусь, сделан вывод о необходимости выделения семейного предпринимательства в самостоятельный вид предпринимательской деятельности, определены направления государственного регулирования.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность, малое и среднее предпринимательство, семейный бизнес, семейное предпринимательство, семейное предприятие, государственное регулирование предпринимательской деятельности.

Стратегической целью социально-экономического развития Республики Беларусь является повышение уровня благосостояния и качества жизни населения страны на основе инновационного развития национальной экономической системы. Одним из факторов экономического роста в современных условиях является развитие малого и среднего семейного бизнеса.

Семейный бизнес, или предпринимательская деятельность, организованная родственниками и передаваемая по наследству, является древнейшей формой деловой активности. По экспертным оценкам, в Европе число семейных предприятий составляет 70 – 80% общего количества производственных и коммерческих организаций, в семейном бизнесе занято 40 – 50% населения. На семейных предприятиях производится от 20% до 70% ВВП, что позволяет утверждать, что семейное предпринимательство в значительной степени обеспечивает стабильность экономики европейских стран [3].

По величине, типу организационной структуры, способу управления и сосредоточению основного капитала можно выделить самые разные семейные предприятия: от небольших семейных фирм, сотрудниками в которых является десяток близких родственников, до крупных холдингов, в которых работают представители нескольких семей, каким-либо образом связанных между собой, и сотрудники, не являющиеся членами семьи. В Беларуси пока представлена только первая категория семейного предпринимательства.

Все семейные предприятия имеют общие черты: стремление работать на долгосрочную перспективу; важная роль личных отношений, основанных на

доверии; предпринимательский склад ума сотрудников; более быстрый и гибкий процесс принятия решений; более высокая степень ответственности за создание и сохранение рабочих мест и соблюдение интересов местного населения; возможность вовлечения в трудовой процесс как младших, так и пожилых членов семьи, а также инвалидов; высокая степень ориентации на постоянных клиентов и ответственности за результат.

Семейная форма бизнеса создает благоприятные условия для семейного единства, формирования чувства принадлежности к традициям, к корням; финансового воспитания детей в практической деятельности, передачи секретов мастерства, развития способностей и самореализации всех членов семьи. Стоимость создания новых рабочих мест на семейных предприятиях относительно невелика, поэтому развитие семейного бизнеса способствует снижению таких социальных проблем, как бедность и безработица.

Малые семейные предприятия в Республике Беларусь могут успешно работать в таких сферах экономики, как: агро- и экотуризм, организация семейных ресторанов и ресторанов быстрого обслуживания, мелкооптовая и розничная торговля, бытовое и транспортное обслуживание населения и др.

Статистических данных по семейному бизнесу в Республике Беларусь нет, поскольку статус семейного предприятия не определен, но анализ сведений по малым предприятиям [2] показал: доля продукции субъектов малого и среднего предпринимательства в ВВП страны имеет слабую положительную динамику и в 2017г. составила 24,7% (в том числе микро- и малых организаций – 14,9%, средних – 6,7%, индивидуальных предпринимателей – 3,1%). Малые и средние предприятия обеспечивают 42,8% выручки от реализации продукции, 37% инвестиций в основной капитал, 28,5% налоговых поступлений, более 45% объема внешней торговли. В сфере малого и среднего бизнеса в настоящее время работает более 30% занятого населения.

В период с 2010 по 2017 гг. наблюдался устойчивый прирост количества субъектов малого предпринимательства (с 86,9 тыс. до 107,7 тыс., или на 23,5%). За 2018г., после принятия Декрета Президента Республики Беларусь №7 «О развитии предпринимательства» от 23.11.2017г., направленного на либерализацию условий ведения бизнеса, количество микро- и малых предприятий, а также индивидуальных предпринимателей увеличилось еще на 9%, наблюдается рост числа самозанятых лиц (на 32%) и ремесленников (на 25%).

По данным опроса представителей малого и среднего частного бизнеса [4] в последние годы наблюдается улучшение экономического положения предприятий, проявляющееся в росте продаж и увеличении занятости. Среди факторов, препятствующих развитию бизнеса, наиболее значимыми признаны высокие ставки налогов, изменчивое законодательство (в том числе налоговое), высокие процентные ставки. обременительные административные процедуры (лицензии, сертификация, проверки и пр.), а также неравные условия деятельности по сравнению государственными предприятиями.

Следует отметить, что существуют специфические факторы, препятствующих развитию предприятий семейного бизнеса в

трансформационной экономике: социально-психологические (кризис доверия в семье, смещение ценностных приоритетов «семья → бизнес», отлучение детей от семьи); организационно-экономические, связанные; с отсутствием процедур подготовки преемников бизнеса, проблемами бизнес-обучения руководителей семейных предприятий, недоступностью инноваций для малых предприятий семейного бизнеса [3]. Отсутствие государственной политики и поддержки семейного бизнеса расценивается исследователями как важнейший фактор, препятствующий развитию семейного предпринимательства.

Главной проблемой текущего развития семейного предпринимательства в Республике Беларусь является отсутствие нормативно-правового регулирования этой формы бизнеса как фактически существующего явления, что создает целый ряд сложностей. На постсоветском пространстве категория семейного предприятия начала определяться юридически: принят Закон Республики Узбекистан от 26.04.2012г. «О семейном предпринимательстве», Закон Республики Армения от 13 июня 1994г. № С-1073-103 «Об индивидуальном (семейном) предприятии» и др. В российской практике нет отдельного статуса для семейных предприятий, однако в Российской Федерации создается определенная методология управления такого рода фирмами, например, Ассоциация семейного бизнеса России проводит курсы корпоративного управления семейной компанией.

В Беларуси правовой основой семейного предпринимательства в широком смысле слова можно считать Указ Президента Республики Беларусь от 18.06.2005г. № 285 «О некоторых мерах по регулированию предпринимательской деятельности», предоставляющий индивидуальным предпринимателям право найма трех работников из числа близких родственников. Еще одна форма семейного предпринимательства – крестьянское фермерское хозяйство – ограничена только сельским хозяйством. Предложения бизнес-союза им. М. Кунявского ввести в Закон от 1.07.2010 № 148-З «О поддержке малого и среднего предпринимательства» главу, посвященную семейному бизнесу, были проигнорированы законодателями [1]. Поэтому большинство предприятий семейного бизнеса работает в статусе индивидуального предпринимателя. Однако действующие требования по оформлению трудовых отношений, начислению взносов в фонд социальной защиты населения, распределению обязанностей нивелируют те преимущества, которыми обладает семейное предпринимательство как таковое. В результате данный бизнес нельзя рассматривать как семейный, это обычные гражданско-правовые отношения между нанимателем и работником. Кроме того, имеются существенные проблемы для работы индивидуальных предпринимателей: например, если индивидуальный предприниматель имеет жену и троих совершеннолетних сыновей, он должен четко определить и зафиксировать, кто из них участвует в бизнесе. При этом тот из сыновей, с которым не заключен формальный договор, не может привлекаться даже для замещения родителей или братьев при их отсутствии на рабочем месте в связи с болезнью, командировками, отпусками, учебой. Поэтому для создания условий для развития эффективного семейного предпринимательства целесообразно было

бы упразднить формальные процедуры между членами семьи, закрепив право самостоятельно решать вопросы распределения функциональных обязанностей, начисления заработной платы и страховых взносов, а также распределения собственности. Существует мнение, что для того, чтобы семейные предприятия в Беларуси эффективно развивались, нужно увеличить количество наемных работников для индивидуальных предпринимателей хотя бы до десяти человек.

Поскольку нет правовой базы для открытия и существования семейного бизнеса, нет и официальной статистики такого вида предпринимательства, поэтому невозможно привести точные цифры количества предпринимателей, строящих свой бизнес на приложении труда, профессиональных навыков, творческих способностей членов семьи. По мнению российских специалистов, более 45 % субъектов малого и среднего предпринимательства действует в формате семейного дела, в то время как традиционные механизмы государственной поддержки малого и среднего бизнеса не учитывают специфики семейного бизнеса и не ориентированы на его развитие.

Исходя из зарубежного и российского опыта можно предложить следующее:

выделение семейного предпринимательства как наиболее льготной категории малого предпринимательства, учитывая его потенциал для укрепления семейного образа жизни, повышения рождаемости, профилактики бедности и роста благосостояния семей;

разработку государственной программы поддержки развития семейного бизнеса в Республике Беларусь;

дальнейшее развитие современной системы бизнес-образования, предусматривающей возможность обучения как уже состоявшихся, так и будущих предпринимателей, формирование предпринимательских компетенций;

использование возможностей открытого образования с применением технологий и методик дистанционного обучения;

создание при участии Белорусского фонда финансовой поддержки предпринимательства консультационных служб по вопросам юридического и социально-психологического характера;

использование финансовых механизмов поддержки внедрения инноваций в работу семейных предприятий;

для поддержки женского предпринимательства обеспечить развитие сети и инфраструктуры детских садиков, открытие в большем количестве ясельных групп, внедрение гибкого графика работы детских садиков, развитие рынка услуг по уходу за детьми.

Реализация перечисленных мероприятий будет содействовать не только повышению эффективности семейного предпринимательства, но и создаст возможности подготовки преемников и юридически корректной передачи бизнеса по наследству. Без активной государственной политики в данном направлении семейный бизнес в Республике Беларусь продолжит работать лишь в формате самозанятости и не сможет играть более значимую роль в развитии национальной экономики, обеспечивая занятость населения,

налоговые поступления, сохранение социальной и экономической стабильности.

Список использованных источников:

1. Герасименко, А. Семейное предпринимательство: форма или философия бизнеса? [Электронный ресурс] / А. Герасименко // Экономическая газета. – Режим доступа: https://neg.by/novosti/otkrytj/semejnoe-predprinimatelstvoc-15897– Дата доступа: 20.04.2019.

2. Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь / Статистический сборник // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2018. – 196 с.

3. Мурзина, Ю. С. Факторы, препятствующие развитию семейного бизнеса в России, и эффективные инструменты их регулирования / Ю. С. Мурзина // Российское предпринимательство. – 2015. – Том 16(15). – С. 2335 – 2354.

4. Состояние малого и среднего частного бизнеса в Беларуси в 2018 году. Результаты опроса [Электронный ресурс] / Аналитический обзор // Исследовательский центр Института приватизации и менеджмента, 2018. – Режим доступа: http://www.research.by/webroot/delivery/files/sr2018r02.pdf. – Дата доступа: 15.04.2019.

УДК 332.8

Жилинская А.В.

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ПРИБЫЛИ СУБЪЕКТА РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ТРАЙПЛ»)

Научный руководитель: к.э.н., доц. Леднёва И.А.
УО «Белорусский государственный экономический университет»,
Республика Беларусь, г. Минск
alinkaabc@mail.ru

Прибыль – это источник развития и неотъемлемая часть функционирования любого субъекта хозяйствования, а также одна из ключевых целей его развития. Она обеспечивает экономическую устойчивость предприятия, гарантирует полноту ее финансовой независимости. От ее уровня зависит эффективность работы предприятия, повышение и укрепление конкурентной позиции на рынке, поэтому актуальность, сложность и многообразность влияния факторов на размер прибыли и эффективность распределения прибыли обусловливают необходимость ее исследования применительно к конкретному предприятию.

Ключевые слова: прибыль, факторный анализ прибыли, модель Таффлера, модель Лиса, пути повышения прибыли прибыли.

Основной целью деятельности ООО «Трайпл» является извлечение прибыли для удовлетворения социальных и экономических интересов общества. К основным видам деятельности предприятия относятся: строительство, ритейл, рестораны и кафе, развитие сети АЗС, производство строительных материалов, местный туризм, фармацевтическое производство, сельское хозяйство, социальные проекты [1].

В научной работе были рассчитаны такие модели, как модели Лиса и

Таффлера (Таблица 1).

На основе проведенного анализа с помощью можно сделать вывод, что ООО «Трайпл» ожидает банкротство в скором времени.

Проанализировав данные отчета о прибылях и убытках за 2015-2017 гг., в процессе своей деятельности ООО «Трайпл» получило прибыль (убыток) от реализации продукции в размере -5037 тыс. р., 7304 тыс. р., 16135 тыс. р., соответственно, в 2015, 2016 и 2017 годах. Таким образом, прибыль от реализации продукции характеризуется нестабильной динамикой: 12341 тыс. р. за 2015-2016 гг. и 16477 тыс. р. за 2016-2017 гг.

Таблица 1 – Анализ вероятности банкротства ООО «Трайпл» на 2017 год

Название модели	Формула	Расшифровка символов	Интерпретация полученных показателей	Результат расчета	Вывод по модели
1	2	3	4	5	6
1. Модель Лиса	Z = 0,063*X1 + 0,092*X2 + 0,057*X3 + 0,0018*X4 [3]	X1 — оборотный капитал / сумма активов; X2 — прибыль от реализации / сумма активов; X3 — прибыл до налогообложения / сумма активов; X4 — собственный капитал / заемный капитал.	Если Z < 0,037 — вероятность банкротства высокая, если Z > 0,037 — вероятность банкротства малая	Z = 0,0266.	вероятность банкротства высокая
2. Модель Таффлера	Z = 0,53*X1 + 0,13*X2 + 0,18*X3 + 0,16*X4 [3]	X1 = Прибыль от реализации / Краткосрочные обязательства; X2 = Оборотные активы / (Краткосрочные обязательства + Долгосрочные обязательства); X3 = Краткосрочные обязательства / Общая сумма активов; X4 = Выручка от реализации / Общая сумма активов	если Z > 0,3 — вероятность банкротства невелика, если Z ∈[0,2;0,3] — банкротство возможно, если Z < 0,2, то существует вероятность наступления банкротства в ближайшее время	0,1933	вероятность банкротства высокая

Окончание таблицы 1

1	2	3	4	5	6

3. По законодательству Республики Беларусь 3.1 Коэффициент текущей ликвидности (К1) 3.2 Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами (К2) 3.3 Коэффициент обеспеченности обязательств активами (К3)	К1 = КА/КО К2 = (СК + ДО - ДА) / КА К3 = (КО + ДО) / ИБ [3]	КА – это краткосрочные активы КО – краткосрочные обязательства СК – собственный капитал ДО – долгосрочные обязательства ДА – долгосрочные обязательства ИБ – итог баланса	Нормативное значение коэффициента К1>=1,1 К2>=0,1 К3 <= 0,85	К1=1,06 К2=0,05 К3 = 0,4	Вероятность банкротства высокая

Примечание – Источник: собственная разработка.

Эти данные позволяют сделать следующие выводы:

– наибольшее влияние в процессе формирования прибыли отчетного периода оказывает прибыль инвестиционной, финансовой и иной деятельности, которая на протяжении 2015-2017 гг. имела нестабильную динамику. Для 2015 года данная прибыль составила 19075 тыс. р., а у 2016-2017 гг. убыток в 44189 и 22948 тыс. р. соответственно.

– второе место по влиянию на показатель прибыли отчетного периода занимает прибыль от реализации продукции, товаров, работ, услуг: данный показатель составил убыток в 2015-2016 гг. в размере 5037 и 7304 тыс. р. соответственно, а в 2017 году прибыль в размере 16135 тыс.р.

На основе данных отчета о прибылях и убытках за 2016-2017 гг. составим факторную модель прибыли до налогообложения:

$$П = Пт + Пи + Пф, \quad (1)$$

где П – прибыль до налогообложения;

Пт – прибыль от текущей деятельности;

Пи – прибыль от инвестиционной деятельности;

Пф – прибыль о финансовой деятельности.

Влияние факторов определим методом цепных постановок:

П0 = –1480 + 2134 – 46323 = –45699 тыс. р.

Пусл1 = 11518 + 2134 – 46323 = –32491 тыс. р.

Пусл2 = 11518 + 1120 – 46323 = –33685 тыс. р.

П1 = 11518 + 1120 – 24068 = –11430 тыс. р.

– изменение прибыли до налогообложения за счет увеличения прибыли от текущей деятельности составило:

ΔППт = –32491 + 45699 = 13178 тыс. р.

– изменение прибыли до налогообложения за счет снижения прибыли от инвестиционной деятельности составило:

ΔППи = –33685 + 32491 = –1194 тыс. р.

– изменение прибыли до налогообложения за счет увеличения прибыли от финансовой деятельности составило:

ΔППф = –11430 + 33685 = 22255 тыс. р.

Общее влияние факторов: 13178–1194 +22255 = 34239 тыс. р.

Таким образом, для повышения прибыли ООО «Трайпл» предлагается следующее: продажа недвижимости по меньшей стоимости, снижение факторинг, нанять антикризисного управляющего, реализовать краткосрочные финансовые активы.

Строительство – один из самых быстро растущих секторов белорусской экономики. ООО «Трайпл» накоплен большой опыт в области строительства, создана материально-техническая база и собрана команда профессионалов, что позволяет с уверенностью расширять свое присутствие на этом рынке. Управление капитального строительства ООО «Трайпл» выполняет полный комплекс работ по строительству объектов любой сложности.

Поэтому предлагаются следующие мероприятия по увеличению прибыли ООО «Трайпл» (Рисунок 1):

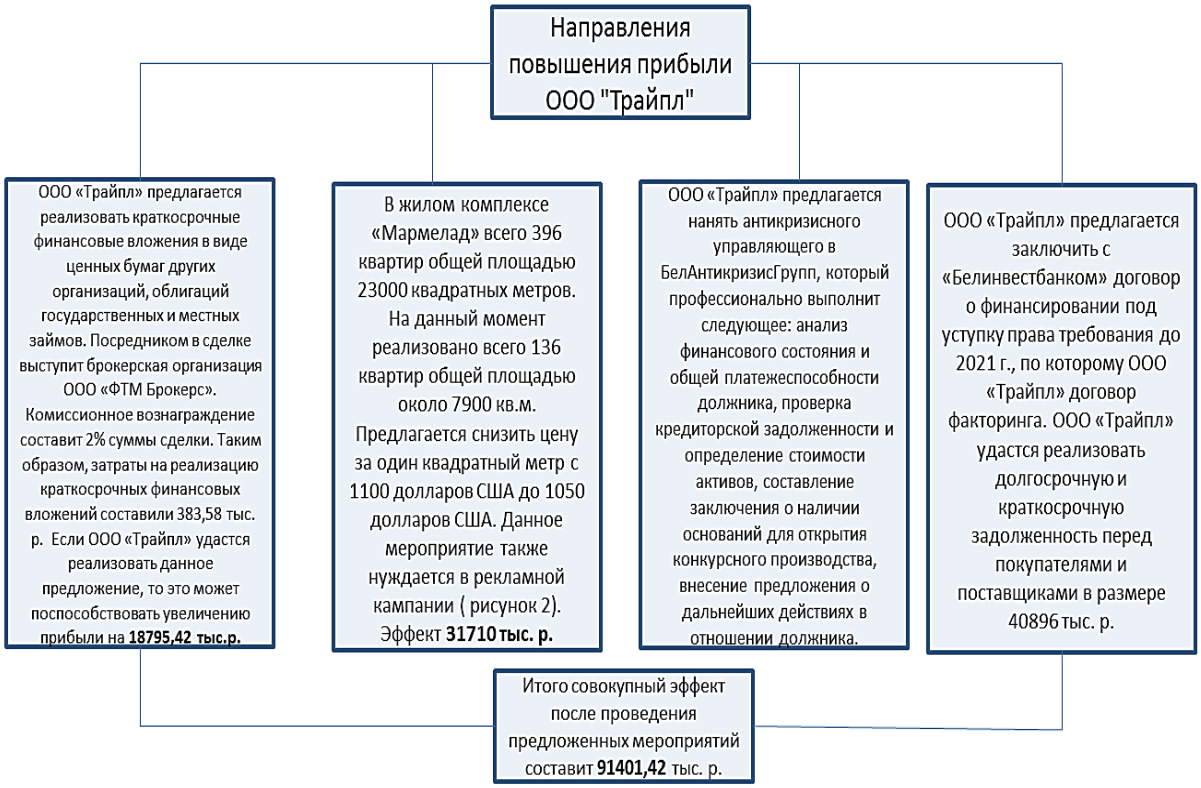

Рисунок 1 – Пути повышения прибыли ООО «Трайпл»

Примечание – Источник: собственная разработка.

На рисунке 2 можно увидеть возможный вариант рекламного объявления:

Итого совокупный эффект после проведения предложенных мероприятий составит 91401,42 тыс. р.. Реализация предложенных мероприятий позволит ООО «Трайпл» значительно улучшить его финансовое состояние.

Рисунок 2 – Рекламное объявление ЖК «Мармелад»

Примечание – Источник: собственная разработка.

Список использованных источников

1. ООО «Трайпл». [Электронный ресурс]: // - Режим доступа: http://triple.by/. - Дата доступа: 15.03.2019.
2. ЖК «Мармелад». [Электронный ресурс]: // - Режим доступа: http://marmelad.by. - Дата доступа: 06.04.2019.
3. Финансово-инвестиционный блог Жданова Василия и Жданова Ивана. [Электронный ресурс]: // - Режим доступа: http://finzz.ru/modeli-bankrotstva-zarubezhnyx-predpriyatij-4-mda-modeli.html. - Дата доступа: 06.04.2019.

УДК 338.2:004

Жудро И. Н.

ИНТЕГРАЦИЯ ТРАДИЦИОННЫХ И ДИНАМИЧЕСКИХ МЕТОДИК МАССОВОЙ ОЦЕНКИ ЗЕМЕЛЬ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Беларусь, г. Горки,
gudro_mm@mail.ru

В статье на основе выполненной сравнительной оценки традиционных и динамических методик массовой оценки земель обоснована и предложена концепция их интеграции в качестве меры стоимости, созданной коммерческой организацией в процессе покупки и использования земель аргументированно комплексное использование таких критериев как стоимость, функциональная ценность и рыночная цена.

Ключевые слова: традиционные, динамические, методика, оценка, земля, экономика.

Выполненные исследования свидетельствуют, что существующая методика массовой оценки сельскохозяйственных земель базируется на использовании трех групп индикаторов: расходы, прибыль, денежные потоки, которые не позволяют строго идентифицировать и оценить ожидаемые выгоды

сбалансированности интересов ключевых стейкхолдеров бизнеса: инвесторов, предпринимателей, персонала компаний и государства в условиях развития цифровой экономики. Это обусловлено, тем, что практика ее проведения в различных странах основана на доминировании среди оценщиков расчета дохода по количеству, качеству, направлению и продолжительности использования земель, а затем преобразовании его с помощью соответствующей ставки капитализации в выражение текущей стоимости: 1) метод рыночной стоимости на основе использования дисконтированного денежного потока и 2) моделей, основанных на доходе от их аренды.

При этом важно заметить, что в условиях роста цифровой инфраструктуры бизнеса актуализируется систематический анализ и обобщение накопленной совокупности знаний и концептуальные рамки эффективности методов динамической оценки (DVM) сельскохозяйственных земель. Концептуальная модель автоматической оценки и таксономия основаны на визуализированной системе поддержки принятия решений, состоящей из решения, конечного пользователя, интерфейса данные и модель. И таксономия, и концептуальная модель предполагает использование сформулированного конструирования комбинаторики существующих инструментов массовой оценки земель: 1) методологических платформ; 2) методов; 3) системы кадастровых и рыночных цен и 4) индикаторов их бизнес-измерения капитализации. В то же время применение методов капитализации земельной ренты и сравнения продаж при массовой оценке земель на основе таких индикаторов рыночной деятельности компаний как их доходы в процессе использования коммерческой и некоммерческой недвижимости позволяет оценщику только частично выявить степень влияния плохого ею управления и риск сохранения дохода при фактической оценке имущества [1].

Низкий уровень управления недвижимостью или более низкое соотношение ренты и чистой прибыли по сравнению с хорошо управляемыми недвижимыми активами, или соотношением ставки капитализации и ставки дисконтирования, принятого для хорошо управляемой собственностью, в реальном бизнесе не всегда ниже, чем принятый для плохо управляемой собственностью из-за более высокого риска поддержания этого уровня дохода для лучше управляемой земельной собственностью.

Таким образом, аналитическая диагностика преимущественно практикоприменяемых в республике в процессе массовой оценки земель методов капитализации земельной ренты и сравнения продаж позволила выявить их методологическую и эмпирическую ограниченность для эффективной регуляторики макро- и микроинструментов управления эффективностью их использования в бизнесе. Аналитическая, эмпирическая и экспериментальная оценка существующей теории и методологии количественного измерения стоимости земли в Республике Беларусь и странах ЕС, США и других с высокой рыночной стоимостью земель свидетельствует, что применяемые при массовой ее оценке три подхода: доходный, сравнительный и затратный и на их основе такие методы как: капитализации земельной ренты; сравнения продаж распределения (метод соотношения,

соотнесения); выделения (извлечения); остатка (резидуальный способ) и разбивки на участки (подход с точки зрения развития), которые также не соответствуют в полном объеме требованиям цифровой экономике.

Цифровые технологии, основанные на использовании искусственного интеллекта, позволяют выполнять нестандартную работу, производить самую различную продукцию, достигать экспоненциального роста производительности экономических ресурсов, которые могут как находиться, так и не находиться в собственности владельцев материальных активов бизнеса (земли, недвижимости, технических средств и т.д.) С появлением больших данных и Интернета вещей, возникает экономика, в которой предприниматели будут управлять ресурсами посредством совместного их использования и производить с нуля предельные издержки. Традиционный бизнес благодаря новой цифровой инфраструктуре трансформируется в высокотехнологичный, который является более эффективным и экономичным со встроенным механизмом установления бизнес-доверия [2].

Следовательно, доходы как ключевые метрики массовой оценки земель более не могут отражают в полном объеме достоверно изменения корпоративной стоимости, включая и недвижимость (в белорусской практике земли и недвижимость) в условиях цифровой экономики и являются неадекватным драйвером инвестиционной аналитики. В этой связи следует констатировать активное обсуждаемые как в научных кругах, так и на практике целесообразности с ростом цифровой инфраструктуры бизнеса практикоприменения моделей автоматической массовой оценки (англ. – automated models value land или AVML) земель и необходимости их адаптации к практике создания в Республике Беларусь.

Все перечисленные выше методы также базируются на теории доходности факторов, которые определяют стоимость земель и дают широкий охват использования капитализации чистой ренты и чистой прибыли при оценке земельной собственности. В то же время в условиях цифровой экономики лидерскую роль приобретают не текущие значения прибыли компании, а ее стратегически ключевые глобальные рыночные активы, их институционально-экономическое конструирование и имплементация в бизнес.

Таким образом, следует заключить, в условиях цифровой экономики доходы как ключевые метрики массовой оценки земель более не отражают в полном объеме реальные изменения корпоративной их стоимости, включая и недвижимость (в белорусской практике земли и недвижимость). Для диагностики адекватных драйверов инвестиционной активности высокотехнологичных компаний на рынке земли следует рекомендовать аналитикам в качестве метрик массовой ее оценки использовать стратегически ключевые глобальные рыночные активы и их институционально-экономическое конструирование и имплементацию в бизнес.

В этой связи практикоприменение трех методологических подхода: доходного, сравнительного и затратного, базирующихся на использовании четырех групп индикаторов массовой оценки земель: расходы, прибыль, денежные потоки, рента, не позволяют строго идентифицировать и оценить

ожидаемые выгоды ключевых стейкхолдеров бизнеса: инвесторов, предпринимателей, персонала компаний, их партнеров, клиентов и государства в условиях развития цифровой экономики.

В реальном бизнесе в качестве меры стоимости, созданной коммерческой организацией в процессе покупки и использования земель следует активно использовать такие критерии как стоимость, функциональная ценность и рыночная цена (англ. cost, value, price) [3]. Преломление указанных критериев на практике выражается в стоимости ресурсов, вовлеченных в бизнес-процесс использования земель как одной из переменных бизнеса, созданной и предлагаемой потребителю функциональной полезности товара, услуги и рыночная ее цена, позволяющая удовлетворить платежеспособный и высокомотивированный спрос, а также получить ожидаемую капитализацию инвестиций и оптимальный уровень как доходов компании, так и от ее дальнейшего использования покупателем в бизнесе.

Исходя из изложенной концепции критериальности массовой оценки земель вытекает необходимость внесения коррекции в существующую систему метрик посредством дополнительного расчета капитализации и экономической, рыночной добавленная стоимости. Так как экономическая добавленная стоимость и рыночная добавленная стоимость создается в результате выполнения следующих задач: привлечения инвестиций, приобретения или роста рыночной доли, увеличения темпов роста продаж, увеличения нормы капитализации инвестиций и прибыли, доходов персонала, сокращения издержек, оптимизация налоговых платежей, увеличения оборачиваемости активов, уменьшения стоимости капитала. Капитализация инвестиций или капитализированная стоимость компании представляет собой разницу между рыночной стоимостью акций фирмы и балансовой стоимостью собственного капитала, которая называется рыночной или маркетинговой добавленной стоимостью (англ. MVA или Market Value Added). Рыночная добавленная стоимость на практике вычисляется как количество акций, умноженных на цену акции за минусом балансовой стоимости собственного капитала. Иногда рыночная добавленная стоимость определяется как общая рыночная стоимость компании минус совокупный капитал, предоставленный инвесторами.

Для большинства компаний общий капитал, предоставленный инвесторами, является суммой обыкновенных акций, задолженности и привилегированных акций, который определяется по данным финансовой отчетности компании. В этом случае общая капитализированная стоимость компании – это сумма рыночной стоимости обыкновенного собственного капитала, задолженности и привилегированных акций. При этом в отличие рыночной стоимости собственных акций (цены на акции известны) определение рыночной стоимости задолженности затруднительно из-за ее не ликвидности. Поэтому необходимо при оценке земель использовать оценку долга, отражаемого в финансовых отчетах фирмы, т.е. балансовую стоимость задолженности в качестве оценки ее рыночной стоимости. Следовательно, маркетинговую добавленную стоимостью как метрику капитализации инвестиций, отражающую дисконтированную стоимость всех настоящих и

будущих инвестиций, можно определить, как разницу между рыночной ценой капитала и инвестированным в компанию капиталом. Рост рыночной добавленной стоимости компании показывает, что бизнес создает функциональную ценность его для инвесторов.

Позитивно характеризуя традиционные методы определения рыночной добавленной стоимости, следует отметить, что она не позволяет учитывать альтернативные варианты создания стоимости инвестированного капитала и ее трудно рассчитать применительно к стратегической бизнес-единице или непубличной компании. Поэтому компании могут сталкиваться с принятием инвестиционных решений на основе приоритетного учета краткосрочного изменения курсовой стоимости акций по отношению к учету потенциальных долгосрочных инновационных изменений в сфере бизнеса. Тем самым, менеджмент компании в системе управления стоимостью будет недостаточно ориентирован принятие управленческих решений, обеспечивающих создание долгосрочных конкурентных преимуществ, так как стоимость компании определяется суммой будущих денежных потоков. Поэтому маркетинговая добавленная стоимость как метрика обоснования системы управления стоимостью, должна наряду с отражением стоимости компании показывать и эффективность принятия сбалансированных текущих и стратегических решений и выступать инструментом мотивации стейкхолдеров бизнеса. Учитывая, что данное требование эта метрика не выполняет в полном объеме, так как на рыночную капитализацию оказывают влияние многие факторы, которые не зависят от менеджмента компании, необходимо рассчитывать добавленную стоимость. Одним из показателей добавленной стоимости является экономическая прибыль (англ. EP-economic profit), которая рассчитывается как разница чистой операционной прибыли за вычетом налогов и стоимости инвестированного капитала и позволяет оценить ориентировочно величину экономической прибыли компании. Поэтому ее следует рассматривать совместно с другими измерителями добавленной стоимости акционеров. Одним из показателей добавленной стоимости является также и экономическая добавленная стоимость (англ. EVA-economic value added), которая представляет собой фактическую экономическую прибыль предприятия и рассчитывается как разница между чистой операционной прибылью за вычетом налогов и стоимости капитала компании. Экономическая добавленная стоимость сочетает расчет стоимости компании и оценку ее эффективности как в целом, так и отдельных ее подразделений и может выступать в качестве индикатора эффективности качества управленческих решений. В этом случае тесная связь бизнес-мотивации и экономической добавленной стоимости показателя может привести к принятию решений, направленных на краткосрочные доходы от снижения операционных расходов и использования активов, у которых закончился срок амортизации. Приведенная система метрик состоит только из финансовых оценок, ориентированных на краткосрочную перспективу больше, чем на долгосрочную, что ведёт к недооценке таких факторов эффективного использования земель в бизнесе, как компетенции его стейкхолдеров,

цифровые технологии, корпоративная культура менеджмента и т. д.

Таким образом, следует констатировать активное использование предлагаемых трех критериев: стоимость, функциональная ценность и рыночная цена, а также четыре группы метрик массовой оценки земель в условиях цифровой экономики: расходы, прибыль, денежные потоки и добавленная стоимость.

Список использованных источников:

1. Жудро, И.Н. Методические проблемы практикоприменения кадастровых цен на землю в бизнесе /И.Н. Жудро // Проблемы прогнозирования и государственного регулирования социально-экономического развития: матер. XVIII междунар. науч. конф. (Минск, 19-20 окт. 2017 г.). В 3 т. Т.3 / редкол.: В.В. Пинигин [и др.]. – Минск: НИЭИ М-ва экономики Республики Беларусь, 2017. – С.92–93.

2. Жудро, И.Н. Методические аспекты маркетингового обоснования земельного налога в условиях цифровой экономики / И.Н. 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. 399 – 402.

3. Регистр стоимости земель, земельных участков государственного земельного кадастра государственный информационный ресурс [Электронный ресурс] НКА. – Режим доступа //http://vl.nca.by. - Дата доступа: 29.09.2018.

УДК 330

Иванова Н.Е.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ ГОСУДАРСТВА В КОНТЕКСТЕ ЕГО ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Научный руководитель: к.т.н., доц. Евенко В.В.
Брянский Государственный Технический Университет
Россия, г. Брянск
natasha10-98@mail.ru

Уровень экономической безопасности государства и стабильное его поддержание в значительной степени определяется эффективным развитием инноваций. В данной статье рассмотрена эффективность управления инновационным развитием в контексте экономической безопасности.

Ключевые слова: инновационное развитие, экономическая безопасность, устойчивое развитие.

Эффективное функционирование реального сектора национальной экономики, степень восприимчивости его предприятий к инновациям, а также способность их генерировать определяют уровень экономической безопасности государства и стабильное его поддержание.

В настоящее время Россия отстаёт от ведущих инновационных стран, так

как время внедрения разработок в процесс производства всё ещё велико. Это негативно отражается на конкурентоспособности отечественной продукции, а также национальной и экономической безопасности страны. Уже сейчас в развитых странах мира 75-90% прироста ВВП обеспечивается за счёт роста инновационного сектора, а в России данный показатель находится только на уровне 10-15%, что негативно сказывается на общей эффективности экономики. Так, по существующим оценкам, упущенная выгода России от инновационного отставания составляет примерно 1214 млрд. долл. в год [2].

Однако в последние десять лет РФ пытается осуществить большой скачок в сфере инновационного развития. В 1994 году государством был создан Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере (Фонд содействия инновациям). За время своего существования организация проделала огромную работу для развития науки и формирования национальной инновационной системы. За 2017 год Фондом поддержана пятая часть от числа проектов портфельных компаний, профинансированных АО «РОСНАНО», 31 компания — резидент нанотехнологических центров Фонда инфраструктурных и образовательных программ РОСНАНО (ФИОП РОСНАНО), 32 компании, профинансированные Фондом посевных инвестиций РВК, 39 компаний, поддержанных ФРИИ. Статус участника проекта «Сколково» получили 465 проектов, поддержанных Фондом, из них 41 стал участником в 2017 году. Также в 2017 году 108 проектов, поддержанных Фондом, получили одобрение на получение гранта Фонда «Сколково». За 24 года деятельности данной организации ею поддержано более 31000 проектов, создано более 6500 стартапов и работают более 70 региональных представительств.

Международная бизнес-школа INSEAD, Корнельский университет (Cornell University), и Всемирная организация интеллектуальной собственности (World Intellectual Property Organization) ежегодно публикуют аналитический доклад «Глобальный индекс инноваций» (The Global Innovation Index), в котором все страны мира оцениваются с точки зрения их развития, инновационности и технологичности. Индекс рассчитывается как взвешенная сумма оценок двух групп показателей: располагаемые ресурсы и условия для проведения инноваций (Innovation Input) и достигнутые практические результаты осуществления инноваций (Innovation Output).

Последняя версия списка стран по уровню инновационности вышла в 2018 году. Мировыми лидерами стали Швейцария, которая уже несколько лет подряд удерживает первенство в данной области, затем Нидерланды, Швеция, Великобритания, Сингапур, США, Финляндия, Дания, Германия, Ирландия. Россия же, несмотря на все вводимые в производство инновации, за 2018 год занимает лишь 46 строчку.

Авторы исследования отмечают, что, невзирая на неблагоприятную экономическую ситуацию, инновационная деятельность в мире продолжает развиваться. В большинстве стран расходы на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы превышают показатели предыдущих лет, а успешные местные инновационные центры процветают.

Характерной чертой опережающего развития стран-лидеров выступает

тенденция повышения роли образования, знаний и инноваций. В таких странах новые знания дают основную долю прироста производительности труда и ВВП. При этом те страны, которые контролируют научно-технический прогресс, будут контролировать и рынки, где реализуется продукция, созданная с применением новых технологий. В масштабах страны непосредственными участниками инновационного процесса являются: научно-исследовательские институты, компании-новаторы, изобретатели и рационализаторы.

Важнейшими факторами социально-экономического развития государства в современных условиях является разработка и внедрение в производство инновационных технологий. Патентная статистика, в свою очередь, является основным показателем инновационного потенциала и одним из ключевых показателей технологического развития стран и регионов [1].

Государства, оформившие наибольшее количество патентов на изобретения — это Китай, США и Япония (таблица 1). Мировое лидерство Китая остается неизменным уже несколько лет. По данным Всемирной организации интеллектуальной собственности (WIPO), на Китай приходится примерно 40% из 3,17 млн. патентных заявок, представленных во всем мире в 2018 году. Снижение числа заявок в РФ обусловлено несовершенным патентным законодательством. В то же время к резкому росту выданных патентов в Китае привёл тот факт, что многие изобретатели, в том числе и российские, предпочитают патентовать свои изобретения в первую очередь в КНР и США.

Наибольшее число поданных заявок приходится на компьютерные технологии и электротехническое оборудование.

Таблица 1 -Рейтинг стран по количеству патентов в 2018 году

Страна	Всего заявок	Заявки резидентов	Заявки нерезидентов
Китай	1 381 594	1 245 709	135 885
США	606 956	293 904	313 052
Япония	318 479	260 290	58 189
Южная Корея	204 775	159 084	45 691
Евросоюз	166 585	78 555	88 030
Германия	67 712	47 785	19 927
Индия	46 582	14 961	31 621
Россия	36 883	22 777	14 106
Канада	35 022	4 053	30 969
Австралия	28 906	2 503	26 403

Инновационная составляющая безопасности государства предполагает: воспроизводство национального научно-технического, технологического и производственного потенциалов; развитие приоритетных направлений науки и технологии; конкурентоспособность национальной экономики; экспортный контроль за распространением технологий и научных разработок; защиту прав интеллектуальной собственности; разведывательную и контрразведывательную деятельность в сфере технологий и НИОКР, имеющих стратегическое значение.

Необходимо отметить, что производство высокотехнологичной продукции и генерация интеллектуальной собственности, обеспечивающая

получение платежей за ее использование являются одними из важнейших факторов, определяющих устойчивость развития, то и ключевым условием формирования этих факторов и их значимости является обеспеченность профессиональными кадрами, работающими в научной и научно-технической сферах. Именно такие специалисты, их знания и навыки вносят основной вклад в формирование человеческого капитала, являющегося в современном мире главным производственным фактором развития инновационной экономики.

Основными проблемами инновационного развития России являются низкие расходы на образование и науку, плохо развитые институты в политической и регулирующей областях, низкая политическая стабильность и безопасность, качество законодательного регулирования, а также неэффективность сектора информационно-коммуникационных технологий.

НИОКР включает в себя широкий спектр различных отраслей промышленности. Данные содержат расходы на все, от искусственного интеллекта, изобретения новых фармацевтических препаратов до создания передовых истребителей. Инвестиции в исследования и разработки определяют развитие стран в долгосрочной перспективе.

По данным на 2018 год Россия входит в Топ-10 стран по расходам на НИОКР. На эти государства приходится около 80% всех мировых затрат на исследования и разработки:

1. США –$476,5 млрд.
2. Китай – $370,6 млрд.
3. Япония – $170,5 млрд.
4. Германия – $109,8 млрд.
5. Южная Корея – $73,2 млрд.
6. Франция – $60,8 млрд.
7. Индия – $48,1 млрд.
8. Великобритания – $44,2 млрд.
9. Бразилия – $42,1 млрд.
10. Россия – $39,8 млрд.

В России зафиксировано сокращение госрасходов на науку после 2013 года, а прогноз на 2019–2020 годы также предполагает незначительное уменьшение источника финансирования НИОКР.

Институт статистических исследований и экономики знаний НИУ «Высшая школа экономики» представил результаты аналитического обзора «Исследователи – основа кадрового потенциала науки». В 2017 году в России численность исследователей составила 359,8 тыс. человек, на 2,9% меньше по сравнению с предыдущим годом. За период с 2008 года она снизилась на 4,3%. В среднем численность исследователей сокращалась на 0,5% в год. И, несмотря на это, Россия остается одним из мировых лидеров по масштабам занятости в науке, уступая только Китаю (1,69 млн.), США (1,38 млн.) и Японии (665 тыс.).

Следует отметить, что низкий уровень эффективности управления научно-образовательной деятельностью, а, следовательно, и инновационной является одной из угроз устойчивости развития экономической безопасности для России. Необходимо увеличивать численности научных работников за счет

выделения дополнительных средств на финансирование научно-исследовательских лабораторий и институтов при высших учебных заведениях.

Для решения этой проблемы был создан национального проекта «Наука». Правительство предлагает за счет него увеличить число научных работников до 79 на 10 тыс. занятых и готово потратить на это до 1 трлн. руб. государственных средств до 2024 года. Очевидно, что в эту стратегию заложено предположение о том, что существенного роста частных вложений в исследования в российской экономике в ближайшие годы ждать не следует в связи с санкциями, наложенными на РФ [3].

В качестве наиболее эффективных мер по развитию инновационного сектора в стране и формированию инновационной экономики для обеспечения экономической безопасности является:

– разработка необходимых мер, направленных на поддержку сектора малых и средних инновационных компаний;

– разработка схемы последовательной поддержки выбранных приоритетных научных направлений развития инновационного потенциала страны;

– расширение программы поддержки НИОКР за счёт косвенных инструментов;

– разработка учебных программ подготовки кадров под технологии опережения конкурентов в мировой экономике;

– создание эффективного механизма конкурсного отбора проектов под ограниченные бюджетные ассигнования;

– формирование элементов внешней независимой экспертизы результатов исследований;

– расширение способы вовлечения университетов в инновационную деятельность.

Очевидно, что инновационно ориентированная экономика имеет ряд важных преимуществ, придающих ей больший динамизм и формирующих устойчиво высокий уровень конкурентоспособности, что и обеспечит экономическую безопасность страны.

Список использованной литературы:

1. Евенко, В.В. Нематериальные активы и изобретательская активность в промышленно-развитых странах / В.В. Евенко, О.В. Даниличева // Экономическая психология: прошлое, настоящее, будущее. Вып. 3. Материалы Второй международной научно-практической конференции 24-28 мая 2016 г. / по ред. А.Н. Неверова, А.В. Латкова. В 2-х ч. 41 – Саратов: ЦПЭИ СНЦ РАН; Амирит 2016 – С. 132-138

2. Евенко, В.В. Возможности роста инновационности России / В.В. Евенко, М.М. Середа // Тринадцатая международная научно-практическая конференция. «Экономическая психология: современные проблемы и перспективы развития». 26-29 ноября 2013 г.: Материалы конференции. – СПб.: Изд-во ИМЦ «НВШ – СПб», 2013 г. – С.87-92

3. Аналитический центр при Правительстве РФ – http://ac.gov.ru

4. Шмулев, Г.А. Угрозы экономической безопасности страны и пути снижения ущерба / Г.А. Шмулев, Чернышова И.Г. - Экономическое развитие регионов и приграничных территорий Евразийского экономического союза (ЕАЭС): материалы междунар. науч.-практ. конф. г. Брянск, 22 ноября 2016 г.: в 2 т. / [Электронный ресурс]: сб. науч. тр. / под ред. О.Н. Федонина, В.М. Сканцева, Н.В. Грачевой, А.В. Таранова. – Брянск: БГТУ, 2017. – с. 95-99.

УДК 338.2

Ивлиев А.А.

ПОНЯТИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО КОНТРОЛЯ

Научный руководитель: д.э.н., доц. Бабич О.В.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск

Стратегический контроль является особым видом организационного контроля, который заключается в наблюдении за процессом стратегического управления и его оценке с тем, чтобы обеспечить правильное функционирование предприятия. По сути стратегический контроль проводится для реализации всех планов, намеченных в процессе стратегического менеджмента.

Ключевые слова: управление, стратегия, стратегический контроль.

Выработка стратегии позволяет организации определить направление и способ ее движения к целям, выполнение стратегии создает условия для того, чтобы организация могла реализовать свою стратегию. Может показаться, что если стратегия была выбрана правильно и были созданы необходимые условия для ее выполнения, то дальше на стадии ее реализации не должно возникать серьезных трудностей и проблем. Возможно, это было бы так, если бы внешняя и внутренняя среда организации были неизменны или же полностью предсказуемы. На самом деле бизнес протекает в очень изменчивой среде. Поэтому перед управлением стоит весьма серьезная задача осуществления контроля за тем, насколько успешно движется организация к своим целям, а также определения того, сумеет ли она их достичь, и если нет, то что она должна изменить в своем поведении.

Для того чтобы система стратегического контроля была эффективной, она должна удовлетворять целому ряду требований. Наиболее существенными требованиями к поступающей из системы контроля информации являются следующие [5]:

– информация должна поступать своевременно, чтобы можно было принять необходимые решения по корректировке стратегии;

– информация должна содержать правильные данные, адекватно отражающие состояние контролируемых процессов;

– на информации должно быть указано точное время ее получения и точное время, к которому она относится.

Может показаться, что в этих требованиях нет ничего особенного, что они являются самыми обычными требованиями к любой системе контроля. Это

было бы так, если бы практика очень большого числа организаций не говорила о том, что эти требования либо полностью, либо в значительной степени не реализуются в процессе контроля [4].

Система стратегического контроля включает в себя четыре основных элемента. Первое - это установление тех показателей, по которым будет проводиться оценка реализации стратегии. Обычно эти показатели напрямую связаны с той стратегией, которую реализует организация. Считается, что существует несколько вполне определенных групп показателей, по которым фиксируется состояние организации. Такими группами показателей являются:

– показатели эффективности;
– показатели использования человеческих ресурсов;
– показатели, характеризующие состояние внешней среды;
– показатели, характеризующие внутриорганизационные процессы.

Выбор показателей для стратегического контроля является сам по себе задачей стратегического значения, так как от этого будет зависеть оценка успешности выполнения стратегии. При выборе показателей для стратегического контроля руководство должно расставить их приоритеты, для того чтобы суметь сделать однозначный вывод в том случае, если одни показатели говорят о том, что есть проблемы при реализации выбранной стратегии, а другие говорят, что все идет отлично [1].

Кроме того, при установлении показателей стратегического контроля руководство должно установить субординацию временных предпочтений. Субординация должна отражать общее стратегическое отношение организации к долгосрочному и краткосрочному взглядам на эффективность.

Также при установлении показателей стратегического контроля важно отразить в структуре этих показателей структуру интересов отдельных групп влияния. Ранее говорилось о том, что цели организации формируются на основе баланса интересов различных групп влияния. Такой же подход необходимо реализовывать и при установлении параметров стратегического контроля.

Вторым элементом системы стратегического контроля является сование системы измерения и отслеживания состояния параметров контроля. Это очень трудная задача, так как во многих случаях измерить их не так уж просто. Например, серьезные трудности возникают при измерении интегрального, синергического эффекта. Часто бывает так, что результат отдельных видов деятельности можно измерить довольно легко, а сложение этих результатов уже не поддается измерению.

Существует четыре возможных подхода к построению систем измерения и отслеживания. Первая система - это система контроля на основе рыночных показателей функционирования фирмы. Здесь могут измеряться цены на продукты фирмы, цены на акции фирмы и доход на инвестированный капитал. Измерение ведется в рыночном сравнении состояния этих параметров. Второй подход - это измерение и отслеживание состояния выхода различных подразделений организации. В этом случае отдельным подразделениям (структурным единицам) организации устанавливаются цели, и после этого

оценивается то, насколько они выполняют поставленные им задания. Третий подход - это так называемый бюрократический подход к контролю. В случае этого подхода досконально описывается то, как надо работать, какие выполнять действия и т.п. То есть устанавливаются подробные процедуры и правила поведения и действия. При таком подходе отслеживается и контролируется не то, что получено, а то, насколько верно выполняются установленные процедуры и правила. Основой бюрократического подхода является стандартизация. Четвертый подход к измерению и отслеживанию состояния параметров организации базируется на установлении норм отношений и системы ценностей в организации. В этом случае контроль превращается в самоконтроль. Не кто-то контролирует результаты деятельности других, а сами участники деятельности в процессе ее выполнения контролируют свою работу и свои результаты с позиций интересов организации [5].

Третий элемент системы контроля - сравнение реального состояния параметров контроля с их желаемым состоянием. При проведении данного сравнения менеджеры могут столкнуться с тремя ситуациями: реальное состояние выше (лучше) желаемого, реальное состояние соответствует желаемому и, наконец, реальное состояние хуже желаемого.

Четвертый, заключительный элемент - оценка результата сравнения и принятие решения по корректировке. Если реальное состояние соответствует желаемому, обычно принимается решение о том, что ничего менять не надо. В случае, когда реальное состояние параметра контроля лучше желаемого, можно увеличить желаемое значение параметра контроля, но только при условии, что это не будет противоречить целям организации. Когда же реальное состояние параметра контроля ниже его желаемого состояния, необходимо выявить причину этого отклонения и, если надо, провести корректировку в поведении организации. Эта корректировка может касаться как средств достижения целей, так и самих целей [3].

Проведение корректировки проходит по следующей схеме. Прежде всего проводится пересмотр параметров контроля. Для этого уясняется то, насколько выбранные параметры контроля и определенное для них желаемое состояние соответствуют установленным целям организации и выбранной стратегии. Если обнаруживается противоречие, то происходит корректировка параметров. Если же параметры контроля не противоречат целям и стратегиям, то начинается пересмотр целей. Для этого руководство сравнивает выбранные цели с текущим состоянием среды, в которой приходится функционировать организации. Может случиться так, что изменение условий делает невозможным достижение поставленных целей. В таком случае они должны быть скорректированы. Но если среда позволяет организации и далее идти к поставленным целям, то следует процесс корректировки перевести на уровень стратегии фирмы [2].

Пересмотр стратегии предполагает уяснение того, не привели ли изменения в среде к тому, что реализация выбранной стратегии в дальнейшем становится затруднительной либо же стратегия уже не сможет привести организацию к поставленным целям. Если это так, то следует провести пересмотр стратегий. Если нет, то причины неудовлетворительной работы

организации надо искать в ее структуре или в системе информационного обеспечения, либо же в функциональных системах обеспечения деятельности организации. Может оказаться, что и в этих областях все нормально. Тогда причину неуспешной работы организации надо искать на уровне отдельных операций и процессов. В этом случае корректировка должна коснуться того, как сотрудники выполняют свою работу, и быть направлена на улучшение систем мотивирования, повышения квалификации работников, совершенствование организации труда и внутриорганизационных отношений и т.п.

Проведение стратегического контроля имеет очень большое значение для организации, более того, неправильно организованная работа по контролю может создавать трудности в работе организации и даже наносить ей вред. К числу возможных негативных проявлений функционирования системы контроля относятся следующие:

– подмена целей организации параметрами контроля в результате того, что сотрудники начинают ориентировать свою деятельность на те показатели, по которым их контролируют;

– чрезмерное контролирование деятельности подразделений и сотрудников;

– перегрузка руководителей информацией, поступающей из системы контроля.

Руководство организации должно иметь четкую позицию в отношении роли и места системы контроля, с тем, чтобы она эффективно справлялась с решением только тех задач, которые соответствуют общим задачам стратегического управления.

Список использованных источников:

1. Бабич, О.В. Особенности системы управления диверсифицированной компанией / О.В. Бабич, А.М. Левин, А.С. Афанасьев // Ученые записки Российской академии предпринимательства. – 2019. – т.18 №1. – С. 29-39.

2. Бандурин, Р.А. Перспективные методы оценки инвестиционной привлекательности хозяйствующих субъектов и отраслей АПК региона / Р.А. Бандурин // Вестник Брянской государственной сельскохозяйственной академии. - 2009. - №1. - С. 42-48.

3. Игольникова, И.В. Формирование стратегии профессионального развития в Брянской области / И.В. Игольникова // Кадровик. - 2013. - №8. - С. 132-136.

4. Чернышова, И.Г. Определение факторов, влияющих на длительность инновационных процессов различных видов / И.Г. Чернышова // Вестник Брянского государственного технического университета. - 2012. - №2 (34). - С. 128-132.

5. Babich, O.V. Innovative Process Management Model Given the Dynamic Capabilities of an Industrial Enterprise / O.V. Babich, L.S. Mityuchenko, I.G. Chernyshova // 31st International Business Information Management Association Conference (IBIMA): 25-26 April 2018, Milan, Italy. – P. 6557-6565.

УДК 338.583

Капцевич Д.О.

КОНТРОЛЬ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ – ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Витун С.Е.
Гродненский государственный университет им. Я. Купалы,
Республика Беларусь, г. Гродно
di.kaptzevich@yandex.by

В статье рассмотрены основные виды услуг оказываемых предприятием. Произведен анализ динамики затрат относимых на себестоимость данного вида услуг. Сделаны выводы направленные на повышение эффективности управления себестоимостью, для снижения ее объемов.

Ключевые слова: себестоимость, услуги, постоянные издержки, переменные издержки.

Анализ себестоимости продукции является обязательной частью всех методик оценки эффективности работы предприятия. Производство любого товара или услуги предполагает использование определенных ресурсов: материальных, трудовых, финансовых и пр. Из стоимости этих ресурсов складывается сумма затрат на производство и реализацию [1].

Говорить об экономической выгоде процесса изготовления товара или услуги возможно только в том случае, если производственные затраты на него, т.е. себестоимость, оказывается ниже цены произведенного продукта. Поскольку продажные цены диктуются конкурентной средой и финансовыми возможностями покупателей, повышение эффективности производства имеет обязательным условием снижение себестоимости. Объектом исследования выступило – ГГУПП «Спецавтохозяйство», основным видом деятельности которого является оказание услуг по санитарной очистке и благоустройству города.

В «общем случае» процесс анализа себестоимости можно разделить на несколько этапов, в качестве которых могут выступать:

- выделение отдельных статей расходов;
- выявление их взаимосвязей и распределение по категориям, в соответствии с применяемыми методами анализа;
- расчет влияния конкретных статей расходов на конечный результат;
- выработка рекомендаций по снижению себестоимости.

Все издержки принято разделять на:

- постоянные – не зависящие по величине от масштабов производства;

- переменные – находящиеся в прямой связи с количеством произведенных единиц [1].

Тогда формула общей себестоимости будет выглядеть так:

Себестоимость = Постоянные издержки + Переменные издержки

Для изучения объема и динами затрат относимых на себестоимость услуг оказываемых на предприятии, и определения путей их снижения, рассмотрим

себестоимость оказываемых предприятием услуг (таблица 1) и (рисунок 1).

Таблица 1 – Динамика себестоимость услуг оказываемых на производственном предприятии за период 2016-2018 гг, тыс. руб.

Наименование	2016	2017	2018	Отклонение, %		Отклонение, тыс. руб	
				2017/2016	2018/2017	2017/2016	2018/2017
Санитарная очистка							
Себестоимость	4645	5939	7013	27,9	18,1	1294	1074
Благоустройство							
Себестоимость	5345	5126	5573	-4,1	8,7	-219	447
Ритуальные услуги							
Себестоимость	1145	1273	1315	11,2	3,3	128	42
Прочие							
Себестоимость	364	494	760	35,7	53,8	130	266
Всего по предприятию							
Себестоимость	11499	12837	14661	11,6	14,2	1338	1824

Источник: финансовая отчетность предприятия [2]

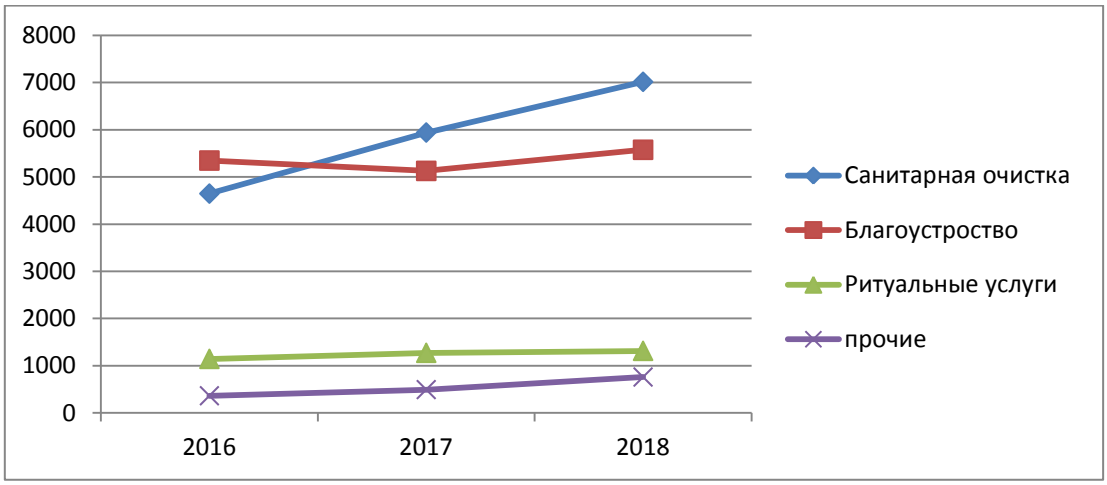

Рисунок 1 – Динамика себестоимости услуг оказываемых на предприятии за 2016-2018 гг., тыс. руб.

Источник: финансовая отчетность предприятия [2]

Себестоимость услуг на предприятии за исследуемый период постоянно увеличивается. В 2017 г. показатель себестоимости услуги «Благоустройство города» удалось снизить на 4,1%, что составило 219 тыс. руб. В 2018 г. показатель увеличился по сравнению с предыдущим годом на 8,7% или на 447 тыс. руб.

Наибольшее увеличение себестоимости в 2018 г. наблюдается по такому виду услуг, как «прочие услуги», рост составил 53,8% или 266 тыс. руб. Всего по предприятию себестоимость оказываемых услуг увеличилась на 11,6% в 2017 г. и на 14,2% в 2018 г., что составило 1338 тыс. руб. и 1824 тыс. руб. соответственно. Данное увеличение связанно с ростом затрат относимых на

себестоимость услуг (таблица 2).

Наибольший удельный вес, в структуре затрат относимых на себестоимость услуг, оказываемых предприятием занимают затраты на оплату труда рабочих, 29,0%, 30,3 %. и 29,3 % по годам соответственно, что объясняется большим количеством работников и служащих на предприятии. Исходя из этого, отчисления в Фонд Социальной Защиты Населения, так же имеют значительный удельный вес 9,68%, 10,2% и 9,9% соответственно по годам.

Наибольший прирост в сумме затрат наблюдается по статье «вода» так за 2017 г. показатель увеличился на 101.8%, в 2018 г. снизился на 72,4%. Данное снижение обусловлено новым режимом экономии введенном на предприятии.

Таблица 2 – Затраты относимые на себестоимость продукции, тыс. руб.

№	Статья затрат	год			Удельный вес,%			Отклонения, %	
		2016	2017	2018	2016	2017	2018	2017/2016	2018/2017
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Зарплата сотрудников	332,5	386,5	384,9	29,0	30,3	29,3	16,2	-0,4
2	Отчисления в ФСЗН	110,8	129,6	130,2	9,7	10,2	9,9	17,0	0,4
3	Отчисления в Госстрах	1,5	1,8	1,9	0,1	0,1	0,1	19,0	6,5
4	Сырье и материалы	159,8	148,2	170,0	14,0	11,6	12,9	-7,3	14,7
5	Амортизация	22,2	20,4	23,4	1,9	1,6	1,8	-8,3	15,2
6	Прочие	56,6	61,2	59,0	4,9	4,8	4,5	8,1	-3,6
7	Общехоз. расходы	79,7	95,3	97,4	7,0	7,5	7,4	19,6	2,2
8	Вспом. производство	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-	-
9	Общепр. расходы	309,0	328,6	361,5	27,0	25,8	27,5	6,3	10,0
10	Прочие	6,3	3,8	4,6	0,6	0,3	0,4	-40,1	22,6
11	**Итого затраты**	1078,5	1175,4	1233,0	94,2	92,3	93,8	9,0	4,9
12	**Покупные изделия 44**	114,4	126,3	128,3	10,0	9,9	9,8	10,5	1,6
13	**Стоимость изделий на складе**	48,2	28,1	46,4	4,2	2,2	3,5	-41,7	65,0
14	**Итого затраты**	1144,6	1273,6	1314,9	100,0	100,0	100,0	11,3	3,2

Источник: финансовая отчетность предприятия [2]

В 2017 г. затраты относимые на прочие счета 71, превысили показатель предыдущего года в 14 раз, но уже в 2018 г. сократились на 86,7%. Затраты на зарплату так же увеличились в 2017 г. показатель превысил уровень 2016 г. в 3,6 раза, и снизился в 2018 г. на 39,6%.

За исследуемый период снизились затраты на услуги свалки и на

лизинговые платежи, а так же на услуги связи на 37% в 2017 г., и на 100% в 2018 г., это так же объясняется режимом экономии введенном на предприятии. Для понимания изменений себестоимости услуг по предприятию в целом, необходимо провести анализ изменений себестоимости каждой услуги

Таблица 3 – Затраты относимые на себестоимость услуги по санитарной отчистке города за 2016-2018 гг., руб

№	Статья затрат	2016	2017	2018	Удельный вес,%			Отклонения, %	
					2016	2017	2018	2017/2016	2018/2017
1	Материальные затраты	1446489	1240324	1436417	33,6	20,2	19,8	-14,3	15,8
2	Зарплата	1796484	1977581	2163190	41,8	32,2	29,8	10,1	9,4
3	ФСЗН	611082	674541	739375	14,2	11,0	10,2	10,4	9,6
4	Амортизация	181806	33179	33083	4,2	0,5	0,5	-81,8	-0,3
5	Прочие расходы	265871	2216363	2896962	6,2	36,1	39,9	733,6	30,7
6	Итого	4301733	6141988	7269027	100	100	100	42,8	18,3
9	Рентабельность, %	12	7	8	-	-	-	1,2	0,3

Источник: финансовая отчетность предприятия [2]

Исходя из данных таблицы, отметим, что основной удельный вес затрат в себестоимости услуг по санаторной отчистке города в 2016 г. занимали материальные затраты, однако показатель уменьшился в 2017 г. на 14,3% что связанно с изменением объема основных средств, и как следствие и расходов на их содержание. В 2017 г. наибольший удельный вес занимали затраты на заработную плату, это объясняется тем, что количество сотрудников организации растет, что требует увеличения фонда заработной платы. В 2018 г. наибольший удельный вес приходился на прочие расходы он составил 39,9%, к таким расходам на предприятии относятся: страховые платежи, налоги в себестоимость (кроме НДС), налоги и др.

Основным видом услуг оказываемых на предприятии является благоустройство города, рассмотрим себестоимость данной услуги в таблице 4.

Таблица 4 – Затраты относимые на себестоимость услуги по благоустройству города за 2017-2018 гг., руб.

№	Статья затрат	2017	2018	Удельный вес,%		Отклонения, %
				2017	2018	2018/2017
1	Материальные затраты	901362	1088668	15,8	17,8	20,8
2	Зарплата	3232329	3378509	56,5	55,4	4,5
3	ФСЗН	1095176	1143938	19,1	18,8	4,5
4	Амортизация	232983	202096	4,1	3,3	-13,3
5	Прочие расходы	257696	286446	4,5	4,7	11,2
6	Итого	5719546	6099657	100	100	6,6
9	Рентабельность, %	6,3	6,5	-	-	0,2

Источник: финансовая отчетность предприятия [2]

В себестоимости услуги по благоустройству города, наибольший

удельный вес так же занимает заработная плата 56,5% в 2017 г и 55,4% в 2018 г. На втором месте расположились отчисления в ФСЗН, что логично, ведь данный показатель зависит от заработной платы работников и изменяется прямо пропорционально вместе с ней. Отметим, что рентабельность данной услуги, как и предыдущей, на протяжении исследуемого периода снижается. Рассмотрим затраты относимые на себестоимость ритуальных услуг, которые так же оказывает предприятие (таблица 5).

Таблица 5 – Затраты относимые на себестоимость ритуальных услуг в ГГУПП «Спецавтохозяйство» за 2016-2018 гг., руб

№	Статья затрат	2016	2017	2018	Удельный вес,%			Отклонения, %	
					2016	2017	2018	2017/2016	2018/2017
1	Материальные затраты	267357	269942	1088668	43,4	39,7	17,8	1,0	303,3
2	Зарплата	218471	263083	3378509	35,5	38,7	55,4	20,4	1184,2
3	ФСЗН	72476	87972	1143938	11,8	12,9	18,8	21,4	1200,3
4	Амортизация	22683	21072	202096	3,7	3,1	3,3	-7,1	859,1
5	Прочие расходы	34567	38125	286446	5,6	5,6	4,7	10,3	651,3
6	Итого	615554	680194	6099657	100	100	100	10,5	796,8
9	Рентабельность, %	2,7	-4,3	6,5	-	-	-	-7	10,8

Источник: финансовая отчетность предприятия [2]

Наибольший удельный вес имеют расходы на заработную плату, при этом их объем ежегодно увеличивается, так в 2017 г. показатель превысил уровень 2016 г. на 20,4%, в 2018 г. – уровень 2017 г. в 11 раз и составил 3378,5 тыс. руб. Отметим так же, что рентабельность услуги низкая, в 2017 г. показатель рентабельности уменьшился на 7% и стал отрицательным -4,3%, однако ему удалось реабилитироваться в 2018 г. и увеличиться на 10,8%, что составил – 6,5%.

Результаты анализа себестоимости оказываемых на предприятии услуг показали, что в себестоимости услуг оказываемых на предприятии наибольший удельный вес занимают затраты на заработную плату, и следствие – отчисления в ФСЗН. Это обусловлено спецификой деятельности предприятия – требующей большого количества сотрудников, поэтому расходы на оплату труда невозможно значительно снизить. В связи с этим, основным направлением снижения себестоимости услуг на предприятии является оптимизация расходов на материалы и иные расходы. Так внедрение модуля контроля местоположения и состояния транспорта позволит сократить расходы на горюче-смазочные материалы до 10% в год. При этом общая себестоимость услуг сократиться на 52,7 тыс. руб., что повлечет за собой увеличение прибыли 50,9 тыс. руб. или на 5,3%. Это позволит укрепить финансовое состояние предприятия, повысить его прибыльность и рентабельность.

Список использованных источников:

1. Анализ себестоимости продукции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://myfin.by/. – Дата доступа: 05.04.2019.

2. Финансовая отчетность предприятия ГГУПП «Спецавтохозяйство» за

период 2016-2018 гг.

УДК 684.4

Касперчук М.Г.

АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «ЛИДСКАЯ МЕБЕЛЬНАЯ ФАБРИКА»: ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ И ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Бычек И.И.
Гродненский государственный университет им. Янки Купалы
Республика Беларусь, г.Гродно
marina.kasperchuk@mail.ru

Функционирование предприятия в современных условиях зависит от большого количества внутренних и внешних факторов. В данной статье рассмотрены результаты деятельности ОАО «Лидская мебельная фабрика» и проанализированы факторы, оказывающие на них влияние.

Ключевые слова: лесные ресурсы, мебельное производство, промышленность, производство продукции, финансовые результаты.

Республика Беларусь обладает богатой сырьевой базой лесных ресурсов. Запас древесины на корню оценивается в 1,7 млрд. куб. метров, что является прочной основой для развития деревообрабатывающей промышленности. Вопросы развития лесопромышленного производства в Беларуси координирует государственная организация, подчиненная правительству - Белорусский производственно-торговый концерн лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности. Концерн «Беллесбумпром» создан в соответствии с постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 9 марта 1993 г. № 136 «О создании Белорусского производственно-торгового концерна лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности» и объединяет 47 крупных предприятий различных форм собственности и осуществляет управление ими.

Одним из таких предприятий является Открытое акционерное общество «Лидская мебельная фабрика» - одно из старейших мебельных предприятий Республики Беларусь. Общество имеет статус юридического лица, является коммерческой организацией и осуществляет лицензионные виды деятельности согласно Уставу.

ОАО «Лидская мебельная фабрика» - производитель эксклюзивной мебели из массива березы и сосны. Организация самостоятельно занимается заготовкой, распиловкой и сушкой круглого леса. Известность фабрике принесли такие громкие программы мебели как «Викинг» и «Провинция». Мебель с достоинством украшает многочисленные белорусские, российские и французские интерьеры баров и ресторанов. Производство мебели составляет 99,85 % в объеме всех видов деятельности предприятия.

Динамика показателей, характеризующих деятельность предприятия, отражена в таблице 1.

В ходе проведенных исследований и изучения факторов, влияющих на финансовый результат и итоги хозяйственной деятельности, установлено, что

при погашении экспортного кредита из оборота извлечены значительные финансовые средства. Образовался резкий дефицит оборотных средств, что сказалось на ритмичности обеспечения предприятия сырьем и материалами и на объемах выпуска продукции в 2016 и 2017 гг.

Таблица 1 – Динамика показателей хозяйственной деятельности

Показатели	Значение показателя		
	2017 г.	2016 г.	Темп роста, % (+/-)
Объем производства промышленной продукции в действующих ценах, тыс.руб.	2739	2800	97,8
Экспорт товаров, тыс. долл. США	782,6	892,9	87,6
Импорт товаров, тыс. долл. США	0,5	2,8	17,9
Сальдо внешнеэкономической деятельности, тыс. долл. США	+782,1	+890,1	87,9
Показатель по энергосбережению, %	-0,1	-0,2	+0,1
Рентабельность реализованной продукции, %	-13,8	-1,7	-12,1
Рентабельность продаж, %	-14,4	-1,6	-12,8
Прибыль, убыток (-) от реализации, тыс. руб.	-498	-64	7,8 раза
Чистая прибыль, убыток (-), тыс. руб.	-814	-619	1,3 раза
Среднемесячная заработная плата, руб.	378,7	301,8	125,5
Валовая добавленная стоимость на одного работающего, тыс. руб.	4,6	4,4	105,3
Выручка на одного работающего, тыс. руб.	12,5	13,4	93,3
Остатки продукции на складе, %	306,1	295,7	+10,4

Сокращение покупательского спроса на выпускаемую продукцию, покупательской способности населения, объемов строительства и ввода жилья в республике негативно повлияли на объем реализации традиционного ассортимента продукции. Снижение объема производства и реализации сказалось на выполнении всех прогнозных показателей и обеспеченность предприятия финансовыми ресурсами.

За 2017 г. произведено 2739 тыс. руб. промышленной продукции в действующих ценах, что составило 97,8 % к аналогичному периоду 2016 г.

Выпускаемая предприятием продукция реализуется как внутри Республики, так и за ее пределами. Удельный вес продукции поставляемой на экспорт составил 55,2 % в общем объеме выпуска, против планируемых 45%. Объем внешней торговли за 2017 г. - 783,1 тыс. долл. США, в т.ч. экспорт – 782,6 тыс. долл. США (87,6 % к уровню аналогичного периода прошлого года).

Выручка от реализованной продукции за 2017 г. – 3449 тыс. руб., что составило 83,9 % к уровню 2016 г. По причине недостатка финансовых средств внедрение инвестиций в основной капитал в 2017 г. не планировали.

Удельный вес остатков готовой продукции в среднемесячном объеме производства составил 306,1 %, что выше прошлогоднего уровня на 10,4 процентных пункта.

Доведенный показатель по рентабельности продаж составил 1,5 %, однако фактически обществом получен убыток от реализации 498 тыс. руб., а чистый убыток составил 814 тыс. руб.

С целью поиска направлений для совершенствования хозяйственной

деятельности предприятия нами был проведен SWOT анализ, результаты которого представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Результаты SWOT анализа ОАО «Лидская мебельная фабрика»

Потенциальные внутренние сильные стороны (S):	Потенциальные внутренние слабости (W):
Прочные взаимоотношения с клиентами; Высокое качество продукции; Способность адаптироваться к новым рыночным условиям; Высококвалифицированные кадры	Неразвитость навыков маркетинговой деятельности; Слаборазвитые информационные и коммуникационные технологии; Отсутствие необходимого для нормальной деятельности количества оборотных средств Изношенная материально-производственная база
Потенциальные внешние благоприятные возможности (O):	Потенциальные внешние угрозы (T):
Растущая доступность высококачественных материалов; Дополнительный рост объема продаж и получение сверхприбыли за счет уменьшения рыночной доли конкурентов с более высокой ценой на аналогичные изделия; Расширение экспортных позиций	Активность конкурентов, уменьшающая доходы; Изменение предпочтений потребителей; Рост чувствительности потребителей к ценам; Рост цен на материалы, на электроэнергию, газ, транспорт; Колебания курсов иностранной валюты, процентных ставок

Проведенный анализ позволяет сформулировать следующие основные причины сложного финансового положения предприятия:

- ✓ продажи продукции не достигли планируемой величины, что привело к образованию остатков готовой продукции;
- ✓ увеличение остатков готовой продукции на складе, что повлекло за собой замораживание капитала;
- ✓ увеличение закредитованности предприятия.

Учитывая сложившееся финансово-экономическое состояние предприятия, а также ориентированность предприятия на выпуск конкурентоспособной продукции нами сформированы главные задачи текущего и перспективного развития предприятия. Таким образом, основными перспективными направлениями деятельности предприятия являются выход на проектную мощность цеха по производству мебельного щита; реконструкция теплового хозяйства; рациональное использование биомассы дерева; выпуск новых видов продукции; мобилизация внутренних ресурсов, направленных на снижение издержек производства, вовлечение в работу оборотного капитала; разработка и внедрение систем управления финансами, качеством, маркетингом.

Список использованных источников:

1.Бычек, И.И. Сбытовая деятельность перерабатывающего предприятия: проблемы и направления совершенствования / И.И. Бычек // Белорусская модель развития в контексте глобализации: сборник научных трудов / Акад.упр.при Президенте Респ. Беларусь. – Минск : Право и экономика, 2015. – С. 297 – 302

2.Калюк, В. Сбытовая политика предприятий в современных экономических условиях / Калюк В., Калюк В., Бычек И. // Проблемы устойчивого развития сельского хозяйства Европы в 2018 / под ред. Б. Мицкевича. – Щецин: Заподнопомор. технол. ун-т, 2018. – С. 24–38.

3.Никитина, Н.В. Системный подход в деятельности предприятий Республики Беларусь / Н.В. Никитина, И.И. Бычек // Современные технологии сельскохозяйственного производства: материалы XXI Междунар. науч.-практ. конф. – Гродно: ГГАУ, 2018. – С. 81–83.

УДК. 658.7:004

Клесун Е.А.,
Мощенок К.В.

ЛОГИСТИКА 4.0 – НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ БИЗНЕСА: ОПЫТ БЕЛАРУСИ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Овечкина О.М.
Белорусский государственный экономический университет,
Беларусь, г. Минск
ovechkinaolga@rambler.ru

В статье изложена экономическая сущность концепции логистики 4.0 как системы управления потоковыми процессами, основанной на цифровых и интернет технологиях, определены ее основные механизмы. Рассмотрено становление и развитие логистики 4.0 в Республике Беларусь.

Ключевые слова: логистика, 3D-печать, большие (объемные) данные (Big Data), облачные технологии, интернет вещей (Internet of Things, IoT), роботизация, интеграция.

Цифровая революция в экономике предопределила появление логистики 4.0 как системы управления потоковыми процессами, основанной на цифровых и интернет технологиях, что предполагает фокусирование на функциональной и общеорганизационной координации участников всей цепочки поставок.

В этой связи термин «Логистика 4.0», созданный применительно к термину «Промышленность 4.0», впервые был использован на Ганноверской коммерческой выставке IAA Commercial Vehicles в 2011 году [13].

Развитие концепции логистики 4.0 в функционировании современных предприятий определено необходимостью решения новых проблем, которые требуют технологических изменений, таких как: высокая потребность в прозрачности (видимости цепочки поставок), контроль целостности цепочки поставок, проектирование сетей снабжения для достижения бережливости, гибкость, устойчивость и экологичность цепочки поставок. Объединяя и интегрируя современные информационные и коммуникационные технологии, интеллектуальные и цифровые сетевые системы, логистика 4.0 предусматривает переход от аппаратно-ориентированной логистики к программно-ориентированной логистике, основанной на внедрении инновационных бизнес-моделей – киберфизических систем. По мнению Даниила Ключникова, главы представительства Transporeon Group в России и странах СНГ, логистика 4.0 становится драйвером развития многих компаний

[3]. Вместе с тем, эксперты отмечают, что, как причиной, так и следствием применения инноваций в логистической деятельности является растущая конкуренция.

Основными векторами логистики 4.0 являются: транспортные биржи, автоматизация потоковых процессов, «диджитализация» (цифровизация) техники и оборудования, информационно-коммуникационные новации. Исходя из перечисленных направлений, выделяют наиболее важные технологические тренды логистики 4.0: 3D-печать, большие (объемные) данные (Big Data), облачные технологии, интернет вещей (Internet of Things, IoT), роботизация и автоматизация, самоуправляющие устройства.

3D-печать – методика изготовления объемных изделий на основе цифровых моделей – позволяет ускорить доставку товаров на рынок за счет налаживания производства рядом с покупателем, персонифицировать и кастомизировать продукцию под любые запросы потребителей. Так, например, благодаря 3D-печати запчасти можно создавать непосредственно на складе именно тогда, когда они требуются, и быстро доставлять потребителю, все это приводит к сведению к минимуму объема запасов, стоимости транспортировки и риску устаревания продуктов. Mercedes-Benz Trucks совместно с инженерами головной компании Daimler использует технологию 3D-печати для решения вопроса невыполненных заказов по доставке запчастей. Вместо долгого ожидания оригинальных запчастей клиенты могут получить в короткие сроки необходимую деталь/компонент, который будет напечатан на ближайшем заводе [10].

Аналитическая оценка данных на базе механизма Big Data предоставляет хозяйствующим субъектам возможность визуализировать определенные логистические процессы в цепочке поставок для оперативного принятия решения. Так, с внедрением технологий Big Data цепи поставок увеличивают гибкость и реактивность: возможность использования большого количества актуальной информации из различных источников помогает уточнить ожидаемые результаты, провести корректировку процессов и обеспечить их синхронизацию с учетом факторов рынка. Применение больших данных обеспечивает полную видимость логистической цепи от завода-изготовителя до конечного потребителя. Перемещение товарных потоков отслеживается в режиме реального времени, любые сбои диагностируются, и в схему поставки оперативно вносятся соответствующие изменения.

Облачные технологии – это предоставление Интернет-ресурса (так называемого, «облака») посредством Интернет-служб (серверов, хранилищ, баз данных, сетевого оборудования, программного обеспечения, аналитики, интеллектуального анализа и т. д.). Модульные облачные логистические платформы обеспечивают открытый веб-доступ к соответствующим ИТ-услугам, которые можно гибко настраивать и интегрировать в цепочки поставок. Облачные глобальные цепочки поставок объединяют все данные и информацию в единую систему, обеспечивая управление в режиме реального времени. Так, компания Arkas Logistics, используя цифровые решения, включающие анализ Big Data (больших данных), датчики, горизонтальную интеграцию и Cloud-приложение для хранения больших данных, освоила

электронный рабочий процесс, что позволило достигнуть оптимизации транспортных средств, автоматического упорядочения и адресного выполнения заказов (посредством он-лайн системы) [9].

Интернет вещей (IoT) – концепция вычислительной сети физических устройств («вещей»), оснащенных встроенными технологиями для взаимодействия друг с другом или с внешней средой, рассматривающая организацию таких сетей как явление, способное перестроить экономические и общественные процессы, исключающее из части действий и операций необходимость участия человека [2, с. 5.]. Концепция IoT предлагает широкий спектр преимуществ для поставщиков логистических услуг и конечных клиентов во всей цепочке создания стоимости: генерирование, сбор, передача, анализ и распределение данных, автоматизация бизнес-процессов в режиме реального времени. Используя технологии интернет вещей, логистические провайдеры имеют возможность мониторить состояние потоковых процессов, контролировать и корректировать доставку конкретному клиенту в нужное место и время, в надлежащем качестве и количестве. Например, датчики могут отслеживать, насколько часто транспорт, контейнер используется или простаивает. Так, с помощью IoT-сенсоров швейцарская фирма SkyCell смогла создать контейнер для перевозки биофармацевтических препаратов, которые требуют строгого соблюдения уровня влажности и температурных режимов. Благодаря им SkyCell в 2017 году уменьшили уровень порчи фармацевтических препаратов во время перевозки с 8,5% до менее чем 0,1% [11]. Примером использования технологии интернета вещей в Беларуси является ОАО «БЕЛАЗ» – управляющая компания холдинга «БЕЛАЗ-ХОЛДИНГ», которое оснащает свои изделия датчиками износа, что позволяет, во-первых, осуществлять своевременное техническое обслуживание карьерных автомобилей (планировать закупку запчастей и ремонт), во-вторых, учитывая полученную информацию об эксплуатации, вносить необходимые изменения в конструкторские решения, повышая качество создаваемых машин.

Роботизация в логистике находит широкие сферы применения: роботы для сбора, упаковки и сортировки товаров, роботы для разгрузки прицепов и контейнеров, роботы-помощники для местной доставки. Роботизация позволяет обеспечить гибкую автоматизацию складирования и быстрое выполнение заказов. В свою очередь автономные транспортные средства дают возможность увеличить скорость и объем грузоперевозок, снизить затраты, повысить срок службы и безопасность грузового транспорта, уменьшить ошибки от использования ручного труда.

Развитие информационно-коммуникационных технологий в Республике Беларусь осуществляется в рамках Государственной программы развития цифровой экономики и информационного общества на 2016-2020 годы [1].

С 2012 года действует СООО «Белорусские облачные технологии» – «beCloud» – первый инфраструктурный оператор, платформы которого размещены и функционируют на базе собственного дата-центра в Республиканском центре обработки данных и в Единой сети передачи данных [8].

С 2017 года мобильным оператором Velcom произведен в Беларуси

коммерческий запуск узкополосной сети для интернета вещей – NBIoT (Narrow Band Internet of Things) [5].

В рамках XXVI Международного ИКТ-форума «ТИБО-2019», который проходит в Минске с 9 по 12 апреля компания Velcom / A1 представила ряд новых разработок: совместно с SAP SE – услугу SAP Business One – комплексное решение для управления предприятием сегмента среднего и малого бизнеса; совместно с компанией ZTE – демонстрацию возможностей своей 5G-сети. Предполагается, что разработки будут масштабированы на всю территорию Беларуси [7].

4 апреля 2019 года Минским отделением Белорусской торгово-промышленной палаты была организована конференция «Логистика 4.0. Платформа Trans.eu – автоматизация логистических процессов», в которой приняли участие представители 35 компаний Беларуси. Участники имели возможность обменяться мнениями, обсудить проблемы отрасли и получить консультацию создателей платформы, а также сторонних экспертов [6]. Система Trans.eu – это платформа, объединяющая экспедиторов с перевозчиками и производителями. Инновационные решения позволяют быстрее управлять грузоперевозками и обеспечивают доступ к надежным партнерам.

Беларусь развивает собственную транспортную биржу Transinfo.by, на которой зарегистрировано 55 000 предприятий Беларуси и ближнего зарубежья (ежедневно с порталом работают около 10 000 уникальных пользователей) [4]. В республике используются RFID-метки (Radio Frequency IDentification, радиочастотная идентификация), автоматизированные системы управления.

Вместе с тем, как отмечают специалисты, в Беларуси не хватает готовых сервисных решений (программных продуктов) для бизнеса, что определяет ее значительное отставание в развитии логистики. По оценке Всемирного банка в 2018 году Республика Беларусь находилась на 103 месте в мировом рейтинге развития логистики [12].

Таким образом, использование логистики 4.0 позволяет автоматизировать управление всеми технологическими процессами в цепи поставок, сократить производственные циклы, повысить уровень обслуживания клиентов, что способствует устойчивому экономическому развитию хозяйствующего субъекта и повышению его конкурентоспособности.

Список использованных источников:

1. Государственная программа развития цифровой экономики и информационного общества на 2016-2020 годы: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 23.03.2016 г. № 235. // Нац. центр правовой информации Респ. Беларусь. – Минск, 2016.

2. Грингард, С. Интернет вещей. Будущее уже здесь. / С. Гранд. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 188 с.

3. Ключников, Д. Логистика 4.0 – ПроБизнес [Электронный ресурс]. URL: http://probusinesstv.ru/programs/249/17401/ (дата обращения: 20.03.2019).

4. Белорусский портал грузоперевозок. Transinfo.by. // Официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: http://www.tc.by/exhibitions/transport2017/catalog/7967.html (дата обращения: 10.04.2019).

5. В Беларуси запустят первую сеть для «интернет вещей» // БелТА. [Электронный ресурс]. URL: https://www.belta.by/tech/view/v-belarusi-zapustjat-pervuju-set-dlja-interneta-veschej-271664-207 (дата обращения: 03.04.2019).

6. Логистика 4.0. Платформа Trans.eu – автоматизация логистических процессов / Минское отделение Белорусской торгово-промышленной палаты: материалы конференции [Электронный ресурс]. URL: https://www.tppm.by/announcment/index.php? ELEMENT_ID=22885 (дата обращения: 10.04.2019).

7. Новости технологий. // БелТА [Электронный ресурс]. (дата обращения: 12.04.2019).

8. Республиканская платформа // СООО «Белорусские облачные технологии» [Электронный ресурс]. URL: http://becloud.by/activities/rp/ (дата обращения: 03.04.2019).

9. Arkas Logistics // Официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: http://www.arkaslojistik.com.tr/ru-RU/jiornctnka-40 (дата обращения: 28.03.2019).

10. Mercedes-Benz начал изготавливать на 3D-принтерах металлические детали [Электронный ресурс]. URL: https://news.drom.ru/Mercedes-Benz-3D-54307.html. (дата обращения: 06.03.2019).

11. Smart Containers – умные контейнеры [Электронный ресурс]. URL: https://golos.io/blockchain/@henryroo/smart-containers-umnye-konteinery-dostavka-redkikh-skoroportyashikhsya-lekarstv-i-tovarov-na-blockchain. (дата обращения: 10.03.2019).

12. International LPI Global Ranking. / The World Bank / World Bank Group. URL: http:www.lpi.worldbank.org.international/global/ (date of access: 30.01.2019).

13. 13. Hannover Exhibition Center. / Hannover Messe: Industrie 4.0.

УДК 338

Комшило А.П.

ВОПРОСЫ ОПТИМИЗАЦИИ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Научный руководитель: д.э.н., доц. Бабич О.В.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
komshilo.sas@yandex.ru

Современные проблемы управления персоналом в организации являются одной из основных задач руководителя. В данной статье рассмотрены вопросы управления, развития и оптимизации процесса кадрового менеджмента на промышленных предприятиях.

Ключевые слова: управление, управление персоналом, промышленное предприятие.

В начале XXI века в России вновь обострились проблемы выбора пути и методов дальнейшего развития в рамках рыночной трансформации экономики и в перспективе перехода в постиндустриальную (информационную) стадию развития. На глобальном уровне происходит постепенный пересмотр мировых достижений науки управления с точки зрения последствий применения новых технологий и информационной революции. Это касается как концептуальных

установок, так и организационно-экономических методов и принципов. На сегодняшний день в управленческой теории сложилась следующая исходная позиция в управлении человеческими ресурсами:

– работники являются наиболее важным активом предприятия;

– реализация поставленных целей невозможна без соответствующей организационной культуры;

– стратегия управления человеческими ресурсами неотделима от общей стратегии фирмы;

– максимальное использование человеческих ресурсов основано на раскрытии творческого потенциала работника;

– основная роль в управлении персоналом отводится непосредственно руководителям, которые планируют, организуют и контролируют работу объекта управления.

Сегодня предприниматель теоретически способен воспринять ту мысль, что любая проблема предприятия – это проблема управления человеческими ресурсами. Тем не менее, на практике получается, что управление персоналом на предприятиях осуществляется разными подразделениями, что каждый отдельно взятый работник, по существу, является «ничейным». Никто персонально не думает об использовании потенциала каждого» отдельно взятого человеческого ресурса, его стоимости, отдаче и состоянии. А между тем этот ресурс в силу своей специфики может быть самым дорогим, как в плане потерь, так и в плане приобретений. Сегодня в структуру «стратегии фирмы» как комплексного планового документа если и включается проблема управления человеческими ресурсами, то где-то последними пунктами. В результате положение дел зачастую таково, что интересы рядового работника мало отождествляются с интересами фирмы. Качественное проявление себя в труде, раскрытие богатого потенциала становится невыгодным, просто никому не нужным, а для кого-то и опасным. То есть человеческий ресурс может использоваться по принципу «золотого молотка, забивающего гвозди» [2].

Можно выделить следующие основные проблемы в области управления персоналом:

– новое (рыночное) поле деятельности на прежней теоретической и практической основе.

– управленческая стратегия не отвечает современным целям развития предприятий, менеджеры не могут использовать потенциал подчиненных.

– понимание роли и места управления персоналом в системе хозяйствования не соответствует действительному объему и характеру поставленных задач. Отсутствие преемственности в работе по управлению персоналом (некоторые существующие формы устарели, новые, адекватные времени и ситуации еще не найдены).

– не отработана технология изучения и внедрения в практику научных разработок в области управления персоналом.

– неумение, работодателей точно задавать «спецификации» требуемых параметров работников, отсутствие умения проводить анализ рабочих мест и

определять квалификационные требования к рабочим местам, отсутствие анализа рынка труда и расчетов цены рабочей силы.

– менталитет субъекта и объекта управления, отсутствие чувства рынка.

– проблемы с качеством профессионально-квалификационной подготовки и переподготовки персонала. Многие управленцы не изучали в вузах рыночные отношения, а российские специалисты новой формации в основном обучены на зарубежных учебниках, не адаптированных к условиям стремительного перехода к рынку и не рассчитанных на отечественный менталитет.

– действие антирыночных сил (массированная организованная преступность и коррупция с особой остротой ставят проблему безопасности и доверия в ущерб профессионализму при подборе кадров).

Реализация целей оптимизации процесса управления персоналом, основанная на учете специфики исторического этапа, требует использования соответствующих методов. Среди таких методов можно выделить метод воздействия на персонал предприятия обновленной организационной культуры.

Организационная культура определяет для всех работников ценности и правила поведения в организации. Возможной стратегией переходного к рынку периода в плане изучаемой проблематики является освоение персоналом предприятия философии маркетинга посредством корпоративной ценности – маркетинг. В данном случае под маркетингом понимается философия функционирования предприятия в условиях рынка с ориентацией производственно-сбытовой деятельности на удовлетворение потребностей людей. С изменением прежних условий, постановкой новых целей вызревает необходимость трансформации организационной культуры. В случае замены «социалистической» цивилизации на «рыночную» да еще в условиях ускорения научно-технической революции меняются внутренние и внешние условия функционирования предприятия. В организациях, ориентирующихся в своей деятельности на потребителя, доминирующей формой управления становится рыночная форма, ее критерий – прибыльность, технологический инструментарий – маркетинг. Через сформированную новую (с маркетинговой составляющей) организационную культуру трансформируется сознание и качество работы специалистов различных направлений [1].

В условиях переходной к рынку экономики оптимальное использование человеческих ресурсов подразумевает формирование нового (маркетингового) «образа мышления» персонала, который предусматривает:

– переход от недостаточного внимания к потребителю – к четкому удовлетворению его потребностей;

– переход к осознанию того обстоятельства, что потребитель является неотъемлемой частью устойчивости предприятия;

– необходимость сочетания в долгосрочных взаимоотношениях интересов потребителя и предприятия; интегрированную деятельность, включающую персонал всей организации с акцентом на поддержку постоянных взаимоотношений.

Ключевая роль в обновлении организационной культуры и ее использовании в процессе управления персоналом отводится непосредственно руководителям. Но они, прежде всего, сами должны соответствовать изменившимся условиям, улавливать связи между целями предприятия и целями работника, их зависимости друг от друга и от соответствующей прибыли [6].

Наметившиеся изменения в корпоративном управлении, вызванные глобализацией рынков и структуры промышленности, сдвигами в архитектуре рабочих мест и демографии рабочей силы, ориентацией на высокие доходы собственников, быстрыми и непрерывными организационными и технологическими изменениями, являются стратегическими. Они охватывают не только бизнес в целом, но и организацию кадровой работы в корпорациях.

1) в бизнесе это следующие изменения:

- от автономного самообеспечения - к безграничному партнерству;
- от иерархических или (и) централизованных структур - к пластичным и децентрализованным, сетевым структурам;
- от патриархальных моделей управления - к делегированию полномочий;
- от ориентации на большие объемы и низкую себестоимость - к ориентации на качество, быстроту и нововведения;
- от безошибочной работы - к измеряемым ее усовершенствованиям.

2) в сфере человеческих ресурсов корпорации:

- от узкой специализации и ограниченной ответственности за порученную работу - к широким профессиональным и должностным профилям;
- от спланированного карьерного пути - к информированному и гибкому выбору траектории профессионального развития;
- от ответственности менеджеров за развитие персонала - к ответственности самих работников за собственное развитие;
- от контроля над проблемами - к созданию возможностей для всестороннего профессионального роста каждого работника;
- от уклонения от обратной связи с подчиненными - к ее активному поиску;
- от секретного рассмотрения факторов успеха, вакантных рабочих мест и отбора специалистов - к открытому обсуждению уровня компетентности работников, имеющихся вакансий и путей их заполнения.

С одной стороны, эти сдвиги, затрагивая в первую очередь стратегию корпорации, превращают кадровые стратегии в ее ключевой элемент. С другой стороны, без ясно сформулированных стратегических целей корпорации и основных путей их достижения кадровая работа теряет свой смысл [3].

Кадровая стратегия на пороге XXI в. включает два исходных элемента: намерения и направления. Миссия специалиста по человеческим ресурсам в современной высоко конкурентной среде - наращивать кадровый потенциал корпорации, чтобы реализовать ее бизнес-стратегию. Менеджер по персоналу становится своеобразным «калибратором» мастерства, без участия которого не могут быть разработана и реализована никакая стратегия фирмы, а также правильно оценены достигнутые результаты. Обеспечить высокую

конкурентоспособность фирмы без партнерства с человеческим капиталом становится все более трудным делом для руководства корпораций [5].

Как привлечь в корпорацию и удержать в ней ответственных, работоспособных, высококвалифицированных и талантливых людей? Над решением этой задачи и обязаны работать менеджеры по персоналу, которые призваны играть в корпорации роль «катализатора» в многомерных кадровых процессах, обеспечивающих конкурентные преимущества фирме за счет уникальности человеческого потенциала и высокого уровня ответственности всех ее работников. Корпоративная культура порождает ответственность, а способности людей создают конкурентные преимущества. Поэтому менеджер по персоналу должен решать две стратегические задачи [4]:

1) создавать конкурентные преимущества фирмы путем повышения уровня ответственности ее работников, используя для этого средства управления корпоративной культурой. Сильная корпоративная культура позволяет привлекать и удерживать таланты, а плоды их труда создают высокую репутацию фирме, притягивают высококвалифицированных работников и новых потребителей. Обновление и постоянная адаптация корпоративной культуры к динамичным условиям внешней среды нацелены на повышение качества условий труда, обеспечение обратной связи с работниками и потребителями. Этому служат проводимые семинары, форумы, фокус-группы, круглые столы, рекламные кампании. Вовлечение работников в маркетинговую деятельность корпорации способствует повышению у них инициативности и уровня профессиональной самооценки;

2) обеспечивать конкурентные преимущества фирмы путем наращивания ее человеческого потенциала, всемерно поддерживая рост профессиональной компетентности работников. Сколь ни была бы притягательна корпоративная культура, однако разрыв между требованиями глобального рынка и потенциалом организации можно устранить главным образом за счет развития профессиональных навыков и умений у всего персонала корпорации. Развитие человеческих способностей, центрирование на уровне профессиональной компетентности работников становится лейтмотивом деятельности не только кадровых служб, но и линейных руководителей.

Таким образом, при построении моделей компетентности следует сочетать имеющиеся подходы, чтобы получить приемлемые средства кадрового менеджмента.

Список использованных источников:

1. Бабич О.В. Эффективное управление персоналом как условие создания конкурентных преимуществ в организации / О.В. Бабич, А.В. Тимошенко // Ученые записки Российской академии предпринимательства. – 2019. – т.18 №1. – С. 207-216.

2. Бабич, О.В. Методы оценки персонала предприятия / О.В. Бабич, А.В. Тимошенко // Управление социально-экономическими системами и правовые исследования: теория, методология и практика. Сборник научных работ Международной научно-практической конференции преподавателей, аспирантов и студентов: в 2 частях. – ИЭиП БГУ. - 2018. - С. 9-13.

3. Бандурин, Р.А. Экономические проблемы формирования инновационного потенциала пищевой промышленности Брянской области / Р.А. Бандурин // Вестник Брянской государственной сельскохозяйственной академии. - 2009. - №2. - С. 9-14.

4. Егоршин, А.П. Управление персоналом / А.П. Егоршин - М.: Академия, 2016. - 624 с.

5. Игольникова, И.В. Основные подходы к формированию инновационного трудового потенциала в регионе / И.В. Игольникова // Современная наука: идеи, которые изменят мир. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. - 2018. - С. 197-201.

6. Карманова, А.Е. Особенности управления персоналом на малых и крупных предприятиях / А.Е. Карманова // Финансовая наука. - 2015. - С. 3-5.

УДК 338

Коновалова И.А.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Научный руководитель: д.э.н., доц. Бабич О.В.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г.Брянск
irinaa164@mail.ru

Актуальность повышения эффективности бизнеса зависит от эффективности экономической деятельности хозяйствующих субъектов, поскольку важное значение имеет развитие предприятий, материальное благополучие населения и государства.

Ключевые слова: бизнес, прибыль, производительность, эффективность, спрос.

Эффективность деятельности предприятия – это экономическая категория, которая выражает результативность его деятельности. Экономическая эффективность - это результат, который может быть достигнут путем измерения рентабельности производства и общей стоимости.

На современном этапе, основой экономической политики предприятия является повышение эффективности и качества работы взаимосвязанных элементов производства. С развитием рыночных отношений предприятия с различными формами собственности повышают свою самостоятельность в выработке управленческих решений в части обеспечения эффективности своей производственной деятельности. Степень правильности этих решений зависит от различных факторов друг с другом и с окончательными результатами производства во взаимодействии [1, с. 18].

Эффективность производства относится к одной из ключевых категорий рыночной экономики. Она напрямую связана с развитием конкретной компании и всего общества.

Можно сказать, что эффективность, с одной стороны, связана с эффективностью работы или действия, а с другой - с минимальными усилиями по выполнению этой работы или действия. Однако ни одна, ни другая концепция не могут полностью охарактеризовать эффективность, поскольку

при более низких затратах невозможно получить самые высокие результаты. Таким образом, под эффективностью обычно понимается эффективность компании, которая определяется путем сравнения полученных результатов с затратами, понесенными для достижения этих результатов.

Проблема эффективности, как правило - это проблема выбора, например, что производить, какие виды продукции, какие из существующих методов, как они должны быть распределены и сколько ресурсов должны быть использованы.

Каждое предприятие заинтересовано в повышении экономической эффективности производства. Каждое предприятие использует следующие методы, каждый из которых подходит для конкретного вида деятельности.

Первый метод заключается в том, чтобы производить больше товаров и услуг по фиксированной цене. Это требует повышения производительности труда за счет внедрения новых технологий для освоения новых технологий, повышения квалификации работников и повышения качества сырья [3, с. 80].

Второй метод - постоянное производство определенного количества товаров и услуг, но по более низкой цене. Это может быть достигнуто путем экономии ресурсов, использования технологий для экономии ресурсов и сокращения числа сотрудников.

Как правило, в условиях экономического роста и роста потребительского спроса используется первый метод, а в случае снижения производства - второй. Однако второй способ повышения экономической эффективности подходит только в качестве временного варианта. Если кризис не заканчивается, разумно реструктурировать компанию, принять маркетинговые меры для увеличения продаж или реструктурировать компанию. Мы должны стремиться использовать имеющиеся ресурсы в полном объеме, даже если намеченная цель должна быть реализована [5, с. 201].

Главное - всегда в полной мере использовать имеющиеся ресурсы при условии, что они востребованы и есть возможность прогнозировать будущие доходы от реализации выпускаемой продукции. Когда спрос падает и производство полностью занято, это нельзя назвать экономией. Если есть спрос, и компания пытается сократить расходы вторым способом, это тоже экономически нецелесообразно.

Прибыльные промышленные предприятия должны, прежде всего, направлять прибыль и другие финансовые ресурсы на техническую модернизацию, инновации и другие соответствующие направления научно-технического прогресса [2, с. 10].

Структурные изменения в обществе также влияют на показатели эффективности на разных уровнях правительства. Наиболее важными являются структурные изменения экономического и социального характера. Они встречаются в следующих областях: технологии, исследования и разработки, сопровождающиеся революционными прорывами во многих отраслях; состав и технический уровень основных средств; объем производства и деятельности; модели занятости в различных промышленных и непромышленных секторах; Состав персонала по полу, образованию.

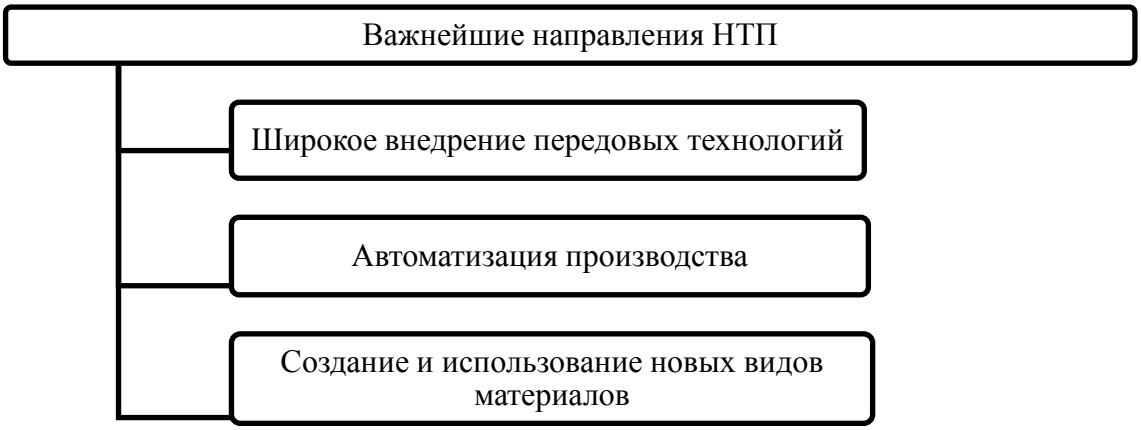

Рисунок 1 - Основные направления научно-технического прогресса на производственных предприятиях

Научно-технический прогресс имеет широкую сферу применения и всесторонне охватывает производственную деятельность (рис. 1).

Доказаны последствия внедрения достижений современного научно-технического прогресса для повышения экономической эффективности. В частности, в технологии и оборудование для их реализации без отходов, с низким содержанием отходов, с экономией ресурсов. Это увеличивает объем производства при равном объеме обрабатываемого сырья и, следовательно, рентабельность активов [4, с. 11].

Список использованных источников:

1. Горбачева, Л. Анализ рентабельности и прибыли / Л. Горбачева // Экономика. – 2017. – №3. – С. 18-22.
2. Лапин, Е. В. Оценка экономического потенциала предприятия: учебник / В. Е. Лапин. – М.: Суммы, 2018. – 10 с.
3. Литвинюк, А. С. Экономический анализ: учебное пособие / А. С. Литвинюк. – М.: Изд-во Эксмо, 2018. – 80 с.
4. Ушаков, В. М. Учет финансовых результатов: учебное пособие / М. В. Ушаков. – М.: Финансы, 2016. – 11 с.
5. Юдаева, О. С. Снижение себестоимости продукции: учебник / С. О. Юдаева. – М.: Директ-Медиа, 2015. – 201 с.

УДК 338

Корхова Е.Н.

ПОНЯТИЯ «КОНКУРЕНЦИЯ» И «КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ»

Научный руководитель: д.э.н., доц. Бабич О.В.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск

В статье рассмотрены два понятия «конкуренция» и «конкурентоспособность», представлена характеристика рынка различных типов конкуренции. Проанализированы черты рынка совершенной конкуренции, олигополии, монополистической конкуренции и чистой конкуренции.

Ключевые слова: конкуренция, типы конкуренции, конкурентоспособность, конкурентный потенциал.

В литературе присутствуют три подхода к определению конкуренции (этимологически слово «конкуренция» восходит к латинскому «concurrentia», означающему «столкновение», «состязание»). Первый определяет конкуренцию как состязательность на рынке. Такой подход характерен для отечественной литературы. Второй подход рассматривает конкуренцию как элемент рыночного механизма, который позволяет уравновесить спрос и предложение. Этот взгляд присущ для классической экономической теории. Третий подход определяет конкуренцию как критерий, по которому определяется тип отраслевого рынка, и основывается на современной теории морфологии рынка.

Конкурентоспособность предприятия - это его свойство, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке.

Присутствие конкурента на рынке создает элемент состязательности: продавцы борются за право лучше удовлетворить потребности покупателя, сделать его своим постоянным клиентом.

Борьба за экономическое выживание и процветание – закон рынка. Конкуренция (как и её противоположность - монополия) может существовать только при определённом состоянии рынка. Разные виды конкуренции (и монополии) зависят от определённых показателей состояния рынка. Различают рынки совершенной и несовершенной конкуренции.

Рынок совершенной конкуренции должен удовлетворять следующим условиям:

- на нем существует много производителей, каждый из которых мал относительно рынка в целом;
- рынок характеризуется продуктовой однородностью, т.е. продукты по своим характеристикам должны быть существенно однородные;
- покупатели должны быть хорошо информированы о рыночном предложении;
- должен обеспечиваться свободный вход и выход на рынок, т.е. должны отсутствовать рыночные барьеры;
- производители и потребители имеют возможность формировать независимые решения, т.е. должна отсутствовать возможность сговора между субъектами рыночной деятельности.

Очевидно, что в реальных условиях рынки свободной конкуренции практически отсутствуют, так как на реальных рынках все эти условия в подавляющем числе случаев не удовлетворяются. Обычно как производители, так и торговцы, воздействуют на рыночную цену, на объемы выпускаемой продукции, вступают в гласные и негласные сговоры для контроля рыночной ситуации; государство ограничивает доступ на рынок иностранных производителей, не выполняются другие условия из ранее рассмотренных.

В силу указанных причин подавляющее число рынков относятся к

рынкам несовершенной конкуренции.

Существуют два классификационных признака:

- количество продавцов на рынке;
- дифференцирование товара: под недифференцированным продуктом понимается массовая продукция с однородными свойствами - металл, нефть, зерно, сахарный песок и т. д. Свойства этих продуктов или заданы природой, или определяются стандартами. Все остальные продукты относятся к категории дифференцированных, характеристики которых производители могут менять.

Чистая монополия характеризует рынок единственного продавца (государственная организация, частная регулируемая или нерегулируемая со стороны государства организация), не имеющего близких заменителей.

Цена в каждом случае устанавливается по-разному, например, государственная монополия может устанавливать цены ниже издержек на продукты, имеющие важное значение для бедных потребителей, а нерегулируемая организация может устанавливать предельно высокие цены.

Деятельность чистых или почти чистых монополистов обычно регулируется государством. В этом случае государство стремится обеспечить установление цен, справедливых как для производителей, так и для потребителей. В случае отсутствия регулирования цен со стороны государства монополисты при установлении цен постараются извлечь для себя максимум выгоды.

Неблагоприятные последствия чистой монополии проявляются в том, что у предприятия-монополиста отсутствуют необходимые внешние стимулы к развитию, конкурентное давление, которое заставляло бы его совершенствовать технологию, обновлять производство, улучшать качество продукции.

Олигополистическая конкуренция имеет место, когда в отрасли действует несколько, обычно крупных, организаций, и подразделяется на чистую и дифференцированную олигополии. В первом случае производятся и продаются недифференцированные продукты, например, нефть, газ, металлы; во втором случае - дифференцированные продукты, например, автомобили. Олигополистические организации ведут неценовую конкуренцию. Для олигополии характерны следующие черты:

- продавцы (покупатели) являются крупными экономическими агентами;
- небольшое число продавцов;
- существуют значительные барьеры входа и выхода;
- прибыль экономических агентов в долгосрочном периоде отлична от нуля;
- продаваемый товар может быть, как дифференцированным, так и однородным.

Чистая конкуренция возможна в том случае, когда большое число фирм производят и продают массовую продукцию с однородными свойствами. В условиях чистой конкуренции преимущества в конкурентной борьбе в первую очередь обеспечиваются за счет создания надежной, устойчивой репутации предприятия, эффективных систем сбыта и сервиса, проведения активных кампаний по продвижению продуктов.

Поскольку в данном случае наблюдается наличие множества производителей (продавцов) товары, которых являются практически одинаковыми, увеличивать цену выше уровня превалирующей рыночной цены нет смысла. С другой стороны, снижать цены тоже нет необходимости, поскольку предприятие и так может продать все, что может произвести.

Для чистой конкуренции характерно:

- наличие большого количества экономических агентов, продавцов и покупателей;
- однородность продаваемой продукции;
- ни один из продавцов или покупателей не в состоянии повлиять на рыночную цену.

Монополистическая конкуренция, в данном случае фирмы продают дифференцированные версии одного и того же базового товара. Это обусловлено наличием в его предложении элементов, крайне важных для части потребителей. С другой стороны, поскольку товары дифференцированы, предприятие может снижать цены, но не переманит к себе покупателей от всех конкурентов. В условиях монополистической конкуренции работают, например, аптеки, рестораны, производители многих потребительских товаров.

Для монополистической конкуренции характерны следующие черты:

- продавцы конкурируют, предлагая дифференцированный товар на рынке, куда возможен вход новых продавцов;
- тип такого отраслевого рынка позволяет продавцам осуществлять определенный контроль над продажной ценой;
- на данном рынке действует относительно большое количество продавцов, каждый из которых удовлетворяет небольшую долю рыночного спроса на общий тип товара, реализуемого фирмой и ее конкурентами.

В известном смысле конкуренция - двигатель прогресса. Парадоксально, но факт: злейший враг предпринимателя – конкурент оказывается его лучшим другом.

Конкурентная среда - рынок или его сегмент, где продавцы свободно соперничают за право продать товар покупателю.

Единственным арбитром между честно конкурирующими предпринимателями является потребитель. Он голосует своим кошельком, выбирая наиболее устраивающий его товар.

На рынке разворачивается конкурентная борьба между предприятиями, которые выпускают или продают аналогичную продукцию (со схожими свойствами) одним и тем же категориям покупателей.

Конкурентная борьба - совокупность действий фирмы, направленных на достижение конкурентного преимущества, на завоевание прочных позиций на рынке и вытеснение с него конкурента.

Факторы, влияющие на конкурентную борьбу:

1) размер рынка - чем больше, тем сильнее конкуренты;
2) темпы роста рынка - быстрый рост облегчает проникновение на рынок;
3) мощности - излишние мощности приводят к падению цен;
4) препятствия для входа или выхода из рынка защищают позицию

фирмы, их отсутствие делает рынки уязвимыми для проникновения туда неконкурентных новичков;

5) цена;

6) уровень стандартизации товаров - покупатели имеют преимущество, поскольку им легко переключиться с одного товара на другой;

7) мобильные технологические модули;

8) требования к размерам необходимых капитальных вложений - жесткие требования повышают риск, создают дополнительные барьеры входа-выхода;

9) вертикальная интеграция повышает требования к размерам капитала, приводит к сильным различиям в конкурентоспособности и затратах на производство интегрированных, частично интегрированных и не интегрированных фирм;

10) экономия на масштабе – увеличивает долю рынка, необходимую для достижения конкурентоспособности товара;

11) быстрое обновление ассортимента продукции.

Формы конкурентной борьбы зависят от сложившихся условий, времени и места, но ее суть всегда одна и та же: захватить большую, чем у конкурента, долю рынка или, по возможности, вытеснить его с рынка. Цель конкурентной борьбы достигнуть конкурентного преимущества, т.е. занять более прочную конкурентную позицию на рынке.

Конкурентная позиция - сравнительная характеристика основных рыночных параметров фирмы и ее товара относительно конкурента. Существует три крайности подходов к формированию категории «конкурентоспособность»:

1) наличие собственного мотива к деятельности, ожидание положительных для себя результатов;

2)наличие необходимых ресурсов для реализации деятельности; и, в-третьих, возможность и способность противостоять соперникам (необходимо отметить, что в рамках понятия конкурентоспособность в отличие от конкуренции это свойство имеет самостоятельное значение, а не является следствием первого).

Исходя из данных условий, можно сделать вывод, что конкурентоспособность объекта - это состояние, характеризующее реальную или потенциальную возможность выполнения своих функциональных обязанностей в условиях возможного противодействия соперников. Данное определение представляет наиболее общую, применимую без исключения ко всем объектам характеристику.

Практика показывает, что финансового благополучия наиболее часто достигают предприятия с более высоким конкурентным потенциалом.

Под конкурентным потенциалом предприятия подразумевается, как реальная, так и потенциальная способность компании разрабатывать, изготовлять, сбывать и обслуживать в конкретных сегментах рынка конкурентоспособные изделия, т.е. товары, превосходящие по качественно-ценовым параметрам аналоги и пользующиеся более приоритетным спросом у потребителей.

Список использованных источников:

1. Архипова, Л.С., Конкуренция как основа экономики: концептуальные подходы к исследованию роли конкуренции / Л. С. Архипова, Г. Ю. Гагарина, А. М. Архипов. – М: ИНФРА-М, 2015 – 250 с.
2. Бабич, О.В. Актуальные проблемы управления конкурентоспособностью организации / О.В. Бабич, М.И. Перькова // Финансовая экономика. – 2018. - №5 ч.11. – С. 1283-1285.
3. Балабанова, А.В. Современные подходы к управлению диверсифицированными корпорациями / А.В. Балабанова, А.Г. Старицын // Путеводитель предпринимателя. - 012. - №15. - С. 053-067.
4. Бандурин, Р.А. Защита прав потребителей: правовой и товароведческий аспекты / Р.А. Бандурин // Экономика. Социология. Право. - 2017. - №4(8). - С. 9-14.
5. Благирева, Е.Н., Повышение конкурентоспособности предприятий региона: теоретические и практические аспекты / Благирева Е.Н., Блинов А.О. – М: Научная библиотека, 2014 – 326 с.
6. Болдурина, В.А. Методы оценки конкурентоспособности предприятия// Международный научно-исследовательский журнал. – 2015. – №11 (42). - 18-21с.
7. Чернышова, И.Г. Методы оценки эффективности товарной политики промышленного предприятия / И.Г. Чернышова // Финансовая экономика. - 2018. - №8. - С. 524-527.

УДК 338

Корхов А.В.

ИННОВАЦИИ: ПОНЯТИЕ И РОЛЬ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Научный руководитель: д.э.н., доц. Бабич О.В.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск

В статье проанализированы понятия «инновация», «инноватика», «новшество», представлена подробная классификация инноваций по различным классификационным признакам.

Ключевые слова: инновация, нововведение, новшество, инноватика, инновационная деятельность.

Инновации играют первостепенную роль в современной экономике, являясь объективным элементом её функционирования. Без нововведений невозможно обеспечивать рост уровня производительных сил, создавать условия для эффективного развития производства. Инновации являются основой повышения качества и обеспечения конкурентоспособности выпускаемой продукции. Конечной целью инновационных процессов является практическая реализация новых решений, т.е. нововведений.

В Российской Федерации проблемам инновационного развития экономики уделяется значительное внимание, как на уровне правительства Российской Федерации, так и на региональном уровне. Целью инновационной

политики Российской Федерации является увеличение ВВП, за счёт развития инновационных технологий и методов управления предприятиями.

Достижение поставленной цели невозможно без формирования и функционирования в рамках предприятия соответствующего механизма, позволяющего проводить работу по управлению инновационными процессами.

Тем не менее, на многих отечественных предприятиях не происходит обновления товарной номенклатуры, инновационный потенциал остаётся достаточно низким, что в свою очередь негативно сказывается на развитии промышленного предприятия в целом и его подразделений в отдельности.

Это предопределяет проблему совершенствования формирования и управления инновационным потенциалом на предприятии и как следствие, формирование конкурентной номенклатуры производства.

Выше обозначенные вопросы особенно актуальны для отечественных предприятий, на которых многие рыночные механизмы, в том числе по управлению инновационным потенциалом, находятся на ранней стадии формирования.

Выживание и развитие организации в современных условиях хозяйствования, ее конкурентоспособность зависят от того, насколько она является открытой, динамичной и самоорганизующейся. Развитие таких организаций характеризуется двумя этапами, циклически сменяющими друг друга. Первый - относительно продолжительный эволюционный этап, в течение которого качественное состояние системы не изменяется, происходит реализация сформированных ранее конкурентных преимуществ организации. В ходе этого этапа из-за изменений внешних условий или из-за нарастания внутренних противоречий организация может утратить конкурентоспособность. Находиться в таком кризисном состоянии она долго не может в связи с нарастающей угрозой банкротства, и наступает второй этап скачкообразного перехода в качественно новое устойчивое состояние, благодаря совместному действию всех подсистем организации по формированию и реализации долговременных конкурентных преимуществ. На этом этапе ведущая роль принадлежит инновационной деятельности, поскольку основными факторами, определяющими развитие организации, являются: современные технологические мощности; доступ на крупный, интегрированный рынок; разница между производственными издержками у производящей стороны и ценами на целевом рынке; политические возможности национальных и межнациональных институтов управлять стратегиями стран и регионов, находящихся под их юрисдикцией. Указанные факторы, действуя совместно, определяют динамику и формы конкуренции между предприятиями, регионами и странами в условиях новой глобальной экономики.

Проблемы инноватики находят своё отражение в многочисленных публикациях как отечественных, так и зарубежных исследователей. Во многом это обусловлено возрастающим значением инновационной деятельности как важнейшего фактора повышения эффективности деятельности промышленных предприятий в условиях рыночных отношений.

Под инновацией (англ. «innovation» - нововведение, новшество,

новаторство) понимается использование новшеств в виде новых технологий, видов продукции и услуг, новых форм организации производства и труда, обслуживания и управления. Понятия «новшество», «нововведение», «инновация» нередко отождествляются, хотя между ними есть и различия.

Под новшеством понимается новый порядок, новый метод, изобретение, новое явление. Словосочетание «нововведение» в буквальном смысле означает процесс использования новшества. С момента принятия к распространению новшество приобретает новое качество и становится нововведением (инновацией). Период времени между появлением новшества и воплощением его в нововведение (инновацию) называется инновационным лагом.

Понятие «инновации» как экономической категории ввел в научный оборот австрийский экономист И. Шумпетер. Он впервые рассмотрел вопросы новых комбинаций производственных факторов и выделил пять изменений в развитии, т.е. вопросов инноваций:

- использование новой техники, технологических процессов или нового рыночного обеспечения производства;
- внедрение продукции с новыми свойствами;
- использование нового сырья;
- изменения в организации производства и его материально-технического обеспечения;
- появление новых рынков сбыта.

В соответствии с международными стандартами инновация определяется как конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам.

Девиз инновации – «новое и иное» - характеризует многоликость этого понятия. Так, инновация в сфере услуг - это новшество в самой услуге, в ее производстве, предоставлении и потреблении, поведении работников. Нововведения далеко не всегда базируются на изобретениях и открытиях. Есть нововведения, которые основываются на идеях. Примерами здесь могут служить появление застежек типа «молния», шариковых авторучек, баллончиков с аэрозолями, колец-открывалок на банках с прохладительными напитками и многое другое[6].

Инновация не обязательно должна быть технической и вообще чем-то вещественным. Мало технических инноваций могут соперничать в своем влиянии с такой идеей, как продажа в рассрочку. Использование этой идеи буквально преображает экономику. Инновация - это новая ценность для потребителя, она должна отвечать нуждам и желаниям потребителей.

Таким образом, непременными свойствами инновации являются их новизна, производственная применимость (экономическая обоснованность) и она обязательно должна отвечать запросам потребителей.

Систематическая инновация состоит в целенаправленном организованном поиске изменений и в систематическом анализе тех возможностей, которые эти

изменения могут дать для успешной деятельности предприятия.

Все разнообразие инноваций можно классифицировать по ряду признаков.

По степени новизны:

- радикальные (базисные) инновации, которые реализуют открытия, крупные изобретения и становятся основой формирования новых поколений и направлений развития техники и технологии;
- улучшающие инновации, реализующие средние изобретения;
- модификационные инновации, направленные на частичное улучшение устаревших поколений техники и технологии, организации производства.

По объекту применения:

- продуктовые инновации, ориентированные на производство и использование новых продуктов (услуг) или новых материалов, полуфабрикатов, комплектующих;
- технологические инновации, нацеленные на создание и применение новой технологии;
- процессные инновации, ориентированные на создание и функционирование новых организационных структур, как внутри фирмы, так и на межфирменном уровне;
- комплексные инновации, представляющие собой сочетание различных инноваций.

По масштабам применения:

- отраслевые;
- межотраслевые;
- региональные;
- в рамках предприятия (фирмы).

По причинам возникновения:

- реактивные (адаптивные) инновации, обеспечивающие выживание фирмы, как реакция на нововведения, осуществляемые конкурентами;
- стратегические инновации - это инновации, реализация которых носит упреждающий характер с целью получения конкурентных преимуществ в перспективе.

По эффективности: экономическая; социальная; экологическая; интегральная.

Внедрение новшеств всегда имело большое значение в развитии производства. В современной экономике роль инноваций значительно возрастает. Они все более становятся основополагающими факторами экономического роста.

Потребность в инновациях возникает под воздействием как внешних, так и внутренних факторов. К внешним относятся: конкурентная борьба, задачи завоевания новых рынков, изменение политической, демографической, правовой ситуации и прочие; к внутренним: неблагоприятные условия труда, рост производственных затрат.

Поскольку новшествами, как правило, нельзя воспользоваться без специальных знаний, важную роль в деле их реализации играют «ноу-хау».

Основными признаками «ноу-хау» считаются промышленная и коммерческая ценность и закрытость[16].

Любая инновация (новшество) имеет свой жизненный цикл, который состоит из трех основных элементов:

- периода от начала разработки до выхода на рынок (при этом новшество может устареть, а само нововведение еще не начаться);
- периода от выхода на рынок до снятия с производства;
- периода устаревания от снятия с производства до прекращения эксплуатации у потребителей.

Таким образом, полный жизненный цикл новшества имеет две основные стадии – его создания и использования. Последняя в свою очередь состоит из двух подстадий: производства, сбыта и послепродажного обслуживания.

Инновации включают не только технические или технологические разработки, но и поиск, и использование новых форм бизнеса, новых методов работы на рынке, новых товаров и услуг, новых финансовых инструментов. Они характеризуются более высоким технологическим уровнем, более высокими потребительскими качествами товара или услуг по сравнению с предыдущим продуктом. Инновации являются важнейшим фактором стабильного функционирования предпринимательских, финансовых, кредитных, любых других структур, обеспечивающих их экономический рост и конкурентоспособность.

Список использованных источников:

1. Абрамешин, А.Е. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов/ Абрамешин А.Е., Воронина Т.П., Молчанова О.П., Тихонова Е.А., Шленов Ю.В.; Под ред. Молчановой О.П.-М.: Вита-Пресс, 2011. – 272 с.
2. Адаптация промышленных предприятий к научно-техническим новшествам / под ред. В.Н. Гончарова. – М.: Наука, 2002. – 132 с.
3. Бабич, О.В. Определение стратегии управления производственной деятельностью предприятия /О.В. Бабич // Российское предпринимательство. – 2013. - №.18/240 – С. 95-101.
4. Бабич, О.В. Инновационная составляющая развития производственного потенциала региона / О.В. Бабич, Т.Г. Пусь // Экономика и предпринимательство. – 2017. - №8 (ч.3) (85-3). – С. 329-332.
5. Балабанов, В.С. Инновационный менеджмент: Учебное пособие / В.С. Балабанов, М.Н. Дудин, Н.В. Лясников. - М.: Элит-2000, Российская академия предпринимательства, 2008. – 246 с.
6. Балабанова, А.В. Современные подходы к управлению диверсифицированными корпорациями / А.В. Балабанова, А.Г. Старицын // Путеводитель предпринимателя. - 012. - №15. - С. 053-067.
7. Babich O.V. Innovative Process Management Model Given the Dynamic Capabilities of an Industrial Enterprise / O.V. Babich, L.S. Mityuchenko, I.G. Chernyshova // 31st International Business Information Management Association Conference (IBIMA): 25-26 April 2018, Milan, Italy. – P. 6557-6565.

УДК 338.512

Кульбис Е.Г.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ БАЗИС УПРАВЛЕНИЯ ИЗДЕРЖКАМИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Научный руководитель: доц., к.э.н., доц. Клецова Е.В.
ГОУ ВПО ЛНР Донбасский государственный технический университет,
ЛНР, г. Алчевск
lena_kulbis@mail.ru

Обоснован выбор концепции существенности как основы формирования подхода к управлению релевантными издержками промышленного предприятия.

Ключевые слова: издержки, управление издержками, эффективное управление, существенность.

Исследованию категории «издержки», их классификации, методам, функциям и концепциям управления издержками, вопросам информационного обеспечения указанного процесса, методологии анализа издержек на уровне управления промышленным предприятием посвящены работы зарубежных и отечественных ученых: Н. Альберта, И.А. Бланка, Ф.Ф. Бутынца, Ю.М. Большого, Г.Г. Грещак, И.Е. Давыдовича, В.А. Дерия, К. Друри, Г. Энтони, В.М. Ивахненко, Й.И. Клюс, Г.В. Козаченко, М.Х. Мескон, Г.В. Савицкой, Г.Г. Савиной и других.

Высоко оценивая вклад ученых в исследование теории и методологии управления издержками, следует отметить, что проблема формирования аналитического инструментария оценки издержек промышленного предприятия во взаимосвязи с активами и обязательствами предприятия требуют своего дальнейшего решения. Необходимость разработки теоретических основ и практических рекомендаций по аналитическому обеспечению эффективного управления издержками промышленного предприятия обусловила выбор темы исследования [2].

Исследование теоретического и практического аспекта управления издержками промышленных предприятий требует проведения семантического анализа указанного понятия.

Результаты исследования свидетельствуют об отсутствии единого мнения ученых относительно экономического содержания его базовых элементов – «издержки», «управление издержками».

Издержки рассматриваются нами как уменьшение активов и увеличение обязательств, что приводит к уменьшению собственного капитала (за исключением уменьшения капитала за счет его изъятия или распределения собственниками). Исследование сущности понятия «управление издержками предприятия» дало возможность выделить основные подходы к трактовке сущности. Выделим основные среди них: целеустремленный, стратегический, функциональный, процессный, системный, ситуационный, альтернативный [1].

Обобщение указанных подходов дает возможность рассматривать понятие «эффективное управление издержками промышленного предприятия» как процесс принятия управленческих решений относительно влияния на издержки путем комплексной реализации функций управления для достижения

целевого уровня индикаторов эффективности согласно стратегической цели деятельности промышленного предприятия.

Исследование законодательной базы, регламентирующей нормы формирования издержек промышленного предприятия, дало возможность в статье систематизировать вариативные параметры, методы оценки издержек во взаимосвязи с активами и обязательствами, выступает информационным базисом управление релевантными издержками путем влияния на факт и время их признания, сумму и виды. Значительное количество альтернатив в оценке затрат предполагает определение существенности показателей – максимальной границы значимости для пользователей финансовой информации [4].

Согласно концепции существенности информации, утвержденной действующими международными стандартами учета и аудита, существенной является информация, пропуск или неправильное отражение которой в финансовой отчетности, влияет на экономические решения пользователей, которые принимаются на ее основе.

Исследование учетной концепции существенности позволило нам разработать структурную схему концепции, которая представлена на рисунке 1.

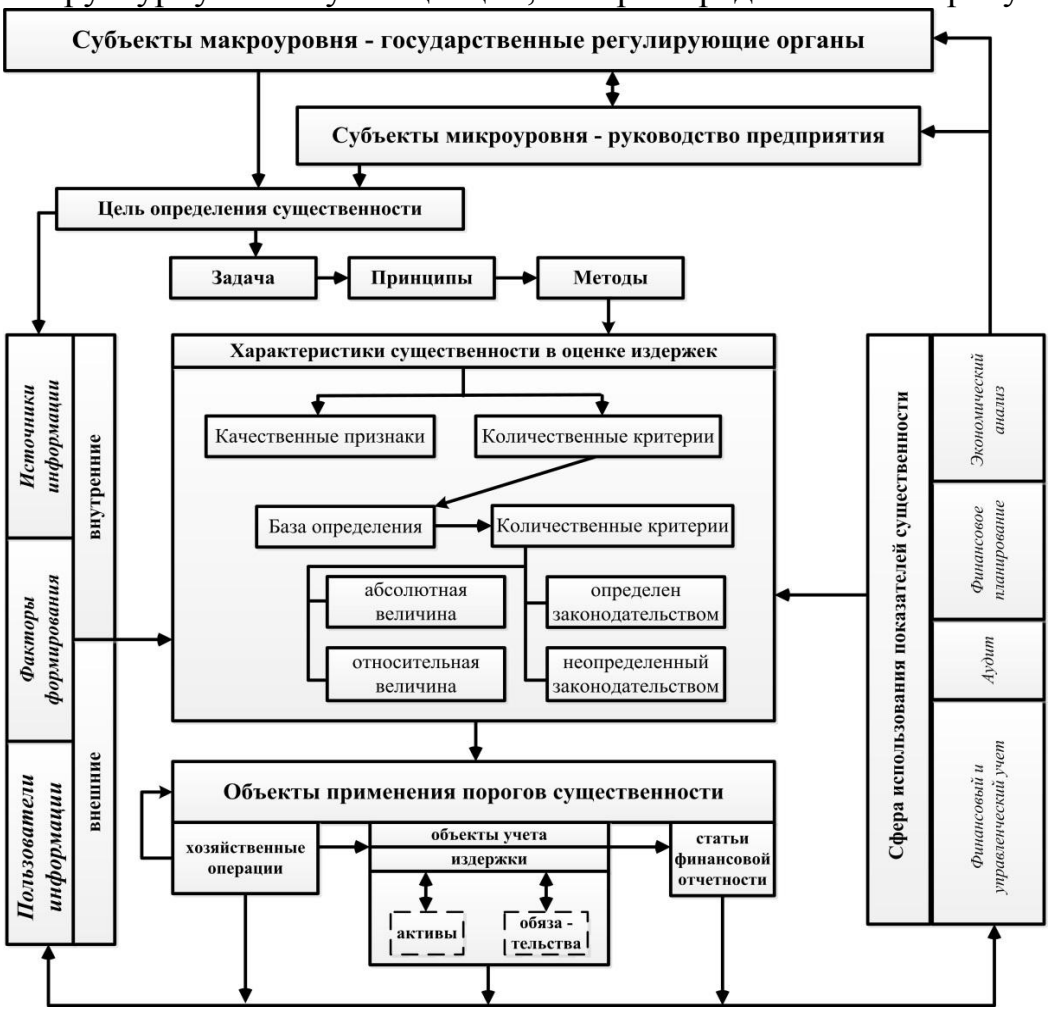

Рисунок 1 – Структурная схема концепции существенности в управлении издержками промышленного предприятия

Она положена основу процесса управления релевантными издержками промышленного предприятия во взаимосвязи с его активами и обязательствами.

В исследовании упорядоченная нормативная информация по объектам определения существенности издержек с перечнем альтернативных вариантов, базовых показателей и уровней порогов существенности, видов релевантных издержек. Ее использование при разработке учетной политики промышленного предприятия даст возможность реализовать управление издержками на основе выбранных стратегических ориентиров развития предприятия [3].

В рамках концепции альтернативности и существенности издержек для характеристики взаимосвязей процесса формирования издержек с другими элементами отчетности в исследовании предложено введение дополнительных признаков классификации издержек предприятия. Выделим их: со связью с ресурсным потоком (расходы, сопровождающиеся движением ресурсов и не сопровождаются), со связью с денежным потоком (расходы, сопровождающиеся движением денежных средств и не сопровождаются), по объектам учета, влияющие на формирование (обусловленные уменьшением активов и увеличением обязательств), по наличию альтернативности в оценивании (расходы, имеющие альтернативу в оценивании и не имеющие ее).

Предложенная классификация издержек позволяет формировать аналитический инструментарий управления издержек с вариативными компонентами в оценке для достижения целевого уровня индикаторов эффективности управления ими.

Список использованных источников:

1. Бондар, І.Ю. Управління витратами виробництва та собівартість продукції. / І.Ю. Бондар. - Київ : КНТЕУ, 2015. – 341 с.

2. Великий, Ю.М. Управління витратами підприємства : монографія / Ю.М. Великий, В.В. Прохорова, Н.В. Сабіна. – Х. : ИНЖЕК, 2009. –192 с.

3. Карпенко, Ю.В. Процессно-ориентированное управление затратами промышленного предприятия / Ю.М. Карпенко // Экономика: реалии времени. 2016. №3 (25). – С. 161-167.

4. Козаченко Г. В. Управління затратами підприємства : монографія / Г.В. Козаченко, Ю.С. Погорелов, Г.А. Макухін. – К. : Лібра, 2007. – 320 с.

УДК 338.24

Макаревич М.А.

АНТИКРИЗИСНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ, КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Игольникова И.В.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
angel2193margosha@yandex.ru

В статье освещена проблема банкротства предприятий в современной российской экономике и дано представление об антикризисном управлении. А именно, рассмотрены различные определения данного понятия, его принципы, функции и механизмы финансовой стабилизации предприятия.

Ключевые слова. Банкротство, антикризисное управление, антикризисный менеджер, функции, принципы, механизмы, предприятие.

Российская экономика перешла на рыночные отношения, что повлекло за собой необходимость изменения форм и методов управления на уровне основного хозяйствующего звена — предприятия, фирмы, корпорации. В настоящее время общество предъявляет достаточно существенные требования к функционированию основных субъектов экономической деятельности.

Рыночная реформа, экономические кризисы, а также введение процедуры банкротства в экономическую практику России сделали актуальной такую проблему, как эффективная организация управления деятельностью предприятия, выбор методов антикризисного управления, превращение его в важнейший рычаг предпринимательской активности.

Антикризисное управление (антикризисный менеджмент) стало одним из самых известных терминов в деловой жизни Российской Федерации. В одних случаях под ним предполагают управление компанией в условиях общего экономического кризиса. В иных – управление организацией при угрозе банкротства, третьи же связывают антикризисный менеджмент с работой антикризисных менеджеров в рамках судебных процедур банкротства. Некоторые авторы полагают, что антикризисные меры следует принимать, когда финансовое положение предприятия на рынке уже становится неустойчивым, а возможность банкротства - реальной. Следовательно, они полностью игнорируют диагностику угрозы банкротства на ранних стадиях ее возникновения и акцентируют внимание только на «лечение» кризиса. Другие же, считают подобный подход неприемлемым. Так, например, в своей книге «Справочник кризисного управляющего» профессор Уткин Э.А. писал: «Подобный подход - это все равно что «ставить телегу впереди лошади». Главное в антикризисном финансовом управлении - обеспечение условий, когда финансовые затруднения не могут иметь постоянный стабильный характер. Речь о банкротстве при таком подходе быть не должно, поскольку должен быть налажен управленческий механизм устранения возникающих проблем до того, пока они не приняли необратимый характер» [1].

Суть антикризисного финансового управления выражается в следующих положениях, предложенных С.А. Агарковым, который утверждал, что: «

– кризисы можно предвидеть, ожидать и вызывать;

– кризисы в определенной мере можно ускорять, предварять, отодвигать;

– к кризисам можно и необходимо готовиться;

– кризисы можно смягчать;

– управление в условиях кризиса требует особых подходов, специальных знаний, опыта и искусства;

– кризисные процессы могут быть до определенного предела управляемыми;

– управление процессами выхода из кризиса способно ускорять эти процессы и минимизировать их последствия» [1].

Далее рассмотрим основные функции антикризисного финансового управления, большинство информации по данному аспекту было почерпнуто из

книги А.С. Большакова «Антикризисное управление на предприятии. Финансовый и системный аспекты». Одной из немаловажных функций является функция предвидения, которая реализуется в постоянной диагностике финансового состояния фирмы и мониторинге всех изменений, происходящих в показателях его финансово-хозяйственной деятельности. Данная функция, по мнению ученого, «обусловлена необходимостью прогнозировать изменения финансового состояния предприятия, что в дальнейшем даст возможность вовремя оказывать влияние на развитие организации в целом, не допуская появления негативных последствий в его производственно-финансовой деятельности».

Не менее актуальной в современных условиях экономики становится инновационная функция, которая находит свое отражение в применении новых инструментов антикризисного управления, а также в творческом подходе к решению возникающих проблем, то есть необходимо мыслить нестандартно. Инновационная деятельность предприятия предполагает разработку антикризисных планов развития компании, основывающуюся на внедрении различных инноваций, новых продуктов и технологий производства (в том числе ресурсосберегающие технологии), а также освоение новых рынков сбыта продукции. Данная функция, по мнению А.С. Большакова, «зависит от человеческого фактора, то есть от возможностей конкретного человека принимать решения, от его профессиональных знаний и умений в области антикризисного управления» [4].

Цель антикризисного финансового управления заключается в разработке и реализации мероприятий, направленных на быстрое возобновление платежеспособности и восстановление финансовой устойчивости функционирующего на рынке предприятия, и обеспечивающих его выход из состояния финансового кризиса. Учитывая эту цель, менеджеры компании разрабатывают специальную политику антикризисного финансового управления при угрозе банкротства.

Реализация политики антикризисного финансового управления предприятием при угрозе банкротства предусматривает следующие меры, предложенные американским ученым, статистиком и консультантом по менеджменту Эдвардом Демингом в книге «Выход из кризиса: Новая парадигма управления людьми, системами и процессами» [5]:

- мониторинг финансового состояния предприятия;
- определение масштабов кризисного состояния предприятия;
- исследование основных факторов, обуславливающих кризисное развитие предприятия;
- формирование системы целей выхода предприятия из кризисного состояния;
- выбор и использование действенных внутренних механизмов финансовой стабилизации предприятия;
- выбор эффективных форм санации предприятия.

В системе антикризисного управления большое значение уделяется широкому использованию внутренних и внешних механизмов стабилизации,

которые позволяют снять угрозу банкротства, избавить предприятие от использования заемного капитала и ускорить темпы экономического роста.

Как утверждает Т.А. Атаева в своей статье «Характеристика основ антикризисного управления предприятием»: «Успешное применение внутренних механизмов финансовой стабилизации позволяет не только снять финансовый стресс угрозы банкротства, но и в значительной мере избавить предприятие от зависимости использования заемного капитала, ускорить темпы его экономического развития» [2]:

– оперативный механизм финансовой стабилизации, основанный на принципе «отсечения лишнего», представляет собой защитную реакцию предприятия на неблагоприятное финансовое развитие и лишен каких-либо наступательных управленческих решений;

– тактический механизм финансовой стабилизации, используя отдельные защитные мероприятия, в преимущественном виде представляет собой наступательную тактику, направленную на перелом неблагоприятных тенденций финансового развития и выход на рубеж финансового равновесия предприятия;

– стратегический механизм финансовой стабилизации представляет собой исключительно наступательную стратегию финансового развития, обеспечивающую оптимизацию необходимых финансовых параметров, подчиненную целям ускорения всего экономического роста предприятия.

В качестве внешних механизмов финансовой стабилизации выступают различные формы санации предприятия. А.Т. Зуб в учебном пособии «Антикризисное управление организацией» раскрывает данное понятие: «Санация представляет собой систему мероприятий по финансовому оздоровлению предприятия, реализуемых с помощью сторонних юридических или физических лиц и направленных на предотвращение объявления предприятия-должника банкротом и его ликвидацию» [6].

Таким образом, по словам профессора И.Т. Балабанова, «механизмы финансовой стабилизации предприятия – это различные мероприятия и способы воздействия на финансовые показатели и финансовую политику конкретной организации с целью ликвидации кризиса, а также повышении платежеспособности и рентабельности предприятия» [3].

В качестве примера предприятий-банкротов выступают мостостроительная фирма «Мостремстрой» в г.Брянск и ООО «Комбинат керамических изделий» в г.Клинцы. Эти компании схожи причинами банкротства, а именно, каждая из них упустили крупные контракты, в следствие чего у них не было достаточного количества средств для дальнейшего функционирования. Если бы на этих предприятиях были проведены такие мероприятия стабилизации, как использование ресурсов для оказания дополнительных услуг населению (перевозка строительных материалов), организация рекламной деятельности, мероприятия по мотивации сотрудников и другие, то данные предприятия имели бы возможность успешно функционировать на современном рынке.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что признаки и причины банкротства необходимо выявлять на ранних стадиях развития данного экономического явления на предприятиях. Тогда будет больше вероятности того, что применение антикризисных мер принесут значимый результат и вернут компании конкурентоспособность.

Список использованных источников:

1. Агарков, С. А. Управление рисками: учебное пособие. / С.А. Агарков. – М.: ТНТ, 2015. – 112 с.

2. Атаева, Т. А. Характеристика основ антикризисного управления предприятием // Теория и практика общественного развития / Т.А. Атаева. – 2014. №17. – С. 55-56.

3. Балабанов, И.Т. Основы финансового менеджмента: Как управлять капиталом? / И.Т. Балабанов. - 2 изд. - М.: Финансы и статистика, 2015. – 382с.

4. Большаков, А. С. Антикризисное управление на предприятии. Финансовый и системный аспекты / А.С. Большаков. - М.: СПбГУП, 2016. – 488с.

5. Деминг, Э. Выход из кризиса: Новая парадигма управления людьми, системами и процессами. / Э. Деминг. - 8-е изд. - М.: Альпина Паблишер, 2016. – 417с.

6. Зуб, А. Т. Антикризисное управление организацией: учебное пособие. / А.Т. Зуб, Е.М. Панина. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА – М, 2014. – 256с.

7. Уткин, Э. А. Справочник кризисного управляющего / Под. ред. Э.А.Уткина — М. — 1999. – 432с.

УДК 338.58.001.26:519.863

Маличенко Ю.М.

ОПТИМИЗАЦИЯ ЗАТРАТ КАК ПРИОРИТЕТНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Мананникова Е.Ю.
ГОУ ВПО ЛНР «Донбасский государственный технический университет», ЛНР, г. Алчевск

Рассмотрена оптимизация затрат, ключевые этапы процесса. Проанализированы модели ее осуществления и приведены современные способы проведения. Предложена универсальная модель оптимизации затрат. Определены наиболее перспективные направления оптимизации расходов и выявлено их влияние на результаты работы предприятия.

Ключевые слова: затраты, эффективность, оптимизация, модели, способы, программа оптимизации.

Активное развитие рыночных отношений побуждает предприятия поддерживать высокий уровень конкурентоспособности и повышать финансовую устойчивость. Актуальными направлениями деятельности, позволяющими обеспечить стабильное положение, для коммерческих организаций выступает максимизация прибыли фирмы и увеличение ее рыночной стоимости. Достичь высокой результативности работы возможно путем использования рациональных способов повышения эффективности

работы в сочетании с процессами сокращения расходов. Выступая одной из неотъемлемых частей данного процесса, оптимизация затрат встречается в практике отечественных компаний крайне редко. Достаточно перспективное направление, не получившее широкой популярности, заслуживает подробного рассмотрения, что позволит подтвердить его полезность для любого предприятия.

Стремление к достижению высоких результатов работы в процессе функционирования и дальнейшему развитию, эффективному осуществлению расходов, предотвращению неоправданных затрат и их снижению реализуется при использовании мероприятий по оптимизации затрат.

При проведении оценки работы фирмы важным объектов являются затраты, отражающие всю совокупность ресурсов, находящихся в распоряжении предприятия на данный момент времени[6, с.55]. Именно эта экономическая категория определяет реальные и потенциальные возможности фирмы. Поэтому одним из главных направлений совершенствования деятельности предприятия выступает оптимизация затрат, объединяя в себе процессы снижения затрат и повышения их эффективности.

Являясь элементом стратегических и тактических планов, оптимизация тщательно обосновывается руководством, определяются основные ее направления, сроки осуществления соответствующих мероприятий и желаемые результаты. Все эти ключевые положения чаще всего оформляются и представляются в виде программы оптимизации, отражающей в конечном итоге потенциально возможный эффект от проведения различных мер и всего комплекса работ в целом.

Оптимизация затрат как процесс представляет собой совокупность взаимосвязанных действий, последовательно реализуемых на пути к эффективному сокращению издержек. Правильная группировка затрат, выступающая целесообразным началом работы в данном направлении, может проводиться несколькими способами. Разделение издержек по структурным подразделениям фирмы позволяет выявить причинно-следственные связи, обуславливающие возникновение тех или иных видов затрат, и в дальнейшем использовать полученную информацию при проведении анализа финансовых результатов деятельности предприятия. Некоторая сложность и неоднозначность таких итогов привела к выбору большинством фирм группировки путем соотнесения затрат с вызывающими их процессами, позволяющей эффективно определить функциональную значимость тех или иных видов расходов в данный момент и в ближайшем будущем. Главным ее достоинством является возможность определения статей затрат, потенциально наиболее перспективных для фирмы и нуждающихся в рациональной оптимизации.

Процесс составления программы оптимизации считается важнейшим и наиболее трудоемким этапом в комплексе действий, ориентированных на проведение оптимизации. Успешно сочетая определение основных направлений деятельности по снижению затрат и повышению их эффективности, она позволяет найти «проблемные зоны» на предприятии,

выявить наиболее капиталоёмкие и ресурсоёмкие структурные подразделения фирмы, акцентируя внимание на важности различных видов издержек для конкретного звена организационной структуры всего предприятия.

Определяет практическую реализуемость процесса на конкретном предприятии описанная в программе оптимизации модель её осуществления. К числу основных моделей исследователи относят всего три: «чистое» снижение затрат, «интенсификацию» затрат и их «фиксацию».

Направленность первой модели на избавление от непроизводительных (чаще всего постоянных) затрат, определяет основное ее преимущество, отражающееся в значительном снижении совокупных издержек фирмы и увеличении показателей рентабельности. Необходимость в задействовании значительного объема финансовых средств, проведении серьезного предварительного анализа затрат и наличие рисков, обусловленных недовольствами со стороны персонала и снижением производительности их труда, определяют ориентированность способов, применяемых в рамках данной модели, на деятельность предприятий, имеющих значительный капитал, крупных компаний и корпораций.

«Интенсификация» затрат предусматривает внедрение новых технологий и инновационных решений, что в конечном итоге приводит к повышению производительности оборудования и финансовых результатов деятельности. Финансовые эффекты, появляющиеся в результате использования данной модели, являются одними из источников для появления других эффектов и обеспечения совокупной экономической эффективности работы фирмы. Наибольшую пользу такой процесс приносит активно развивающимся компаниям, функционирующим на постоянно прогрессирующих и имеющих высокие темпы роста рынках. Применение второй модели целесообразно в случае доступности выхода на неосвоенные ранее рынки сбыта или появления новых потребителей и наличия влиятельных инвесторов, осуществляющих регулярные вложения в фирму, её использующую.

Не влекущее за собой рост затрат увеличение дохода и прибыли предприятия определяет эффективность «фиксации» затрат. Являясь наиболее результативной и оптимальной из всех вышеназванных, данная модель требует увеличения цен на товары, работы, услуги фирмы либо равнозначное уменьшение непроизводительных затрат и повышение производительных[5, с.136]. Сложность проведения подобных изменений для многих фирм обуславливает некоторую ее ограниченность. Однако для «выносливых» компаний, практикующих бережливое производство, польза от приверженности «фиксации» затрат неописуемо велика.

Некоторая ограниченность вышеприведенных моделей требует выработки универсального подхода к проведению оптимизации расходов. Ввиду этого целесообразно предложить управленческую модель, учитывающую распределение ответственности за оптимальность издержек каждого отдельного структурного подразделения компании. Ее использование требует достаточно высокой точности и достоверности информации, получаемой от каждого подразделения, своевременности её предоставления и

обработки. Образование целого отдела персонала, занимающегося подобными вопросами, и обеспечение соответствия их квалификации должностным инструкциям влечет за собой определенные затраты, что в некоторой мере могут посчитать нецелесообразным руководители предприятий. При этом масса полезных следствий применения модели выражается в возможности выявления определенных «узких мест» фирмы, наиболее капиталоемких частей предприятия и наименее эффективно функционирующих подразделений. Эти положительные результаты обусловят её высокую эффективность, использование получаемой информации и итогов анализа для других целей и применимость для большинства предприятий: от среднего бизнеса до крупных корпораций.

В рамках выбранной модели осуществления реализуются конкретные способы проведения оптимизации. Отсутствие в мировой практике четкого деления известных на данный момент способов, используемых в процессе оптимизации затрат, обуславливает обособленность их рассмотрения. Однако, принимая во внимание применимость мероприятий по оптимизации издержек для существующих фирм и прогнозируемые результаты, можно выделить универсальные способы, получившие широкое распространение (повышение ресурсоотдачи, передача отдельных операций на аутсорсинг[3, с.111] и оценка ключевых партнеров и клиентов фирмы), способы, направленные на эффективное взаимодействие с контрагентами (формирование оптимального портфеля заказов контрагентов и внедрение новых форм расчетов с ними) и ориентированные на комплексное повышение эффективности деятельности и снижение затрат (концепция just-in-time и возвратный лизинг[7, с.57]), используемые крупными компаниями и корпорациями.

Среди наиболее перспективных, однако пока не очень распространенных, следует отметить способы оптимизации затрат, связанные с поставками: проведение тендеров[4, с.175] и оптимизацию логистических затрат[1, с.50].

Изучив оптимизацию затрат как процесс, следует подчеркнуть ее приоритетность для абсолютно любой фирмы и важную роль при разработке тактических и стратегических планов. Составление рациональной программы оптимизации и выбор модели её осуществления в соответствии со спецификой деятельности непосредственно отражаются на эффективности действий, направленных на реализацию процесса.

Успешное проведение мероприятий, запланированных в рамках процесса оптимизации затрат, предоставит возможность рационализировать процесс хозяйствования, снизить вероятность появления рисков, в том числе риска убытков, позволит предприятию стать более конкурентоспособным на рынке товаров и услуг, обеспечит его устойчивое положение и стабильно высокие темпы развития в перспективе.

Список использованных источников:

1. Белозерцева, Н.П. Методы оптимизации логистических затрат / Н.П. Белозерцева, А.В Локша, Н.И Петрова // Азимут научных исследований: экономика и управление. - 2017. - Т.6. № 4(21). - С. 50-53.

2. Горфинкель, В.Я. Экономика предприятия: учебник / В.Я. Горфинкель.

- М.: ЮНИТИ, 2016. - 663 с.

3. Кизян, Н.Г. Направления развития предприятия в условиях кризиса / Н.Г. Кизян, Е.В. Мелякова // Проблемы современной экономики. - 2015. - № 5. - С. 110-112.

4. Никитина, Н.В. Тендер как способ оптимизации затрат предприятия / Н.В. Никитина, В.А. Кузнецова //Актуальные задачи авиации и космонавтики. Социально-экономические и гуманитарные науки. - 2014. - С. 175-176.

5. Сысо, Т.Н. Оптимизация управления затратами предприятия / Т.Н. Сысо //Вестник Омского университета. Серия «Экономика». - 2011. - № 4. - С. 135-143.

6. Халоал, Ф.А. Сущность затрат как экономической и учетно-аналитической категории / П. С. Мазаева // Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія: Економіка. - 2015. - № 1(8). - С. 55-60.

7. Шимко, Е.В. Перспективные направления снижения затрат машиностроительного предприятия в условиях финансового кризиса / Е.В. Шимко, Е.А. Подгора, С.В. Гавриляк // Сборник научных трудов по итогам международного экономического форума. - 2012. - № 1. - С. 57-59.

УДК 338.512

Мальченко Ю.С.

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ В ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Матюшкина И.А.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
iulia.rubeko@yandex.ru

В настоящее время одним из важных факторов, определяющих эффективность функционирования торговой организации является уровень сформированности системы управления затратами. В статье рассмотрено понятие «управление затратами», задачи формирования эффективной системы управления затратами. Кроме того, акцент сделан на системе сбалансированных показателей как одном из наиболее актуальных методов управления затратами.

Ключевые слова: затраты, управление затратами, торговая организация, управленческий учет, эффективность хозяйственной деятельности.

Управление затратами представляет собой интегрированную систему учета затрат, их нормирования, планирования, контроля и анализа, предоставляющая информацию для оперативных управленческих решений и координации решения проблем будущего развития предприятия. Эффективное управление затратами на разных уровнях направлена на обеспечение системы управленческого учета, которая представляет собой системное, комплексное исследование затрат в организации.

Управленческий уровень учета затрат организации дает представление о внутренних проблемах организации: измерение затрат, объемы и стоимость использования хозяйственных ресурсов, качество продукции, ее

конкурентоспособность, цена все это влияет на конечный финансовый результат [3].

Формирование иерархической системы управления затратами организации объясняется необходимостью решения комплекса взаимосвязанных между собой задач:

- определение влияния системы управления затратами на эффективность хозяйствования;
- анализ ресурсных возможностей повышения объема производства при более эффективном использовании трудовых ресурсов, предметов труда и средств труда;
- оценка возможных результатов производства и реализации продукции и путей ускорения процессов производства и реализации;
- разработка стратегии управления затратами по отклонениям, по центрам затрат, ответственности;
- определение политики ценообразования [4].

Изучение теоретической литературы по вопросам управления затратами позволяет сделать вывод, что существует большое число различных подходов к классификации методов управления и учета затрат.

Одним из наиболее актуальных методов управления затратами организации является система сбалансированных показателей.

Сбалансированная система показателей может быть эффективна в оценке системы управления затратами, так как имеет комплексный подход к решению проблемы [5]. Она имеет в своем составе четыре перспективы: финансовую, потребительскую, внутренних бизнес процессов и обучения. Ее внедрение на предприятии должно проходить в несколько этапов, некоторые их низ могут осуществляться параллельно. Общие цели, которые ставят предприятия, внедряющие такую систему:

1) финансовая составляющая: (снизить издержки предприятия; повысить доходность предприятия);

2) клиентская составляющая: (привлечь новых клиентов; удержать старых клиентов; повысить удовлетворенность потребителей);

3) внутренние бизнес-процессы: (разработать новые продукты и технологии; разработать новые и усовершенствовать старые методы работы с потребностями клиентов; повысить эффективность производства и реализации продукции; уменьшить ресурсоемкость и энергоемкость производства; модернизировать производство и обновить оборудование);

4) обучение и развитие персонала: (обеспечить удовлетворенность сотрудников; обучить сотрудников новым технологиям и работе с оборудованием) [2].

Показатели эффективности работы предприятия связаны с целями, измеримы и определяются для каждой подсистемы, при разработки данной системы для подсистемы управления затратами сюда войдут показатели наиболее четко характеризующие систему управления затратами.

После того, как сформулированы ключевые цели и определены критерии их достижения, необходимо составить счетную карту, чтобы оцифровать все

показатели. С помощью счетной карты можно точно определить, каких результатов предприятие хочет добиться в результате внедрения системы сбалансированных показателей и реализации на практике выбранного метода управления затратами. Кроме того, она наглядно показывает, какие действия необходимо предпринимать для ее реализации.

В настоящее время российские ученые разработали ряд моделей по адаптации системы сбалансированных показателей для нашей страны. Ивашкевич А.С. предлагает добавлять к используемым индикаторам, дополнительные, Шабалина М.В. рассматривает вариант адаптации данной системы путем объединения различных подходов. Зайков Д.В. добавляет дополнительные перспективы, отражающие цели и задачи рассматриваемых предприятий [1].

Таким образом можно сказать, что грамотно выстроенная политика управления затратами в условиях экономических спадов, ценовых колебаний, конкуренции и возрастающих требований клиентов к готовой продукции становится особенно важной задачей, от решения которой зависит результат хозяйственной деятельности торговой организации.

Список использованных источников:

1. Александрова, С.И. Прогрессивные методы управления затратами и пути их применения в российской практике / С.И. Александрова // Символ науки. - 2015. - № 4. - С. 56-59.

2. Балгужин, Д.М. Особенности управления затратами торговых предприятий / Д.М. Балгужин, Г.В. Федотова // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. - 2016. - № 2 (7). - С. 34-36.

3. Гомонко, Э.А. Управление затратами на предприятии: учебное пособие / Э.А. Гомонко, Т.Ф. Тарасова. – М.: Кнорус, 2017. – 320 с.

4. Коломеец, Е.А. Оценка эффективности системы управления затратами / Е.А. Коломеец // Наука и производство Урала. - 2017. - № 11. - С. 165-169.

5. Матюшкина, И.А. Проблемы и перспективы развития рынка транспортных услуг в современных условиях / И.А. Матюшкина, С.А. Ситник // Экономика и предпринимательство. – 2017. - №2-2 (79). С. 467-471.

УДК 338.45

Матлаш Е.В.

ПОНЯТИЕ ПРОИЗВОДСТВА И ФОРМИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СТРАТЕГИИ

Научный руководитель: д.э.н., доц. Бабич О.В.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
matlash1209@icloud.com

Современное производство представляет собой сложный процесс превращения сырья, материалов, полуфабрикатов, предметов труда в готовую продукцию, удовлетворяющую потребности общества. Для управления процессом создания необходимых для потребителей продуктов и услуг на предприятии необходимо формирование производственной стратегии.

Ключевые слова: управление, управление производством, производственная стратегия.

Производственная стратегия - это подсистема корпоративной стратегии, представленная в виде долгосрочной программы конкретных действий по созданию и реализации продукта организации; подсистема предусматривает использование и развитие всех производственных мощностей организации в целях достижения стратегического конкурентного преимущества.

Для многих организаций, в частности для промышленных компаний, производство того или иного продукта, как правило, является наиболее сложной и масштабной деятельностью. Поэтому для таких организаций (и особенно для российских промышленных предприятий) адекватной структурой деятельности «оказывается» та, в которой производство является главным компонентом. Производственная деятельность самым тесным образом связана со всеми другими основными видами деятельности организации: финансовой деятельностью, маркетингом, деятельностью службы персонала и т.д.

Производственная стратегия сложно взаимосвязана со всеми другими стратегиями основных подсистем организации, представляющими элементы ее внутренней деятельности. А, кроме того, стратегия развития производства завязана и на множество факторов внешней среды организации.

Следовательно, конечная эффективность производственной стратегии обусловлена не только ее собственным содержанием, но и тем, насколько комплексно и органично взаимосвязана со всеми другими специализированными стратегиями организации [1].

Системное взаимодействие с различными специализированными подразделениями организации необходимо и для качественной разработки производственной стратегии. Так специалисты по маркетингу должны обеспечивать разработчиков производственной стратегии информацией и о реализации продукта, и о его сбыте на соответствующих рынках; технологи должны сообщать о новинках и всех других значимых изменениях на рынке технологий и т.д.

Ведущий элемент производственной стратегии, так же как и любой другой специализированной стратегии, - это ее особые стратегические цели.

При правильно поставленном процессе разработки корпоративной стратегии система целей производственной стратегии должна логически вытекать из министратегии организации, а если говорить более конкретно, то из определенных основных стратегических целей 1-го уровня. И при этом система целей производственной стратегии формирует свою особую производственную ветвь общего дерева стратегических целей организации.

Постановка целей производственной стратегии осуществляется в соответствии с определенными критериями. Чаще всего в качестве них берутся следующие четыре:

1) затраты на производство продукта;
2) качество производства;
3) качество производственных поставок;

4) соответствие производства спросу, или так называемая «гибкость по спросу».

При системной оценке производственных затрат как для стратегических, так и для тактических целей обычно используют показатели: удельные затраты живого труда и материалов; фондоотдача; оборачиваемость товарных запасов; а также интегральный показатель - себестоимость производства единицы продукта.

Качество, как правило, оценивают: по процентному соотношению дефектов конечного продукта и/или по показателю отклонений от системного стандарта производства; по проценту брака: по ресурсу гарантированного функционирования продукта (например, периоды времени между поломками или профилактическими ремонтами); по показателям издержек на повышение качества и т.д.

Качество производственных поставок обычно оценивают по процентному соотношению поставок, сделанных точно в срок: по различным показателям задержек и срывов поставок; по показателям финансовых потерь за нарушение сроков и других условий доставки продукта.

Гибкость производства по спросу на его конечный продукт может оцениваться: по широте ассортиментного ряда конкретных продуктов-товаров; в абсолютных (объемных) и относительных показателях обновляемости как ассортимента продуктовых групп, так и их внутреннего ассортимента; по скорости обновления продукта и т.д.

Особое предметное содержание производственной стратегии раскрывается в ее основных позициях [3]:

Основные стратегические решения по производству, которые надо принять на заданную стратегическую перспективу.

Формулировка и обоснование различных возможных вариантов основных стратегических решений по производству.

Доработка принятых основных стратегических целей по производству до уровня конкретных стратегических указаний.

Разработка по каждому стратегическому указанию адекватного набора конкретных действий и мероприятий.

Системное сведение мероприятий и действий по каждой позиции в целостную производственную стратегию как органичную программу соответствующих конкретных действий.

Краткое описание и некоторые рекомендации по основным позициям производственной стратегии:

1. Производственные мощности

Решения по развитию производственных мощностей являются классическими стратегическими решениями. Причем ключевой момент таких решений - это специализация или фокусирование мощностей.

Специализация и оптимизация производственных мощностей зависят от многих факторов. Например, мощности могут быть сфокусированы по географическому признаку, по группам продуктов или фактору технологии, по объему производства, в зависимости от стадии жизненного цикла продукта и т.д.

Конкретные стратегические решения по фокусированию должны приниматься с учетом специфики данного производства и особенностей конкретной бизнес-ситуации.

2. Вертикальная интеграция

У производственных менеджеров всегда существует так называемая «тяга» к вертикальной интеграции. И это понятно: вертикальная интеграция расширяет сферу их непосредственного, т.е. внутреннего, контроля над замкнутой производственной цепочкой.

Но принятие правильных решений по вертикальной интеграции возможно только с учетом многих факторов и критериев. Не вдаваясь подробно в их изложение, тем не менее, необходимо подчеркнуть два следующих момента:

Организация, принимающая стратегическое решение по вертикальной интеграции, должна быть уверена, что она сможет создать такой внутренний механизм, который будет эффективнее, чем соответствующий замещаемый механизм рынка [5].

Всегда следует помнить, что реально эффективность любой производственной цепочки определяется не собственностью, а эффективностью координации и качеством соответствующего менеджмента.

3. Технологические процессы

В современных условиях практически все значимые решения по технологии требуют специального стратегического анализа. Причем при обосновании принятия стратегических решений связанных с технологией, тоже необходимо учитывать множество разных факторов.

Кроме того, очень важно создать ситуацию, когда мнение специалистов-технологов не является безусловно доминирующим. При принятии стратегических решений по использованию новых технологий позиции, например, маркетологов или финансистов должны на равных учитываться с позицией технологов.

4. Масштаб производства традиционных продуктов

При принятии стратегических решений по масштабам производства традиционных продуктов к ключевым позициям относятся: оценки будущего спроса, информация о стадиях жизненного цикла соответствующих рынков и данные по главным конкурентам.

5. Масштаб производства новых продуктов

Решение по новым продуктам в обязательном порядке требует специального стратегического анализа. Кроме того, каждый новый продукт следует сначала в небольших объемах апробировать на рынке.

6. Использование производственного персонала

Для любого современного производства, функционирующего в нормальных рыночных условиях, человеческий фактор является решающим. В стратегической перспективе значение данного фактора будет только возрастать. Поэтому стратегические решения по производственному персоналу в обязательном порядке нуждаются в целевом стратегическом анализе и специальных обоснованиях.

7. Управление качеством производства

Качество продукта существенно зависит от системного качества его производства. Качество- это не только важнейшая характеристика потребительских свойств товара, но зачастую оно является и главным критерием восприимчивости продукта тем или иным конкретным рынком. Поэтому любое стратегическое решение по управлению качеством производства всегда имеет особое значение.

8. Производственная инфраструктура

Никакое производство невозможно без соответствующей инфраструктуры. Как правило, издержки на ее поддержание являются значительными и почти всегда содержат серьезные резервы экономии.

Следовательно, стратегические решения по развитию производственной инфраструктуры всегда надо рассматривать как реально значимый фактор обеспечения конечной эффективности производства.

9. Взаимоотношения с поставщиками и другими партнерами по кооперации

Значение представляется достаточно очевидным. Особенность данной позиции состоит в возможности выбора и развития одного из двух альтернативных подходов: конкурентного или кооперативного [2].

Конкурентный, или американский, подход предполагает множественность конкурирующих между собой источников по одному и тому же элементу производственной коопераций.

Кооперативный, или японский, подход предполагает долгосрочные стабильные отношения с ограниченным кругом партнеров по кооперации, которые основываются на взаимной зависимости и доверии.

10. Управление производством

Стратегические решения по данной позиции касаются развития производственного менеджмента как особой подсистемы общей системы управления организации.

Таким образом, в отличие от 9 предшествующих позиций, решения, по которым обеспечивают развитие производства как объекта управления, решения по данной позиции должны развивать именно управляющую систему, т.е. субъект управления [4].

В таком контексте становится очевидным, что качество решений по объекту управления существенно зависит от качества соответствующего субъекта управления. А качество субъекта управления - производственного менеджмента - существенно зависит от ключевых решений по его собственному развитию [5].

Цели и стратегические указания производственной стратегии, с одной стороны, должны соответствовать общим требованиям, которые предъявляются к стратегическим целям и стратегическим указаниям. С другой стороны, они обязаны адекватным образом раскрывать предметную специфику именно производственной стратегии.

Список использованных источников:

1. Бабич, О.В. Инновационная составляющая развития производственного потенциала региона / О.В. Бабич, Т.Г. Пусь // Экономика и

предпринимательство. – 2017. - №8 (ч.3) (85-3). – С. 329-332.

2. Донцова, Л.В. Анализ эффективности производственно-хозяйственной деятельности организации / Л.В. Донцова // Экономист. - 2015. - № 5. - с. 33-37.

3. Казанцев, А.К. Основы производственного менеджмента: учеб. пособие / А.К. Казанцев, Л.С. Серова. – М: ИНФРА – М, 2014. – 348 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. Материалы международной научно-практической конференции. - 2017. - С. 254-260.

5. Babich, O.V. Innovative Process Management Model Given the Dynamic Capabilities of an Industrial Enterprise / O.V. Babich, L.S. Mityuchenko, I.G. Chernyshova // 31st International Business Information Management Association Conference (IBIMA): 25-26 April 2018, Milan, Italy. – P. 6557-6565.

УДК 338.47

Михолап Е.В.,
Виноградова Е.Д.,
Плескач В.О.

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ НА ПРИМЕРЕ ДУП «АВТОБУСНЫЙ ПАРК №2 Г. ЛИДА»

Научный руководитель: Нарушевич Г.Г.
Гродненский Государственный университет имени Янки Купалы,
Республика Беларусь, г. Гродно

В данной статье рассмотрены показатели, характеризующие эффективность работы транспортной организации филиала «Автобусного парка №2 г. Лиды». Анализ эффективности использования основных средств позволяет определить, как повлияло состояние основных фондов на производительность труда, какова их динамика и степень загрузки, насколько экономически оправданными будут дополнительные вложения. Сформулированы предложения по реализации более эффективного использования основных средств в ДУП «Автобусный парк г. Лида».

Ключевые слова: учет, транспорт, основные средства.

Под основными фондами понимается совокупность материально-технических ценностей производственного и непроизводственного назначения, функционирующих и развивающихся в отрасли, необходимых для рационального выполнения производственных функций обслуживания населения, создания условий для высокопроизводительного труда работников.

При рассмотрении деятельности транспортной организации важную роль играет анализ состава основных средств. Именно полученные при анализе данные определяют уровень развития технической базы и оснащенности автобусного парка, а также сложившееся соотношение отдельных групп основных фондов, позволяют определить дальнейшие мероприятия по усовершенствованию структуры основных средств, оптимизируют

хозяйственную деятельность автобусного парка в целом. Структура основных фондов на автотранспортных предприятиях является разнообразной. Она зависит от количественного и качественного составов автомобильного парка, наличия производственных помещений для обслуживания и ремонта автомобилей, обеспеченности оборудованием и уровня организации.

Филиал «Автобусный парк №2 г. Лида» ОАО «Гродноблавтотранс» совершает перевозки пассажиров в городском, пригородном, междугороднем и международном сообщении, а также грузовые перевозки. Населению и организациям предоставляются услуги по разовым заказам на условиях почасовой оплаты в области пассажирских перевозок, по размещению рекламы, гарантийному ремонту автомобилей семейства МАЗ, государственному техническому осмотру всех видов транспорта, мойке транспортных средств [1].

Важным показателем для оценки деятельности автобусного парка служит количество выполненных рейсов по разным направлениям (табл. 1).

Таблица 1 - Динамика выполнения рейсов «АП №2 г. Лида» в 2017-2018 гг.

Вид перевозок	Количество выполненных рейсов		Темп роста, %
	2017г.	2018г.	
Город	341018	320502	94
Пригород	41566	41960	101
Межгород	7608	7232	95
Международные	44	238	540
Итого:	390192	369932	95

Таким образом, за 2018 г. количество рейсов в пригород выросло на 1%, темп роста международных рейсов равен 540%, что свидетельствует об эффективной работе филиала в сфере международных перевозок. Однако в целом в 2018г. выполнение рейсов по автохозяйству по сравнению с 2017г. снизилось на 5%, при этом объём оказанных не уменьшился.

Рассмотрим динамику объёма пассажирооборота и грузооборота (табл. 2).

Таблица 2 - Динамика объема перевозок «АП №2 г. Лида» в 2017-2018 гг.

Вид перевозок	Пассажиры, тыс.			Пасс/км, тыс.		
	2017г.	2018г.	Темп роста,%	2017г.	2018г.	Темп роста,%
Город	22228,8	19795	89,1	86634,1	80020	92,4
Пригород	962,6	965,8	100,3	13759,7	13182,4	95,8
Межгород	238,4	212,7	89,2	18875,1	16109,2	85,3
Международные	2,5	3,4	136	238,3	331,1	138,9
Почасовые	33,5	24,4	72,8	2616,1	2298,8	87,9
Итого:	23465,8	21001,3	89,5	122123,3	111941,5	91,7
	Перевезено груза, тыс. т.			Грузооборот, тыс. т/км.		
	2017г.	2018г.	%	2017г.	2018г.	
Итого:	119,6	94,8	79,3	2443,1	2479,7	101,5

За 2018 г. объем перевозок по сравнению с 2017г. снизился в общем на 2464,5 тыс. пассажиров, или на 10181,8 тыс. пасс/км., грузооборот вырос лишь на 1,5%, что также сказалось на динамике объема оказанных транспортных услуг.

Важными показателями для анализа эффективности использования основных средств являются показатели фондоотдачи, фондоёмкости, фондовооружённости и технической вооружённости труда, которые рассчитываются исходя из основных показателей деятельности автобусного парка. Однако при сравнении показателей, полученных в разное время, для исключения влияния, оказываемого на эти показатели изменением цен, представим их в сопоставимых ценах в таблице 3.

Таблица 3 – Основные показатели деятельности «АП №2 г.Лида» за 2017-2018гг.

Показатель	Годы		Отклонение,+/-
	2017	2018	
Объем оказанных услуг в действующих ценах, тыс. р.	1 209 604,6	1 308 581,9	98 977,30
Объем оказанных услуг в сопоставимых ценах, тыс. р.	1 209 604,6	1 247 456,53	37 851,93
Среднегодовая стоимость ОС, тыс. р.	6 348 336,9	6 348 847,30	510,40
Среднегодовая стоимость ОС в сопоставимых ценах, тыс. р.	6 348 336,9	6 052 285,32	-296 051,58
В том числе активной части, тыс. р.	329 670,80	1 154 645,5	824 974,70
В том числе активной части сопоставимых ценах, тыс. р.	329 670,80	1 100 710,67	771 039,88
Индекс цен	-	1, 049	-
Среднесписочная численность работающих ППП, чел	155	146	-9

Объём оказанных услуг вырос на 3,1% или на 37 851,93 тыс. р., хотя объём перевозок пассажиров и грузов в 2018г сократился на 1,5%.

Обобщающим показателем использования основных средств, которыми владеет автобусный парк, является фондоотдача (ФО), уровень которой определяется как отношение годового объема оказанных транспортных услуг (дохода) к среднегодовой стоимости основных средств, используемых при производстве этих услуг:

$$ФО = \frac{Д}{ОС},$$

где Д- годовой объем оказанных транспортных услуг (доход), р.,

ОС- среднегодовая стоимость основных средств, р.

$$ФО_{2017} = \frac{1\,209\,604{,}6}{6\,348\,336{,}9} = 0{,}19\ ,\ ФО_{2018} = \frac{1\,247\,456{,}5}{6\,052\,285{,}3} = 0{,}206.$$

Преобладающей частью стоимости основных средств в транспортных организациях является стоимость автомобилей, т.е. активная часть основных средств, эксплуатация которых непосредственно определяет объем транспортных услуг.

$$ФОа = \frac{Д}{ОСа},$$

где ФОа- фондоотдача активной части,

ОСа - стоимость активной части основных средств, р.

$$ФОа_{2017} = \frac{1\,209\,604{,}6}{329\,670{,}8} = 3{,}667, ФОа_{2018} = \frac{1\,247\,456{,}5}{1\,100\,710{,}6} = 1{,}133.$$

Механовооруженность труда (МВ) - показатель, характеризующий стоимость активной части основных средств, приходящихся на одного работника:

$$\text{МВ} = \frac{\text{ОСа}}{N\text{ср}},$$

где Nср - среднесписочная численность работающих в автобусном парке за отчетный период.

$$\text{МВ}_{2017} = \frac{329\,670{,}8}{155} = 2{,}126{,}9\ \frac{\text{тыс. р.}}{\text{чел}},\ \text{МВ}_{2018} = \frac{1\,100\,710{,}6}{146} = 7\,539{,}1\ \frac{\text{тыс. р.}}{\text{чел}}.$$

Обратной величиной фондоотдачи является фондоёмкость. Показатель фондоёмкости (ФЕ) транспортной продукции - это доля стоимости основных средств, приходящаяся на рубль оказанных транспортных услуг:

$$\text{ФЕ} = \frac{\text{ОС}}{\text{Д}}.$$

$$\text{ФЕ}_{2017} = \frac{6\,348\,336{,}9}{1\,209\,604{,}6} = 5{,}24, \text{ФЕ}_{2018} = \frac{6\,052\,285{,}3}{1\,247\,456{,}5} = 4{,}85.$$

Фондовооужённость труда (ФВ) характеризует степень оснащенности каждого работника основными средствами:

$$\text{ФВ} = \frac{\text{ОС}}{\text{Nср}}.$$

$$\text{ФВ}_{2017} = \frac{6\,348\,336{,}9}{155} = 40\,957\ \frac{\text{тыс. р.}}{\text{чел}}, \text{ФВ}_{2018} = \frac{6\,052\,285{,}3}{146} = 41\,454\ \frac{\text{тыс. р.}}{\text{чел}}.$$

Среднегодовая выработка одного работника (СрВ) определяет объем услуг, оказанных одним работником, за год :

$$\text{СрВ} = \frac{\text{Д}}{\text{Nср}}.$$

$$\text{СрВ}_{2017} = \frac{1\,209604{,}6}{155} = 7\,803{,}9\frac{\text{тыс. р.}}{\text{чел}}, \text{СрВ}_{2018} = \frac{1\,247\,456{,}5}{146} = 8\,544{,}2\frac{\text{тыс. р.}}{\text{чел}}.$$

Таким образом, рассчитанные показатели представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Показатели эффективности использования основных средств в «АП № 2 г. Лида» за 2017-2018 гг. и их динамика.

Показатель	Годы		Отклонение,+/-	Темп роста, %
	2017	2018		
Фондоотдача ОС	0,190	0,206	0,16	108,4211
Фондоотдача активной части ОС	3,667	1,133	-2,554	30,89719
Фондоёмкость ОС	5,24	4,85	-0,39	92,55725
Фондовооружённость труда работающих, тыс. р./чел.	40 957	41 454	497	101,2135
Механовооружённость труда, тыс. р./чел.	2 126,91	7 539,11	5 412,21	354,463
Среднегодовая выработка одного работника, тыс. р./чел.	7 803,9	8 544,22	740,32	109,4865

В 2017г. коэффициент фондоотдачи составил 0,19, т.е. на каждый вложенный рубль в основные средства автобусный парк получил 0,19 р. дохода. В 2018г. этот показатель составил 0,206 и увеличился на 8,4%, т.е. автобусный парк получил на 0,16 р. дохода больше на каждый вложенный рубль в основные средства по сравнению с 2017г.

Коэффициент фондоотдачи активной части в 2017г. составил 3,667, означая, что на каждый вложенный рубль в транспортные средства автобусный парк получил 3,667 р. дохода. В 2018г. доход от каждого вложенного рубля в транспортные средства составил 1,133 р.

Коэффициент фондоёмкости в 2017г. составил 5,24, т.е. на каждый рубль оказанных услуг приходится 5,24р. стоимости основные средства. В 2018г. этот показатель составил 4,85. Фондоёмкость автобусного парка снизилась на 7,44%, или на 0,39р. сократились затраты на основные средства на каждый рубль оказанных услуг. Это указывает на то, что основные средства стали использоваться рациональнее, появилась положительная тенденция в развитии автобусного парка.

В 2017г. фондовооружённость автобусного парка составила 40 957 тыс.р., т.е. такой стоимостью основных средств располагает в процессе оказания услуг один работник. В 2018г. этот показатель составил 41 454 тыс. р. в сопоставимых ценах, и увеличился на 1,2%; или один работник в процессе оказания услуг стал располагать на 497 тыс. р. стоимости основных средств больше.

Механовооруженность труда в 2017г. составила 2 126,91 тыс. р., т.е. столько рублей, вложенных в технические средства (активную часть), приходится на одного работника. Механовооруженность труда в 2018г. составила 7 539,11 тыс. р. и по сравнению с 2017г увеличилась на 254,4%. Это значит, что на 5 412,21 тыс. р. увеличились вложения в технические средства, приходящиеся на одного работника.

Среднегодовая выработка одного работника в 2018г. составила 8 544,22 тыс. р., что на 9,4% выше, чем в 2017г. Это значит, что в 2018г. один среднесписочных работник оказывал услуг на 740,32 тыс. р. больше, чем в прошлом году.

Таким образом, в ДУП «Автобусный парк №2» г. Лида фондоёмкость основных средств за 2018г. сократилась, а фондоотдача возросла - основные средства стали использоваться более рационально. Также рост фондовооружёности труда сопровождается ростом среднегодовой выработки, при этом темпы роста среднегодовой выработки выше темпов рост одного работника фондовооружённости труда, что является положительной тенденцией.

Исходя из проведенного анализа, предлагается система мероприятий по реализации эффективного использования основных средств в автобусном парке:

- работа автобусного парка должна быть построена таким образом, чтобы как можно оперативнее получать необходимую информацию по основным средствам;
- необходимо стремиться к повышению уровня показателя фондоотдачи, а

также дальнейшему поиску резервов его роста, т.к. он способствует эффективному использованию основных средств, снижению себестоимости перевозок, а, следовательно, повышению прибыли;

•необходимо оценивать влияние внедрения мероприятий научно-технического прогресса на фондоотдачу, т.е. изучать, как отразились на ее изменения не только рост объема перевозок, но и стоимость основных средств.

Список использованных источников:

1. Общие сведения предприятия [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://ap2.by/index.html – Дата доступа: 15.04.2019

2. Касьянова, Г. Ю. Основные средства: бухгалтерский и налоговый учет / Г. Ю. Касьянова. — М.: АБАК, 2015. — 256 с.

УДК 339.542.2

Низамова О.В.

ОСОБЕННОСТИ ДОКУМЕНТАЛЬНОГО ОФОРМЛЕНИЯ ЭКСПОРТА ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Н.Ф. Горбач
Белорусский государственный экономический университет,
Беларусь, г. Минск
nizamova.olga@mail.ru

В статье раскрыто содержание основных форм документов, отражающих информацию о международных грузоперевозках автомобильным транспортом.

Ключевые слова: транспортные услуги, международные грузоперевозки, экспорт, документальное оформление, Республика Беларусь.

На организацию учета внешнеэкономической деятельности оказывают влияние особенности оформления экспортно-импортных операций, порядок и формы расчетов между участниками внешнеторговых контрактов.

При рассмотрении экспортных операции, то есть убытия товаров с таможенной территории, следует отметить, что данная процедура допускается только с разрешения таможенного органа. Данное разрешение выдается таможенным органом лицу, предъявившему товары к таможенному оформлению для получения такого разрешения.

Форма и порядок выдачи разрешения на убытие товаров с таможенной территории определяются Государственным таможенным комитетом Республики Беларусь.

Товары, на которые было выдано разрешение таможенного органа на экспорт товаров с таможенной территории, должны покинуть пункт вывоза незамедлительно после выдачи такого разрешения.

Для того чтобы получить данное разрешение от таможенного органа, перевозчик обязан предоставить таможенному органу документы, перечень которых определен п. 1, ст. 56 Таможенного кодекса Республики Беларусь от 04.01.2007 г. № 204-З. Необходимый перечень документов, необходимый для предоставления таможенному органу, зависит от вида транспорта, на котором

осуществляется международная перевозка [5].

Перевозчик имеет право предоставить документы или часть документов в электронном виде в соответствии с Таможенным кодексом Республики Беларусь. Формы таких электронных документов утверждаются Правительством Республики Беларусь.

Порядок учета экспортных операций зависит от порядка реализации товаров (самой организацией или через посредника), а также от порядка оплаты за реализуемые товары. Оплата экспортных товаров может осуществляться за наличные, на условиях кредита или в виде бартерной сделки.

Реализуя транспортные услуги нерезидентам, субъекты хозяйствования документы оформляют в особом порядке и отличном от оформления таких сделок внутри страны.

При оформлении транспортных услуг, документацию можно условно разделить на следующие группы:

— документация, непосредственно связанная с оформлением оказания транспортных услуг;

— товарно-сопроводительная документация.

При оказании транспортных услуг необходимо составить документы, которые регулируют порядок оказания услуг и которые подтверждают факт оказания услуг.

1) Договор оказания транспортных услуг (контракт).

Для целей учета и контроля на каждый договор открывается специальная карточка с отражением в ней наименования покупателя, даты заключения договора, наименований поставляемых ценностей, даты отгрузки партий грузов, пунктов их прохождения по маршруту к покупателю и других показателей. В условиях использования ЭВМ (ПЭВМ) вместо карточек составляются соответствующие машинограммы, в которых содержится информация о выполнении заключенных договоров и движении каждой отправленной партии грузов вплоть до сдачи ее покупателю.

Прежде всего, в контракте содержится информация о том, между кем он составляется. Договор делят на отдельные главы (части), их количество может быть различным.

Например, контракт на совершение внешнеторговой сделки может содержать 10 частей. В них описан предмет договора, общие положения, планирование перевозок, обязанности сторон, расчеты, ответственность сторон, арбитраж, форс-мажор, срок действия договора, а также юридические адреса и банковские реквизиты обеих сторон. Договор заверяется подписями и печатями.

Может быть составлена спецификация к договору, которая является неотъемлемой частью договора и характеризует предмет договора и особенности оказания услуг, не описанных в контракте.

2) CMR (международная транспортная накладная), содержит информацию о перевозимых товарах и об отметках отгрузки и получения товара.

Перечень сведений, которые указываются в CMR-накладной, определен статьей 6 Конвенции от 19.05.1956 г. «О договоре международной перевозки

грузов» [1]. С учетом требований Конвенции постановлением Министерства транспорта и коммуникаций Республики Беларусь от 24.06.2004 г. № 23 утверждена Инструкция по заполнению международной товарно-транспортной накладной [3].

Отправитель груза выписывает CMR-накладную не менее чем на четырех страницах:

первая страница — для отправителя (данная страница ему необходима для подтверждения факта отправки груза и расчетов);

вторая страница — для получателя (сдается водителем (экспедитором) получателю и предназначается для подтверждения факта получения (доставки) груза);

третья страница — для перевозчика (прилагается к путевому листу и служит основанием для учета оказанных транспортных услуг и начисления заработной платы водителю);

четвертая страница используется и служит основанием для расчетов (перевозчик прилагает ее к счету за перевозку и высылает заказчику-плательщику перевозки).

Следует отметить, что вторая, третья и четвертая страницы в обязательном порядке должны быть заверены подписями и печатями отправителя, а также подписями представителя перевозчика (водителя, экспедитора).

Данное количество страниц является минимальным. Дополнительные страницы международной товарно-транспортной накладной предназначаются для таможенных и других органов.

3) Транспортный заказ (заявка), содержащий описание условий и особенностей конкретной перевозки и рассматривающийся в совокупности с договором.

4) Акт выполненных работ, в котором отражается информация о выполнении грузоперевозки согласно транспортного заказа. За выполненную услугу заказчику необходимо оплатить работу экспедитора.

5) Протокол согласования свободных отпускных цен на товары (продукцию) оформляется вместе с актом выполненных работ.

В этих документах заполняются юридические адреса, учетные номера плательщиков, расчетные счета обеих сторон, указывается наименование работы, например, грузоперевозка. Указывается маршрут, по которому осуществляется перевозка, наименование груза, стоимость с и без НДС, ставка и сумма НДС. В акте выполненных услуг прописано, что стороны претензий не имеют, указана сумма к оплате. На протоколе, в верхней части документа, и на акте, в нижней части, проставлены печати обеих сторон.

6) Электронный счет-фактура по НДС, оформленный в соответствии с Налоговым кодексом Республики Беларусь [2].

7) Документы, которые предусмотрены к оформлению страной-получателем экспортных услуг. Примером может служить инвойс (счет-фактура), который необходим для отражения хозяйственных операций в других странах и является там первичным учетным документом. Инвойс содержит наименование и адреса продавца и покупателя; дату и номер заказа покупателя;

описание проданного товара; сведения об упаковке; точные обозначения и номера, указанные на упаковке; цену товара; условия поставки и платежа. Фактурная цена указывается согласно условиям договора.

8) Упаковочный лист составляется при загрузке товара. Это список позиций груза с указанием номеров мест, в которые они упакованы, и веса каждого места. Упаковочный лист — грузосопроводительный документ, который является дополнением к счету-фактуре.

9) В целях контроля таможенных органов при прохождении товаров через границы государств составляется книжка МДП (TIR) — международный документ таможенного транзита.

10) Путевой лист, однако с 26.02.2018 г. отменено оформление путевых листов при выполнении автомобильных перевозок транспортными организациями, согласно Декрета Президента Республики Беларусь от 23.11.2017 г., № 7 [4].

Таким образом, при оформлении экспортных операций необходимо гораздо больше документов в отличие от операций внутри страны. Такое количество документов требует больших затрат информации и времени, что может приводить к ошибкам и человеческому фактору при их составлении, но при этом они также защищают весь процесс реализации товаров, начиная от защиты прав участников внешнеторговой операции, продолжая процессом товаросопровождения и конечного получения товаров, а также его оплаты. Возникает вопрос об оптимизации и автоматизации документооборота, уменьшении количества документов, а также вопросе абсолютной защиты информации при электронном документообороте. При решении этих вопросов это облегчит и ускорит процесс экспортных операций, а, следовательно, может и увеличить их количество и оборачиваемость.

Список использованных источников:

1. Конвенция о договоре международной дорожной перевозки грузов (КДПГ), 19 мая 1956 г. // Консультант Плюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019. — Дата доступа: 25.04.2019.

2. Налоговый кодекс Республики Беларусь: Кодекс Респ. Беларусь, 29 дек 2009 г., № 71-З : в ред. Закона Респ. Беларусь от 30.12.2018 г., № 159-З // Консультант Плюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019. — Дата доступа: 10.04.2019.

3. Об утверждении бланка международной товарно-транспортной накладной: постановление М-ва транспорта и коммуникаций Респ. Беларусь, 24 июня 2004 г., № 23 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. - 2004. - № 8/11404.

4. О развитии предпринимательства: Декрет Президента Респ. Беларусь, 23 ноябр. 2017 г., № 7 // ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019. — Дата доступа: 25.04.2019.

5. Таможенный кодекс Республики Беларусь: Кодекс Респ. Беларусь, 04 янв 2007 г., № 204-З // Консультант Плюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019. — Дата доступа: 25.04.2019.

УДК 657.44

Осипович А.С.,
Гамеза М.В.

ДИВИДЕНДЫ: СУЩНОСТЬ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Маталыцкая С.К.
Белорусский государственный экономический университет,
Республика Беларусь, г. Минск
matalytskaya_s@bseu.by

Дивидендная политика оказывает влияние на процессы инвестирования и использования капитала организации и выступает как часть управленческой стратегии организации. При ее разработке учитывают инвестиционные возможности организации, сложившуюся структуру собственников и их предпочтения в части использования полученных доходов.

Ключевые слова: дивиденды, дивидендная политика, налог на прибыль.

Прибыль, оставшаяся в распоряжении хозяйственного общества (ООО, ОАО, УП и т.д.) после уплаты налогов, иных платежей, покрытия убытков, может быть распределена между его участниками [1]. Такие выплаты принято называть дивидендами. Термин «дивиденды» происходит от латинского «dividendum», что означает «подлежащий разделу». Согласно МСФО под дивидендами понимается распределение прибылей между держателями долевых инструментов пропорционально принадлежащим им долям в капитале определенного класса [2]. Для целей налогообложения к приравненным к дивидендам доходам относится любой доход, начисленный унитарным предприятием собственнику его имущества – юридическому лицу Республики Беларусь [3]. В соответствии с методологией системы национальных счетов дивиденды представляют собой форму инвестиционного дохода, получаемого акционерами в результате предоставления средств в распоряжение организаций.

Таким образом, дивиденды – это причитающаяся к выплате часть прибыли хозяйственной организации находящейся в долевой собственности.

В международной практике различают финальные (англ. finaldividend) и предварительные (англ. interimdividend) дивиденды. Первые выплачиваются по результатам отчетного года (дивиденды в 2019 году выплачиваются исходя из финансовых результатов 2018 года), а вторые выплачиваются до закрытия года и подведения финансовых итогов.

В условиях развития интеграционных отношений, активизации инвестиционной деятельности и повышения эффективности использования инвестиционных ресурсов субъектам хозяйствования необходимо очень внимательно подходить к формированию своей дивидендной политики. Дивидендная политика, по общим правилам, включает: (а) порядок распределения прибыли, обоснование соотношения ее частей (капитализируемой, выплачиваемой в виде дивидендов (система начисления

участникам) и направляемой на другие цели); (б) установление формы выплат дивидендов (денежная, не денежная и смешанная); (в) определение схемы выплат дивидендов (периодичность и величину выплат).

Получателями дивидендов являются собственники организации, учредители и другие участники хозяйственного общества, которые имеют право на получение дохода из прибыли организации (общества). В силу того, что речь идет о коллективной собственности, решение принимается собранием участников (учредителей) и оформляется соответствующими документами.

Дивиденды объявляются без учета налогов. Источником для выплаты дивидендов является чистая прибыль. При отсутствии прибыли, по итогам отчетного года получен убыток, дивиденды не начисляются.

Дивиденды и приравненные к ним доходы, полученные плательщиком от источников в Республике Беларусь, признают объектом обложения налогом на прибыль и подоходным налогом. В бухгалтерском учете информация о нераспределенной прибыли на отчетную дату это сальдо по кредиту счета 84 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)».

Для учредителей-резидентов Республики Беларусь ставка налога на прибыль по дивидендам устанавливается в размере 12%. Для сравнения налоговой нагрузки по дивидендам рассмотрим размер ставок в других странах. В Германии ставка налога на прирост капитала (Kapitalertragsteuer) составляет 25 % (плюс 5,5 % солидарной надбавки), объектом выступают как дивиденды, полученные по итогам деятельности предприятия в течение последнего года, аналогично по процентам по депозитам и прибыли по ценным бумагам. Как видим и налоговое бремя в 2 раза больше, и налогооблагаемая база значительно шире. В Литве стандартная ставка по дивидендам – 15%, суммы вычитают у компаний–получателей (в том числе и нерезидентов) при определении отчислений из прибыли в бюджет.

С 2019 года согласно действующему законодательству Республики Беларусь возможно понижение ставки налога до 6% или 0% (таблица 1).

Таблица 1 – Ставки налога на прибыль по дивидендам в Республике Беларусь с 01.01.2019 г.

ставка	условие
6%	в течение трех предшествующих отчетному периоду календарных лет прибыль не должна распределяться между акционерами – резидентами Республики Беларусь
0%	прибыль не должна распределяться в течение 5 предшествующих отчетному периоду календарных лет последовательно

Пример. В 2019 г. организация приняла решение о выплате дивидендов по итогам 2018 года (таблица 2).

Так как прибыль не распределялась на выплату дивидендов в течении трех последовательных календарных лет (2016-2018 гг.), то ставка налога на прибыль по дивидендам, выплачиваемым в 2019 году, по итогам 2018 года,

устанавливается в размере 6%.

В Республике Беларусь ставка подоходного налога с сумм начисленных дивидендов установлена в размере 13%. Для сравнения налоговой нагрузки на физических лиц рассмотрим ставки подоходного налога в других странах. В России основная ставка – 13% (с 2019 года если доход физического лица превышает 512 тыс.рублей – 23%). В Германии, в отличие от Республики Беларусь, действует прогрессивная шкала налога на доходы физических лиц. Начальная ставка налога составляет 14%, верхняя (предельно максимальная) – 45%. С 01.01.2019 года произошли изменения и в налоговом законодательстве Литвы, налоговая ставка подоходного налога, если налогооблагаемый доход не превышает 120 средних заработных плат (22 724 евро в год) составляет 20% , и 27 % если налогооблагаемый доход превышает 120 средних заработных плат.

Таблица 2 – Информация о размерах прибыли и распределении ее на выплату дивидендов за 2014-2018 гг.

Показатель	2014	2015	2016	2017	2018
Прибыль (за период), тыс.руб.	100	180	90	105	120
Условие: прибыль распределялась (+) или не распределялась (-)	-	+	-	-	-

В Республике Беларусь для физических лиц также используются пониженные ставки подоходного налога в размере 6 (либо 0) процентов в отношении доходов, полученных в виде дивидендов, если в течение трех (либо пяти) предшествующих последовательно отчетному периоду календарных лет прибыль не распределялась между участниками (акционерами) организации [3].

Исходя из вышесказанного, пониженные ставки налога на прибыль и подоходного налога, уплачиваемых с сумм начисленных дивидендов, применяются, если у белорусской организации в течение трех либо пяти лет подряд: (а) не принимались решения о распределении прибыли между акционерами на выплату дивидендов или (б) решения принимались, но не с целью распределения прибыли в виде дивидендов. При этом целевое использование прибыли законодательно в данном случае не определено.

При соблюдении этих требований пониженные ставки налога на прибыль и подоходного налога с физических лиц могут быть использованы в отношении распределяемой с 1 января 2019 года в виде дивидендов между участниками – резидентами: (а) прибыли 2018 года; (б) прибыли предыдущих лет, накопленной в результате ее нераспределения на выплату дивидендов.

Аналитический учет по счету 84 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)» организуется с целью обеспечения полной и достоверной информации по направлениям использования чистой прибыли. Согласно Инструкции № 50 к счету 84 не предусмотрены субсчета [4], но для прозрачности учетной информации, используемой при начислении дивидендов, считаем целесообразным открывать субсчета: «Нераспределенная прибыль

(непокрытый убыток) прошлых лет»; «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток) отчетного года» и другие субсчета по необходимости.

Список использованных источников:

1. Закон Республики Беларусь от 09.12.1992 № 2020-XII «О хозяйственных обществах» [Электронный ресурс] // Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс».

2. Постановление Совета Министров Республики Беларусь, Национального банка Республики Беларусь от 30.12.2016 № 1119/35 «О введении в действие на территории Республики Беларусь Международных стандартов финансовой отчетности и их Разъяснений, принимаемых Фондом Международных стандартов финансовой отчетности» [Электронный ресурс] // Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс».

3. Кодекс Республики Беларусь от 29.12.2009 № 71-З (ред. от 30.12.2018) «Налоговый кодекс Республики Беларусь (Особенная часть)» [Электронный ресурс] // Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс».

4. Постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 29.06.2011 № 50 (ред. от22.12.2018) «Об утверждении Инструкции о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета» [Электронный ресурс] // Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс».

УДК 657.36

Охрименко Ю.Г.

РАСКРЫТИЕ В БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ ИНФОРМАЦИИ О ЦИФРОВЫХ ЗНАКАХ (ТОКЕНАХ)

Научный руководитель: к.э.н., доц. Кривицкая К.В.
УО «Белорусский государственный экономический университет»,
Республика Беларусь, г. Минск

Рассмотрены требования к раскрытию информации в бухгалтерской отчетности в соответствии с действующим законодательством, обоснованы предложения по совершенствованию действующих форм отчетности в части раскрываемой информации о цифровых знаках (токенах).

Ключевые слова: бухгалтерская отчетность, цифровые знаки, токены, стоимость, резервы.

В завершении учетного процесса формируется бухгалтерская отчетность, которая представляет собой систему показателей, отражающих финансовое и имущественное положение организации на определенную дату, данные о финансовых результатах деятельности за отчетный период. Таким образом, показатели, полученные в системе бухгалтерского учета и составленная бухгалтерская отчетность должны являться информационной базой для заинтересованного пользователя, на основании которой становятся возможными принятие оперативных, тактических и стратегических решений, а также осуществление контроля за их реализацией.

Организации Республики Беларусь при составлении бухгалтерской

отчетности должны руководствоваться требованиями, изложенными в Законе «О бухгалтерском учете и отчетности» от 27.12.2007 г. № 302-З [1], Типовым планом счетов бухгалтерского учета и Инструкцией по его применению от 29.06.2011 г. № 50 [2], Национальным стандартом бухгалтерского учета и отчетности «Индивидуальная бухгалтерская отчетность» [3].

Требования к раскрытию информации о цифровых знаках (токенах) содержатся в Национальном стандарте бухгалтерского учета и отчетности «Индивидуальная бухгалтерская отчетность». Так в примечаниях к бухгалтерской отчетности, составляемой организацией, осуществляющей хозяйственные операции с использованием цифровых знаков (токенов) (далее – токены), подлежит раскрытию следующая информация:

- состав токенов по их видам на конец предыдущего года и отчетного периода;
- первоначальная стоимость токенов, показанных в бухгалтерской отчетности по чистой стоимости реализации, на конец предыдущего года и отчетного периода;
- суммы резервов под снижение стоимости токенов на конец предыдущего года и отчетного периода, суммы созданных в отчетном периоде резервов под снижение стоимости токенов с выделением сумм увеличения созданных в предыдущих периодах резервов под снижение стоимости токенов, суммы восстановленных в отчетном периоде резервов под снижение стоимости токенов, обстоятельства, обусловившие восстановление резервов под снижение стоимости токенов в отчетном периоде;
- суммы обязательств, возникших при размещении собственных токенов перед владельцами этих токенов, на конец предыдущего года и отчетного периода.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что перечень информации, раскрываемой в отчетности недостаточно полный, в частности отсутствуют данные о финансовых результатах, полученных от операций с цифровыми знаками (токенами). Следовательно, возникает объективная необходимость в совершенствовании имеющихся форм бухгалтерской отчетности с целью повышения их информационного потенциала для целей проведения экономического анализа операций с цифровыми знаками (токенами). Информационная база для проведения анализа должна содержать необходимые данные, на основании которых становится возможным не только проанализировать наличие и состав цифровых знаков (токенов), эффективность операций с цифровыми знаками (токенами), но также осуществить прогноз величины ожидаемых доходов, денежных потоков и т.д.

Предложено раскрывать следующую информацию о цифровых знаках (токенах):

— о величине цифровых знаков (токенов), имеющихся в организации, по видам с указанием отдельно величины в зависимости от канала их поступления и направления использования;

— о величине финансового результата, полученного от операций с

цифровыми знаками (токенами);

— о потенциальных операциях и прогнозируемой величине экономической выгоды;

— о величине выручки от продажи цифровых знаков (токенов);

— о доходах и расходах от операций с цифровыми знаками (токенами).

Список использованных источников:

1. О бухгалтерском учете и отчетности : Закон Респ. Беларусь, 26 дек. 2007 г., №302-З // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.

2. Об установлении типового плана счетов бухгалтерского учета, утверждении инструкции о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета : постановление М-ва финансов Респ. Беларусь, 29 июня 2011 г., № 50 // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.

3. Об утверждении национального стандарта бухгалтерского учета и отчетности «Индивидуальная бухгалтерская отчетность», внесении дополнений и изменений в постановление министерства финансов Республики Беларусь от 30 июня 2014 г. №46 и признании утратившими силу постановлений министерства финансов Республики Беларусь от 31 октября 2011 г. №111 и отдельных структурных элементов некоторых постановлений министерства финансов Республики Беларусь: постановление М-ва финансов Респ. Беларусь, 12 дек. 2016 г., № 104 // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.

УДК 658.27

Полякова Н.А.,
Дорофеева Е.Э.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К КЛАССИФИКАЦИИ ОСНОВНЫХ ФОНДОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Антипова Л.А.
ГОУ ВПО ЛНР «Донбасский государственный технический университет»,
Луганская область, г. Алчевск
natapolika@mail.ru
evgeshadorofeeva@mail.ru

Классификация любого объекта позволяет более полно его изучить и предложить более эффективные методы управления им. В данной статье будут рассмотрены подходы к классификации основных фондов на основе процессно-ориентированного управления.

Ключевые слова: процессно-ориентированное управление, бизнес-процесс, интенсивность использования основных средств.

Для повышения конкурентоспособности и эффективности деятельности

на предприятиях используют современные подходы к управлению ими. Одним из эффективных подходов является процессно-ориентированное управление. Поэтому учет потребностей процессно-ориентованного управления при определении классификационных признаков основных средств является важным для практической деятельности предприятий.

Существуют различные подходы среди специалистов к классификации основных средств предприятий. Особенное внимание к этому вопросу вызвано изменениями в налоговом законодательстве и внедрением международных стандартов финансовой отчетности.

Для эффективного управления воспроизводством основных средств и их финансовым обеспечением необходима достоверная и полная информация об основных средствах. Поэтому совершенствование существующей классификации основных средств в соответствии с информационными потребностями субъектов управления является важным направлением исследований. Классификация основных средств требует уточнения для более детального изучения этого объекта с учетом потребностей процессно-ориентированного управления.

В научной литературе последних лет определению сущности основных средств предприятия и их классификации уделено значительное внимание. Исследовали очерченную проблему многие отечественные ученые, в частности Агрес А.Г., Гаврись Н.А., Покропивный С.Ф., Стельмах Ч.П., Кузьмин А.Е., и другие [3-6].

Агрес А.Г. проанализировал и обобщил взгляды на особенности идентификации и классификации основных средств на предприятиях [3, с. 20]. Гаврись Н.А. исследует проблемы классификации основных средств в бухгалтерском и налоговом учете в Украине, анализирует изменения законодательства, совершенствует модель классификации основных средств [4, с. 172-176]. Х.П. Стельмах и А.Е. Кузьмин изучают понятие «основные фонды» и «основные средства», значимость их классификации в производственном процессе, приводят классификацию основных фондов [6, с. 20-25]. Обзор литературных источников утверждает, что отдельные вопросы классификации основных средств предприятия требуют более глубокого обоснования в процессе их исследования.

Целью дальнейшего исследования является изучение существующей классификации основных средств и ее совершенствования с учетом потребностей процессно-ориентированного управления.

Согласно Международному стандарту бухгалтерского учета 16 основные средства подразделяют на классы, группы активов, одинаковых по характеру и способу использования в деятельности предприятия, например: а) земля; здания; машины и оборудование; корабли; самолеты; автомобили; мебель и принадлежности; офисное оборудование [1].

П(С)БУ 7 «Основные средства» классифицирует основные средства для целей бухгалтерского учета на такие девять групп: земельные участки; капитальные расходы на улучшение земель, не связанные со строительством; здания, сооружения и передаточные устройства; машины и оборудование;

транспортные средства; инструменты, приборы, инвентарь (мебель); животные; многолетние насаждения; другие основные средства [2].

Стельмах Х.П., Кузьмин О.Е. рассматривают сущность основных средств предприятия, их классификацию, в качестве классификационных признаков используются такие: по участию в производстве (активные, пассивные), по характеру использования (производственные, непроизводственные), по принадлежности к предприятию (собственные, арендованные), по источнику финансирования (основные фонды, которые занесены в уставный фонд, приобретенные предприятием, бесплатно оформленные). Авторами предложен критерий «степень значимости» (конструктивные, вспомогательные) [6].

На основании обобщения различных подходов к классификации основных средств предприятия в процессе исследования были выявлены определенные проблемы.

Большинство рассмотренных классификационных признаков основных средств направлены на нужды бухгалтерского и налогового учета. Различные классификационные признаки используются при начислении амортизации - по назначению, по наличию прав на объекты основных средств; по видам; по характеру участия в производственном процессе. Незначительное внимание уделяется исследователями классификации с позиций управления основными средствами, их воспроизводством. Для нужд управления финансовым обеспечением воспроизводством можно использовать классификационный признак «по источникам финансирования», который позволяет оценить структуру средств, направленных на финансирование воспроизводства основных средств.

На рисунке 1 наглядно представлена классификация основных средств.

Таким образом, приходим к выводу, что, несмотря на достаточно глубокое изучение вопроса классификации основных средств, он требует дальнейшего изучения и детализации. Использование процессно-ориентированного управления в деятельности предприятий не отражается в существующей классификации основных средств.

Одним из современных подходов к управлению является процессно-ориентированное управление. Под процессным подходом понимают бизнес-процессы как совокупность видов деятельности, которые имеют один или несколько входов и создают на выходе продукт, который представляет ценность для потребителя.

Процессно-ориентированное управление определяет деятельность предприятия как совокупность бизнес-процессов, связанных между собой его миссией и целью деятельности. Основной целью процессно-ориентированного управления является создание ценности для потребителя; достижение роста объемов продаж, увеличение доли рынка. Эффективность управления оценивается по результативности бизнес процессов; удовлетворением потребностей клиентов; ростом их числа. Основой процессно-ориентированного управления предприятием бизнес-процесс - совокупность обособленных законченных действий по производству и реализации

продукции, удовлетворяющей потребности конкретных потребителей.

Рисунок 1 - Классификация основных фондов предприятий

Кроме классификационных признаков основных средств, которые определены в нормативных актах и в трудах ученых, предлагаем внести в их состав еще две: по бизнес-процессам предприятия и по степени интенсивности использования основных средств в различных бизнес-процессах. Первый из дополнительных признаков должен классифицировать основные средства по

бизнес-процессам предприятия. С этой целью предлагаем выделять по данному признаку: основные средства, используемые в основных бизнес-процессах, основные средства, используемые во вспомогательных бизнес-процессах, основные средства, используемые в бизнес-процессах развития, основные средства, используемые в бизнес процессах управления. Эту классификацию целесообразно рассматривать для каждого предприятия, выделяя бизнес-процессы присущие конкретному предприятию. Такое разделение основных средств дает возможность применять возможности процессного подхода к управлению основными средствами предприятия и финансовым обеспечением их воспроизведения, а также предусматривать меры по повышению его эффективности.

Вторая из дополнительных признаков должна классифицировать основные средства по степени интенсивности их использования в различных бизнес-процессах предприятия. По этому признаку предлагается выделять основные средства, используемые в одном бизнес-процессе предприятия, в двух бизнес-процессах, в трех и больше.

Такое разделение дает возможность оценить интенсивность использования основных средств в бизнес-процессах предприятия и в дальнейшем использовать полученную информацию при принятии решений по управлению финансовым обеспечением воспроизводства основных средств предприятия.

Дополнительные признаки дают возможность учесть потребности процессно-ориентированного подхода в управлении финансовым обеспечением воспроизводства основных средств.

Представим предложенные классификационные признаки в виде рисунка 2.

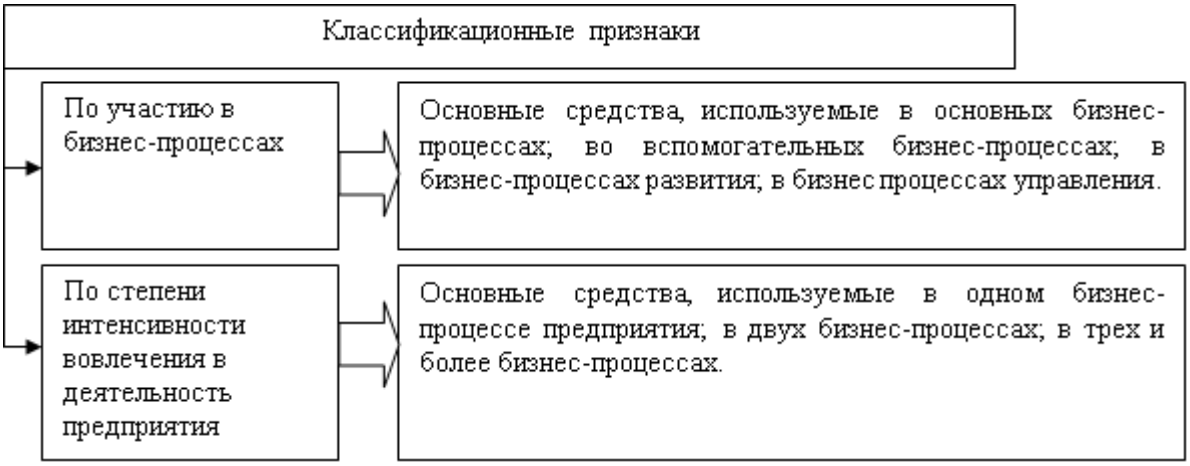

Рисунок 2 – Предложенные авторами классификационные признаки

Таким образом, можно сделать вывод, что изучение классификации основных фондов предприятия дает возможность усовершенствовать существующую классификацию, опираясь на изменения нормативно-правовых актов и необходимости использования современных подходов к управлению предприятием.

Предложенные новые признаки для классификации основных фондов предприятия «по участию в бизнес-процессах» и «по степени интенсивности

вовлечения в деятельность предприятия», дадут возможность получать дополнительную полезную управленческую информацию об основных фондах предприятия.

Список использованных источников

1. Международный стандарт бухгалтерского учета 16 [Электронный ресурс]: // Доступ из справочно-правовой системы «Кодексы»

2. П(С)БУ 7 «Основные средства» [Электронный ресурс]: // Доступ из справочно-правовой системы «Бухгалтер»

3. Агрес, О. Г. Основні Засоби сільськогосподарських підприємств класифікація та вартісне оцінювання / О. Г. Агрес // Держава та регіони економіка та підприємництво. – 2009 – № 5 – С. 19–27.

4. Гаврись Н.А. Вопрос использования основных средств после достижения ими нулевой или ликвидационной остаточной стоимости [Электронный ресурс]: // Доступ из справочно-правовой системы «Журналы Уран»

5. Покропивный, С.Ф. Экономика предприятия. Учебник / Под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. С.Ф. Покропивного. – Пер. с укр.- К.: КНЭУ, 2003. – 608 с.

6. Стельмах, Х.П. Класифікація основних засобів підприємств / Х.П. Стельмах, О.Є. Кузьмін // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.14

УДК 338

Реук Т.С.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ НА РЫНКЕ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Игольникова И.В.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г.Петровского,
Россия, г.Брянск

Данная статья посвящена вопросу порядка формирования и совершенствования имиджа в организации. Обозначены основные факторы, влияющие на формирования имиджа. Представлены особенность формирования имиджа туристической организации и общие этапы совершенствования имиджа организации на рынке туристских услуг.

Ключевые слова: имидж организации, формирование имиджа, совершенствование имиджа организации.

На сегодняшний день имидж организации, пожалуй, является наименее изученным в теоретическом аспекте, но вызывающим огромный интерес у руководителей различного уровня. Исследования имиджа организации или, как его иначе называют, корпоративного имиджа предполагает изучение механизмов и факторов его формирования, совершенствования и функционирования. Формирование и совершенствование имиджа организации неразрывно связана друг с другом и являются одной из главных задач менеджмента, помогающей поддержать конкурентоспособность фирмы на рынке. Следовательно, деятельность по формированию и совершенствованию имиджа выступает как один из факторов делового успеха организации.

Рассмотрим, как давно возникло понятие имиджа в истории и что оно

представляет. В отечественной литературе понятие «имидж» возникло и стало широко использоваться с 1990-х годов, а в зарубежной – с 1950-х годов. Фактором развития послужили исследования в области массового влияния на сознание людей [1]. Понятие «имидж» имеет много разных определений. В справочной литературе можно встретить следующие определения, представленные в таблице 1.

Приведенные определения различных авторов объединяет одно - это то, что имидж выступает как целенаправленно формулируемый образ организации, который имеет характер стереотипа, а совокупность ассоциаций и впечатлений о ней складывается в массовом сознании людей и связана с конкретным представлением.

В целом, имидж отражает социальные ожидания общества от деятельности организации. Так, для оценки реального состояния организации, в сознании аудитории используется идеал, имеющий культурно-обусловленный характер и отражающийся в литературе, произведениях искусства и явлениях обыденного сознания. Поэтому особое место в совершенствовании имиджа принадлежит «идеальному образу», т.е. представлениям о том, каким должен быть данная организация.

На начальном этапе формирования имиджа могут возникать трудности из-за несовпадения представлений о том, как организация должна восприниматься окружающими и тем, как она реально воспринимается. В связи с этим происходит расхождение между «желаемым образом» и образом, который уже есть. Выявление этого расхождения предшествует деятельности по формированию имиджа. Поэтому организация, прежде чем совершенствовать существующий имидж, моделирует «желаемый имидж» и рефлексивный образ (сложившийся в сознании людей), а затем на основе этого соотносит перспективы дальнейшего развития, выделяя наиболее подходящие факторы формирования имиджа.

Таблица 1 – Определения понятия «имидж»

Автор	Определение
Феофанов О.	Феофанов О. под имиджем понимал образ, наделяющий явление характеристиками, лежащими за пределами его реальной сущности, за пределами той качественной определенности, которая раскрывается в практике непосредственного взаимодействия.
Косолапов Н.А.	Косолапов Н.А. под имиджем понимал искусственно созданный в глазах широкой публики образ, не имеющий ничего общего с истинной натурой.
Шепель В.	имидж - это облик, то есть та форма жизнепроявления, благодаря которой «на люди» выставляются сильнодействующие характеристики.
Томилова М.В.	Томилова М.В. указывает, что имидж есть целостное восприятие (понимание и оценка) организации различными группами общественности, формирующееся на основе хранящейся в их памяти информации о различных сторонах деятельности организации.
Почепцов Г.Г.	Почепцов Г.Г. считал имидж наиболее экономным способом порождения и распознавания сложной социальной действительности; как результат обработки информации; как свернутый текст; как коммуникативную единицу, посредством которой можно работать с массовым сознанием.
Дж. Ягер	Дж.Ягер под имиджем понимал совокупность черт облика, речи, манеры поведения и даже умения общаться с людьми.

Имидж организации или корпоративный имидж с точки зрения объектов воздействия можно разделить на два типа: внешний и внутренний имидж. Внешний имидж – мнение окружающих об организации и их продуктах/услугах, а внутренний – та атмосфера внутри организации, которую составляет персонал. Вешний и внутренний имидж могут отличаться друг от друга. Это как два взгляда на один объект со стороны. Поэтому происходит и разделение функций организации. Также выделяют внутренние и внешние функции. [1]

Внутренние функции отражают направленность имиджа на внутреннюю среду, на самооценку сотрудников и их отношение к работе: мотивация принадлежности к организации; социальная защита и поддержание высокой самооценки. А внешние функции имиджа включают: информирование людей о знании об организации, воздействии на людей посредством изменения отношения и поведения окружающих, формирование общей картины организации. Таким образом, можно сделать вывод, что функционирование имиджа организации связано с созданием некого образа, который радикально бы отличал фирму от других на рынке.

В зависимости от конкретных целей создающего имиджи внедряются в массовое сознание, привязывая к объектам определённые характеристики. Как указывает С. Московичи, имидж никогда не соответствует реальной сущности объекта. Он становится основным средством формирования социальных иллюзий.

Вышеизложенное приводит к пониманию процесса формирования имиджа организации как носящего субъектный характер. При этом возможно выделение трех субъектов имиджа: субъект восприятия, субъект коррекции и субъект самопрезентации.

Подробно описал субъекты имиджа А.Н.Леонтьев. По его мнению, активность психики людей обуславливает создание образа объекта, которая черпает характеристики образа из окружающей действительности. В таком случае аудитория выступает как коллективный субъект восприятия. В то же время, и сам объект восприятия (организация), активно представляет свои качества окружению, тем самым выступая как субъект самопрезентации. Субъектом коррекции становится руководство компании, чья направленная деятельность состоит в организации, анализе и коррекции восприятия объекта имиджа определенным образом [2].

Схематично представим субъекты имиджа на рисунке 1.

Рисунок 1 – Субъекты имиджа организации по А.Н.Леонтьеву

Таким образом, по мнению Депелян Р.А., анализ подходов к определению сущности, функций и структуры имиджа позволяет определить имидж как устойчивый эмоционально окрашенный образ. Данный образ формируется в обыденном сознании окружающих посредством целенаправленной активизации восприятия социально и личностно значимых характеристик организации при помощи различных инструментов, которые оказывают влияние на отношение людей [3].

Стоит отметить, что имидж организации закладывается в сознании людей ещё на начальном этапе формирования имиджа, и в дальнейшем, из-за стереотипного мышления людей, очень сложно поменять первое впечатление об организации. Поэтому именно положительный имидж необходимо создавать и развивать сразу, как только образуется организация.

Далее рассмотрим, как происходит процесс совершенствования имиджа у туристической организации, которая ведёт свою деятельность на рынке довольно долго и при помощи каких инструментов это происходит. В программе совершенствования имиджа такой организации, как указывает И.Ю. Харламова, необходимо определить [6]:

–место процесса совершенствования имиджа в системе бизнес-процессов организации;

–общие подходы к организации процесса совершенствования имиджа;

–единый подход к процессу управления имиджем организации;

–состав программ и инструментов, нацеленных на эффективную организацию, проведение и контроль процесса управления имиджем.

Основными инструментами по совершенствованию имиджа, по мнению А.Н.Король, являются позиционирование, манипулирование, мифологизация, эмоционализация, формат и вербализация. Каждый из них несёт свою смысловую нагрузку для эффективного продвижения. Их можно использовать как по отдельности, так и совместно [4].

Имидж для туристической организации – это важное конкурентное преимущество, которое связано с природой туристского продукта. Одна из особенностей туристических услуг заключается в том, что они неосязаемы, неотделимы от источника, не сохраняемы и не постоянны в качестве, поэтому именно положительный имидж и будет является гарантией предоставляемого потребителям продукта.

Факторы, влияющие на формирование имиджа туристической организации у целевых групп, будут носить более объективный характер. Так, качество, например, предоставляемого тура, мы можем оценить лишь после поездки. Поэтому особенность формирования имиджа в туристической организации выражается в том, что позитивный имидж создается основной деятельностью предприятия, а также целенаправленной информационной работой, ориентированный на целевые аудитории, посредством маркетинговых коммуникаций.

Е.В.Леонова указывает, что построение системы формирования и поддержания имиджа любой организации, в том числе и туристической,

проходит в два этапа [5]:

1.Первый этап - исследование психологических основ и организационно-экономических предпосылок формирования имиджа; комплексное представление и изучение потребностей в системе «потребитель — окружающая среда»; разработку модели оценки и регулирования имиджа.

2.Второй этап предусматривает организацию работ по запуску системы в действие, управление работами по оперативному слежению за ситуацией в конкурентной среде и корректировке составляющих комплекса маркетинга.

На основе данного подходов, И.Ю. Харламова предлагает следующий алгоритм создания и совершенствования имиджа [6]:

1.Оценка текущей ситуации: анализ макросреды и выделение целевых групп общественности;

2.Формирование имиджеобразующих факторов для отдельных целевых групп;

3.Разработка желаемого образа для целевых групп;

4.Оценка состояния имиджа организации;

5.Разработка и реализация плана мероприятий по совершенствованию имиджа;

6.Привлечение маркетинговых инструментов;

7.Контроль и коррекция результатов плана.

Каждая организация стремится к формированию положительного имиджа. Но для того, чтобы это деятельность дала максимальный результат на выходе, организации необходимо составить чёткий план действия, в котором предложен механизм взаимодействия отдельных элементов плана по совершенствованию имиджа. Для эффективной работы организации руководителям необходимо постоянно и своевременно оценивать, корректировать деятельность по созданию корпоративного имиджа. Только в этом случае можно рассчитывать на долговременный успех.

Итак, в настоящее время имидж становится необходимым условием достижения устойчивого и продолжительного делового успеха организации. Из-за актуальности проблемы совершенствования имиджа, компании одна за другой стремятся сформировать свою уникальность, которая выделила бы их среди других конкурентов на рынке. Поэтому, сегодня необходимо четко и грамотно планировать будущий имидж и только после этого начинать его формировать, а затем и совершенствовать. Имидж организации выступает социальным «идеальным» образом, который находится в сознании потребителя и позволяет компании пользоваться успехом на рынке и повышать тем самым свою конкурентоспособность.

Список использованных источников:

1. Аронова, Т.В. Основы имиджелогии/ Т.В.Аронова. - М.: РГУФКСМиТ, 2018. - 74 с.

2. Депелян, Р.А. Виды имиджа современной организации/ Р.А.Депелян // Власть. - 2018. - N 1. - С.149-154.

3. Депелян, Р.А. Факторы, влияющие на формирование внутреннего имиджа организации/ Р.А.Депелян// Государственное управление.

Электронный вестник, 2017. – №64. –С.68-79.

4. Король, А.Н. Имидж и деловая репутация компании /А.Н.Король. - Хабаровск: Тихоокеанский государственный университет (ТОГУ), 2017. - 110 с.

5. Леонова, Е. В. Имидж организации как фактор повышения ее конкурентоспособности/ Е.В.Ленова// Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы IV Междунар. науч. конф. - СПб.: Свое издательство, 2015. - С. 120-122.

6. Харламова, И. Ю. Формирование и развитие имиджа организации/ И.Ю.Харламова // Вопросы экономики и управления. - 2017. - №1. - С. 57-60.

УДК 339.7

Селюжицкая Е.Г.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ M&A В КИТАЙСКОЙ ОТРАСЛИ TMT

Научный руководитель: д.э.н., проф. Ткаченко Е.А.
Санкт-Петербургский государственный экономический университет,
Россия, г. Санкт-Петербург
seliuzhytskaya@gmail.com

В этой статье описывается метод анализа основных компонентов (PCA) для создания модели оценки эффективности M&A для китайских компаний TMT (телекоммуникации, медиа, технологии) с долевым участием с целью измерения колебаний показателей M&A в китайской отрасли TMT.

Ключевые слова: M&A, слияния и поглощения, оценка эффективности сделок/

TMT (Telecommunication, Media, Technology) является развивающейся отраслью, которая связывает телекоммуникационную индустрию, индустрию высоких технологий и медиаиндустрию на основе интернет-технологий.

Благодаря постепенному совершенствованию законов и нормативных актов на рынке слияний и поглощений (M&A), китайские предприятия быстро растут благодаря проведению большого количества подобных сделок, именно столь высокая активность на китайском рынке и является одним из факторов повышенного интереса к изучению данного сектора. Между тем, китайская индустрия TMT также ускоряет интеграцию отрасли посредством M&A.

В связи с быстрым развитием китайского рынка M&A и ускорением промышленной интеграции необходимо проанализировать влияние деятельности по слияниям и поглощениям на результаты деятельности этих компаний TMT, чтобы лучше ориентировать деятельность по M&A в китайской отрасли TMT.

I. ОБЗОР СВЯЗАННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

А. Методы изучения событий

Дженсен и Рубак в 1983 году провели обзор 13 исследований, опубликованных в 1970-х годах, и обнаружили, что акционеры целевых корпораций получают избыточную доходность в диапазоне от 20 до 30 процентов. Schwert в 1996 году изучил 1814 случаев слияний и поглощений, произошедших между 1975 и 1991 годами, и результат показывает, что совокупный ненормальный доход приобретающей компании составляет около

35% в среднесрочной перспективе. Moeller и Schlingemaim в 2008 году провели исследование 12 000 приобретений в период с 1980 по 2004 год и пришли к выводу, что приобретенные фирмы получают прибыль в среднем всего в 1,1%.

Лю в 2010 году изучил случаи слияний и поглощений в Китае в 2006 году всех публичных компаний, и обнаружил, что покупатели и их акционеры получают ожидаемые выгоды в краткосрочной перспективе, в то время как влияние в долгосрочной перспективе не подтверждается.

Б. Методы финансового анализа

Используя 233 случая слияний и поглощений в Великобритании в период с 1964 по 1971 гг. В качестве выборки, Мик в 1987г. обнаружил, что ROA приобретающих компаний имеет тенденцию к снижению и достигает дна на пятом году после сделки. Меггинсон и Морган представили метод финансового анализа для изучения 35 случаев в Америке и пришли к выводу о существенном улучшении производственных мощностей и эффективности бизнеса компаний после слияний и поглощений.

Ли, Ван, Цзэн, Чен и Чжу проанализировали 84 сделки по слияниям и поглощениям, проведенные в период с 1999 по 2001 год в Китае, представив 9 финансовых показателей для оценки эффективности компании, и обнаружили, что показатели улучшаются в первый год после транзакции, а в дальнейшем прибыль компаний снижается.

II. ДАННЫЕ И ПЕРЕМЕННЫЕ

Случаи слияний и поглощений в этом документе в основном собираются из финансовой базы данных Choice, а конкретные примеры отбираются среди приобретателей, успешно завершивших транзакцию в период с 2009 по 2013 год, в соответствии со следующими правилами: (1) В соответствии со стандартами отраслевой классификации CITIC выбирались крупнейшие игроки сектора; (2) Доступны финансовые данные за два года до и после M&A; (3) Покупатель должен быть компанией TMT; (4) Из выборки были исключены компании, по которым присутствовала неполнота данных или присутствовало большое количество экстремумов. Принимая во внимание вышеупомянутые установки, были отобраны 71 компании, среди которых 57 образцов в компьютерной и высокотехнологичной промышленности, 6 образцов в средствах массовой информации и 8 образцов в телекоммуникации.

Таблица 1. Система показателей эффективности

Группа	**Показатель**	**№**
Доходность	рентабельность чистых активов (RONA)	X1
	доходность суммарных активов (ROTA)	X2
Качество активов	оборот суммарных активов (Total Asset Turnover)	X3
	текущий оборот активов (Current Assets Turnover)	X4
Долговые риски	Отношение долга на активы (Debt Assets Ratio)	X5
	коэффициент ликвидности (Current Ratio)	X6
Операционные	Темп роста выручки основного бизнеса Growth Rate of Main Business Revenue)	X7
Рост	Темп роста прибыли основного бизнеса (Growth Rate of	X8

	Main Business Profit)	

Для построения системы индексов эффективности для приобретающих фирм ТМТ введены 8 финансовых показателей из 4-х измерений.

III. ОПИСАТЕЛЬНЫЙ СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Поскольку 77% выборочных случаев имели место в период между 2011 и 2013 годами, этот период можно определить как «активный период». Взяв этот период за основу, мы можем сделать следующие выводы:

1. Рентабельность: ROA и ROE образцов показывают тенденцию непрерывного снижения до активного периода M&A, и начинают восстанавливаться после.
2. Качество активов: Текущий оборот активов и оборот суммарных активов выборки постепенно снижаются в течение 2007 и 2015 годов, но падение начинает замедляться после активного периода.
3. Долговой риск: коэффициент текущей ликвидности показывает быстрый рост до активного периода, но начинает снижаться после него; Коэффициент долговых активов начинает расти после активного периода.
4. Операционный рост: темпы роста доходов выборок колеблются в пределах 22% с 2007 по 2015 год, в то время как темпы роста прибыли испытывают больше колебаний и начинают существенно увеличиваться после активного периода.

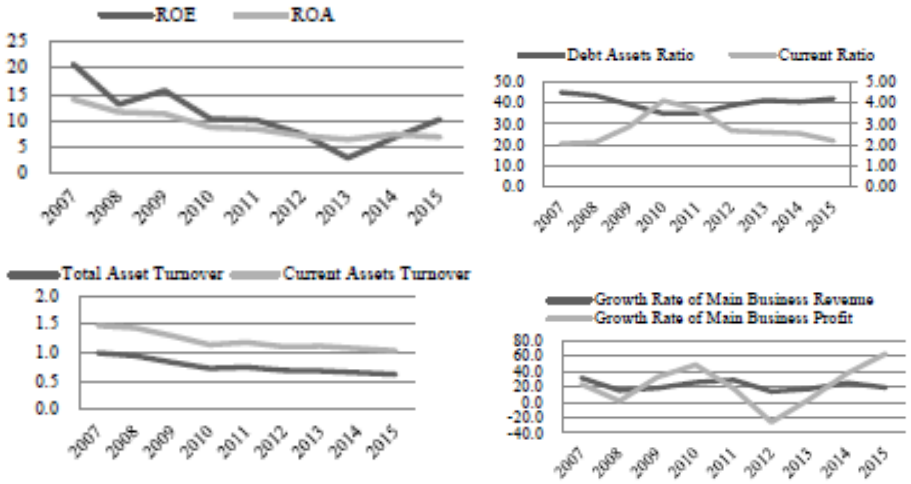

Рисунок 1 – Динамика основных показателей

IV. ЭМПИРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

А. Метод исследования

В настоящее время существует два основных метода исследования эффективности слияний и поглощений: изучение событий и финансовый анализ. Тем не менее, Китай имеет относительно короткую историю рынка ценных бумаг, и цены на акции, скорее всего, будут подвержены манипуляции. Кроме того, существует определенная доля неторгуемых акций в подавляющем большинстве компаний, зарегистрированных на китайском рынке, что также сильно затрудняет оценку деятельности компаний. Кроме того, любые манипуляции с показателями бухгалтерского учета могут быть только временными, изменения в корпоративной деятельности в конечном итоге будут отражены в их бухгалтерской отчетности, если будет предоставлен достаточно продолжительный отчетный период.

Исходя из вышеизложенных причин, в статье применяется метод финансового анализа в анализе эффективности.

Б. Моделирование

Анализ основных компонентов (PCA) может уменьшить размерность данных с потерей меньшего количества данных посредством ортогонального преобразования и помочь исследователям создать более разумную систему оценки.

С. Процесс анализа

1) Ортогонализация данных

Поскольку соотношение активов и пассивов и коэффициент текущей ликвидности являются индикаторами восстановления и умеренности, в то время как другие индикаторы являются положительными индикаторами, данные должны быть приведены перед анализом основного компонента.

2) Анализ применимости PCA

Согласно результату теста КМО и Бартлетта, данные образца соответствуют требованиям метода PCA.

3) Извлечение основных компонентов

Согласно результатам PCA, исходные 8 индикаторных переменных заменены 3 новыми компонентными переменными. Эти 3 переменные объясняют 70,65% от общей дисперсии и обладают сильной способностью описывать производительность корпораций. Коэффициент вклада дисперсии основных компонентов различается между этими 3 переменными: с коэффициентом до 44,49%, Компонент 1 (Y_1) является первым компонентом и в основном объясняет характеристики X2, X3 и X4; Компонент 2 (Y_2) имеет показатель 33,84% и в основном объясняет X4 и X5; Коэффициент вклада дисперсии Компонента 3 (Y_3) составляет 21,67%, и этот компонент в основном объясняет X8.

Мы можем построить модель эффективности года M & A для приобретающей стороны:

$$S\ (jt0) = 0{,}44*Y_1 + 0{,}34*Y_2 + 0{,}22*Y_3\ (1),$$

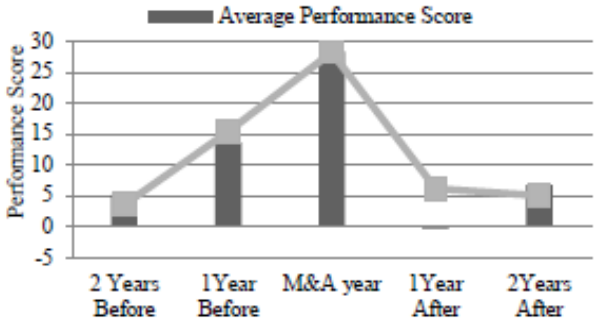

Рисунок 2 – Изменения показателей в 5-летнем цикле M&A

4) Анализ результатов

Как видно на рис.2, средняя производительность непрерывно растет в течение первых двух лет до слияния и поглощения и достигает вершины в год проведения сделки. Тем не менее, оценка значительно уменьшается после транзакции и не восстанавливается до второго года после закрытия сделки

M&A.

Кроме того, мы также обнаружили, что средние показатели производительности 58% наших компаний сектора TMT падают ниже предыдущего уровня после сделки, что говорит о том, что деятельность M&A не может значительно улучшить производительность перечисленных компаний TMT на китайском рынке.

V. ВЫВОДЫ

В этой статье, внедряя систему финансовых индексов и используя метод анализа основных компонентов, мы устанавливаем модель оценки эффективности для измерения изменений в производительности китайских компаний рынка TMT, зарегистрированных на бирже с акциями, в течение 5-летнего периода слияний и поглощений. Из результатов анализа сделаны следующие два вывода:

Во-первых, средний показатель эффективности приобретающих компаний TMT ежегодно увеличивается со скоростью 138,23% до года после сделки M&A. Однако это улучшение производительности не является стабильным. Корпоративные результаты общей выборки показали тенденцию к снижению после завершения слияний и поглощений, и снижение в первый год после сделок является наиболее значительным;

Во-вторых, деятельность по слияниям и поглощениям не оказывает существенного влияния на улучшение показателей деятельности китайских компаний-приобретателей TMT, и показатели более половины нашей выборки явно ниже, чем до слияния и поглощения.

Процесс слияния и поглощения обычно состоит из длительного операционного цикла, и многие аспекты процесса могут повлиять на эффективность слияния и поглощения. Таким образом, перечисленные компании TMT должны быть более осторожными при принятии решений о слияниях и поглощениях. Кроме того, соответствующие государственные ведомства должны также ускорить совершенствование правил и политики в этой области.

Список использованных источников:

1. Jun, Liu. An Empirical Study on M&A Effect of Domestic Listed Companies / Liu Jun, Yu Pengyi // Shanghai Finance. - 2010. - № 12. - С. 42-45.

2. Meeks, G. Disappointing Marriage: a Study of the Gains from Merger / G. Meeks // New York: Cambridge University Press, 1977. - 109 с.

3. Megginson, W. Benefits of mergers / W. Megginson, A. Moregan // Journal of Finance. - 2007. - № 3. - С. 12-13.

4. Moeller, S.B. Firm Size and the Gains from Acquisitions / S.B. Moeller, F.P. Schlingemann, R.M. Stulz // Journal of Financial Economics. - 2008. - № 73 (2). - С. 201-228.

5. Schwert G.W. Mark-up Pricing in Mergers and Acquisitions / G.W. Schwert // Journal of Financial Economics. - 1996. - № 41 (2). - С. 153-192.

6. Shanmin, Li. Research on Long - term Performance in Asset Reorganization of Chinese Listed Companies / Li Shanmin, Wang Caiping, Zeng Zhaozao, Chen Yugang, Zhu Tao // Management World. - 2004. - № 9. - С. 131-136.

УДК 338.45

Родонежская И.В.

АНАЛИЗ ДВИЖЕНИЯ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Тачкова И.А.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
Rodonezhskaya32@yandex.ru

В современных условиях хозяйствования на отечественных и зарубежных рынках наблюдается тенденция увеличения спроса на машины, оборудование и транспортные средства, металлы и изделия из них. В статье проведен анализ движения денежных потоков на промышленном предприятии с использованием прямого метода.

Ключевые слова: денежный поток, прямой анализ денежных потоков, промышленное предприятие.

Продукция промышленных предприятий Брянской области традиционно пользуется спросом, как на российском рынке, так и на рынках стран ближнего и дальнего зарубежья. Наибольшим спросом пользуются машины, оборудование и транспортные средства, металлы и изделия из них. Росту промышленного производства будут способствовать меры государственной поддержки предприятий, реализующих проекты по модернизации производства, в том числе импортозамещению и технологическому развитию [2].

Продолжается реализация плана по импортозамещению в Брянской области, в который включены 23 инвестиционных проекта, реализуемых предприятиями промышленности, в том числе инвестиционный проект «Расширение производства продукции, работающей в системе центральной безопасности движения на железных дорогах» для АО «Термотрон-Завод».

Акционерное общество «Термотрон-Завод» хорошо известно на железных дорогах страны высоким качеством выпускаемой продукции. Это, прежде всего оборудование автоматики и телемеханики сигнализации, централизации и блокировки (СЦБ). Успехи завода во многом определяются внедрённой системой качества [1].

Прямой метод анализа движения денежных средств заключается в рассмотрении данных о положительных и отрицательных денежных потоках организации, сформированных на основе кассового метода путем включения в отчет хозяйственных оборотов, связанных с денежными операциями [4].

Для того чтобы раскрыть реальное движение денежных средств в АО «Термотрон-Завод», оценить синхронность поступлений и платежей, а также увязать величину полученного финансового результата с состоянием денежных средств, необходимо выделить и проанализировать все направления поступления и расходования денежных средств.

Рассмотрено движение денежных средств в АО «Термотрон-Завод» за 2015–2017 гг. В результате осуществления деятельности за анализируемый

период предприятие увеличило объем денежной массы в части поступления и оттока денежных средств. Это является положительным моментом деятельности, поскольку говорит о расширении масштабов производства и реализации продукции.

На протяжении анализируемого периода наблюдается превышение притока денежных средств над их оттоком, что обеспечивает достижение положительного значения чистого денежного потока в размере 74798 тыс. руб. в 2017 г. В 2017 г. по отношению к 2016 г. наблюдается увеличение остатка денежных средств на 18496 тыс. руб. или на 32,85 %. В 2015 г. и в 2017 г. денежные потоки от текущих операций имеют положительное сальдо, а в 2016г. сальдо принимает отрицательное значение.

Сумма поступлений от продажи продукции, товаров, работ и услуг имеет положительную динамику. Так, в 2016 г. по отношению к 2015 г. она увеличилась на 11102 тыс. руб. (на 2,07 %), в 2017 г. к 2016 г. – на 386062 тыс. руб. (на 70,42 %). В структуре поступлений от текущих операций поступления от продажи продукции, товаров, работ и услуг составляли в 2017 г. 96,75 %. Сумма поступлений от арендных платежей, лицензионных платежей, роялти и иных платежей имеет разноплановую динамику. Так, в 2016 г. по отношению к 2015 г. она уменьшилась на 928 тыс. руб. (на 65,21 %), а в 2017 г. по отношению к 2016 г. увеличилась на 11522 тыс. руб. (в 23,28 раза). В структуре поступлений от текущих операций поступления от арендных платежей занимали в 2017 г. – 1,24 %. В 2017 г. произошло увеличение суммы прочих поступлений на 19329 тыс. руб. В структуре поступлений от текущих операций прочие поступления составляли в 2015 г. – 0,97 %, в 2016 г. – 0,00 %, а в 2017 г. – 2,01 %, т.е. наблюдается увеличение удельного веса прочих поступлений в общей величине поступлений от текущей деятельности.

С ростом поступлений от текущих операций за анализируемый период увеличиваются платежи. В 2017 г. по сравнению с 2016 г. увеличились на 162212 тыс. руб. или на 26,98 %. Платежи поставщикам (подрядчикам) за сырье, материалы, работы, услуги составляли в 2015 г. 286882 тыс. руб., в 2016г. увеличились на 35,62 %, а в 2017 г. – на 33,42 % по отношению к 2016 г.

Платежи поставщикам (подрядчикам) за сырье, материалы, работы, услуги занимают наибольший удельный вес в структуре платежей по текущим операциям. В 2015 г. их удельный вес составлял 58,85 %, в 2016 г. – 64,71 %, а в 2017 г. – 67,99 %, т.е. наблюдается увеличение доли платежей поставщикам (подрядчикам) за сырье, материалы, работы, услуги в структуре платежей по текущим операциям. Платежи в связи с оплатой труда работников за анализируемый период имели тенденцию к росту, так в 2017 г. по отношению к 2016 г. увеличились на 3161 тыс. руб. и составили 149924 тыс. руб. Платежи в связи с оплатой труда в структуре платежей по текущим операциям составили в 2015 г. 29,19%, в 2016 г. – 24,41%, в 2017 г. – 19,64% соответственно.

Платежи процентов по долговым обязательствам в 2015–2017 гг. имели положительную тенденцию. В 2017 г. по отношению к 2016 г. увеличились на

6503 тыс. руб. или в 4,26 раза и составили 8029 тыс. руб. Платежи процентов по долговым обязательствам в структуре платежей по текущим операциям составляли в 2015 г. 0,00 %, в 2016 г. – 0,25 %, в 2017 г. – 1,05 %.

Налог на прибыль в структуре платежей по текущей деятельности составил 3,46 % в 2017 г. Наблюдается положительная тенденция изменений платежей по налогу на прибыль за исследуемый период. Так, в 2016 г. произошло увеличение на 3592 тыс. руб., в 2017 г. – на 21845 тыс. руб.

Налог на добавленную стоимость в структуре платежей по текущей деятельности в 2015 г. занимал 1,92 %, в 2016 г. – 0,96 % и в 2017 г. – 0,00% соответственно. Наблюдается отрицательная тенденция платежей по НДС за анализируемый период: в 2016 г. произошло снижение на 3550 тыс. руб., в 2017г. – на 5801 тыс. руб. Платежи по иным налогам и сборам и во внебюджетные фонды в 2017 г. увеличились на 17,27 % по отношению к 2016 г. и составили 57705 тыс. руб. В 2017 г. доля платежей по иным налогам и сборам составляла 7,56 %. Прочие платежи имеют разноплановую динамику за анализируемый период, так в 2016 г. они увеличились на 4322 тыс. руб. по сравнению с 2015 г., а в 2017 г. уменьшились на 2012 тыс. руб. к уровню 2016 г. Что касается доли прочих платежей в структуре платежей по текущим операциям, то в 2017 г. произошло уменьшение удельного веса прочих платежей на 0,42 п.п. [3]

Денежные потоки от инвестиционных операций имеют положительное сальдо в 2015 г., а за период 2016–2017 гг. сальдо принимает отрицательное значение.

В 2017 г. поступления от продажи внеоборотных активов увеличились на 4238 тыс. руб. и составили 4356 тыс. руб., т.е. наблюдается увеличение поступлений от продажи внеоборотных активов. Удельный вес данных поступлений в структуре поступлений от инвестиционных операций имеет тенденцию к росту. Так, в 2015 г. их доля составляла 4,03 %, в 2016 г. – 1,71 %, а в 2017 г. – 6,11 %.

Поступления дивидендов, процентов по долговым финансовым вложениям и аналогичных поступлений от долевого участия в других организациях имеют неоднородную тенденцию. В 2015 г. они составили 14920 тыс. руб., в 2016 г. уменьшились на 54,41 %, а в 2017 г. величина поступлений увеличилась на 5523 тыс. руб. или на 81,20 %.

Динамика платежей в связи с приобретением, созданием, модернизацией, реконструкцией и подготовкой к использованию внеоборотных активов также была нестабильна. Так, в 2016 г. величина платежей увеличилась в 8,94 раза по сравнению с 2015 г., а в 2017 г. по сравнению с 2016 г. величина платежей уменьшилась на 22,97 %.

Денежные потоки от финансовых операций имеют отрицательное сальдо в 2015 г. и в 2017 г., а в 2016 г. – сальдо принимает положительное значение.

Поступления денежных средств от финансовых операций наблюдаются только в 2016 г. и 2017 г. Так, в 2017 г. получено кредитов и займов на сумму 21737 тыс. руб. Их удельный вес в 2017 г. в структуре поступлений от финансовой деятельности составил 35,46 %.

В структуре платежей от финансовых операций выделяют платежи на уплату дивидендов и иных платежи по распределению прибыли в пользу собственников, которые в 2015 г. составили 28391 тыс. руб., в 2016 г. к 2015 г. уменьшились 35,30 %, а в 2017 г. к 2016 г. – увеличились на 36,37 % и составили 25051 тыс. руб. Удельный вес этих платежей в 2017 г. составил 15,25%. Прочие платежи от финансовой деятельности осуществлялись лишь в 2015 г. и 2017 г. Их сумма в 2015 г. составила 4000 тыс. руб., а в 2017 г. – 132000 тыс. руб.

Следует отметить, что в АО «Термотрон-Завод» за исследуемый период осуществлялось рациональное управление денежными потоками, о чем свидетельствует увеличение положительного сальдо денежного потока.

Приток денежных средств АО «Термотрон-Завод» в 2015–2017 гг. был обеспечен поступлениями от продажи продукции, товаров, работ и услуг, поступлениями от арендных платежей, лицензионных платежей, роялти, комиссионных и иных аналогичных платежей, прочими поступлениями от текущих операций, поступлениями от продажи внеоборотных активов, поступлениями дивидендов, процентов по долговым финансовым вложениям и аналогичных поступлений от долевого участия в других организациях, поступлениями от полученных кредитов и займов, прочими поступлениями.

Поступления денежных средств в 2017 г. к 2016 г. увеличились на 41,83% и составили 1004059 тыс. руб. Наибольший удельный вес в структуре поступлений денежных средств занимают поступления от продажи продукции, товаров, работ и услуг – 96,02 %, 77,44 % и 93,05 % в 2015–2017 гг. соответственно. Отток денежных средств АО «Термотрон-Завод» имел положительную динамику. Так, в 2017 г. по сравнению с 2016 г. денежный отток увеличился на 41,88 % или на 290907 тыс. руб.

Оценивая приток и отток денежных средств за исследуемый период можно сделать вывод о том, что рост отрицательного потока денежных средств обусловлен ростом объемов производственно-хозяйственной деятельности.

Прямой метод анализа денежных потоков имеет существенный недостаток – не позволяет проанализировать влияние различных факторов на изменение остатка денежных средств во взаимосвязи с изменением показателей, формирующих финансовые результаты деятельности организации.

Список использованных источников:

1. Официальный сайт АО «Термотрон-Завод» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.termotron.ru

2. Официальный сайт Правительства Брянской области [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.bryanskobl.ru

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

4. Черненко, А.Ф. Движение денежных средств: бюджет и отчетность предприятий инновационной сферы деятельности / А.Ф. Черненко, Т.Ю. Онокой // Международный бухгалтерский учет. – 2015. – №39. – С. 50-68.

УДК 338.001.36

Синиченков Ю.Г.

РАЗРАБОТКА ПРЕДЛОЖЕНИЙ ПО ФОРМИРОВАНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ

Научный руководитель: д.э.н., доц. Бабич О.В.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
yury.sinichenkoff@yandex.ru

В статье рассмотрены основные подходы к определению понятия «экономическая стратегия» и ее виды. Основное внимание уделяется разработке предложений по формированию экономической стратегии организации в современных условиях.

Ключевые слова: стратегическое планирование, стратегия, экономическая стратегия.

Стратегическое планирование на данный момент представляет собой существенно важную часть управления компанией и без него невозможна эффективная деятельность организации в условиях рыночной экономики. В современной экономической ситуации неосуществимо достичь положительных итогов, не планируя собственных действий и не прогнозируя последствий. С точки зрения стратегической теории задача деятельности организации состоит в ее стратегии, которая гарантирует компании успех в достижении конечных результатов, помогающих совершенствованию конкурентоспособности.

Важность создания экономической стратегии для российских предприятий, находящихся в современных рыночных условиях, значительно важно, поскольку для привыкания к современным условиям организации должны обладать способностью прогнозировать будущие тенденции развития, используя наряду с этим прогрессивные методы управления [3, с.82].

Таким образом, правильно разработанная стратегия характеризует в значительной мере успех организации. Принимая во внимание тот факт, что современная рыночная экономика определяется значительной динамичностью процессов и в огромной степени сказывается на деятельность организаций, которым необходимы мероприятия, делающие их конкурентоспособными и способствующими достижению результатов.

В начале 50-х годов термин «стратегия» применялся как управленческое понятие. Смысл этого термина был непонятен. Словари описывают стратегию как «науку и искусство развертывания войск для боя». С точки зрения А.Чандлера, стратегия – «это определение основных долгосрочных целей и задач предприятия и утверждение курса действий, распределение ресурсов, необходимых для достижения этих целей. Общеизвестный эксперт в сфере стратегического планирования И. Ансофф дал следующее обозначение стратегии: «Набор правил для принятия решений, которыми фирма руководствуется в своей деятельности» [5, с.51].

Стратегия – это установленная на долгосрочный период времени совокупность форм, ориентиров, направлений, сфер, способов и правил

деятельности, обеспечивающих рост и высокую конкурентную способность организации, укрепляющих позиции на рынке, повышающих способность к выживанию в конкретной ситуации.

Экономическая стратегия организации – это конкретный план мероприятий организации, с помощью которого осуществляется ее деятельность, дальнейшее усовершенствование и управление.

База экономической стратегии состоит в обнаружении стратегических целей, которые приводили бы к сокращению издержек, уменьшению затрат, обеспечению наибольшего прироста уровня конкурентного статуса компании за счет усиления совокупного стратегического влияния потенциала фирмы.

Иначе говоря, экономическая стратегия предполагает результативное достижение целей экономическими методами и средствами [2].

Экономическая стратегия включается в себя следующие виды:

- маркетинговая товарная стратегия – это создание направлений оптимизации товарной номенклатуры и установление перечня продуктов, более используемого для эффективной деятельности на рынке и который обеспечивает результативность работы компании;
- стратегия ценообразования – комплект практических условий и способов, которым следует придерживаться при установлении рыночных цен на определенные виды продуктов и услуг, реализуемых предприятием;
- стратегия взаимодействия фирмы с рынками производственных ресурсов позволяет подбирать наиболее предпочтительных подрядчиков производственных ресурсов и эффективно их распределять;
- стратегия поведения фирмы на рынке денег и ценных бумаг представляет собой разработку правил привлечения дополнительных финансовых ресурсов, направляемых на выяснение текущих финансовых задач и долгосрочное инвестирование;
- стратегия сокращения трансакционных издержек заключается в разработке такого регламента процесса подготовки и завершении юридических договоренностей (трансакций) – соглашений, контрактов и договоров, которые предотвратят возможные казусы, способствующие ухудшению качества заключаемых соглашений и сделок;
- стратегия внешнеэкономической деятельности состоит из выбора правил и приемов действия фирмы на внешнем рынке, как в роли экспортера, так и импортера товаров, и услуг;
- стратегия снижения производственных издержек связана с обеспечением конкурентного преимущества на рынке за счет снижения стоимости на производство продукции или оказание услуг;
- стратегия инвестиционной деятельности заключается в выборе наиболее предпочтительной формы воспроизводства основных фондов;
- стратегия стимулирования персонала заключается в формировании такого мотивационного поля, который даст возможность привлечь штата сотрудников в высокоэффективном удовлетворении условиям рынка;
- стратегия предотвращения несостоятельности (банкротства) – включает в себя обобщение всех элементов составляющих экономическую стратегию,

позволяет спрогнозировать критические ситуации, выработать меры, которые их предотвратят [4].

В настоящий момент не существует единой стратегии для всех организаций, также, как и не существует одинакового универсального стратегического управления. Абсолютно все организации уникальны, соответственно и процесс выработки экономической стратегии оригинален, так как он зависит от массы факторов, таких как размещение предприятий на рынке, ее развития и потенциала, действия конкурентов, свойств и качеств изготавливаемого товара или оказываемых ее услуг, условия экономики и др.

Создание экономической стратегии является полученным результатом проведения целого ряда мероприятия стратегического анализа, который включает в себя оценку воздействия окружающей среды на текущее и будущее состояние положения организации, исследование возможностей организации, оценку ее расположения в определенном секторе рынка, мониторинг преобразования рыночной конъюнктуры рынка и влияние данных факторов на осуществление выбираемой стратегии [1, с. 45].

Рассмотрим перечень базовых принципов создания экономической стратегии и их краткие особенности.

- правильное определение итого финансово-хозяйственной деятельности компании в рамках хозяйственной системы и ее отдельных составляющих. Данное исследование предоставляет возможность определить рентабельные подразделения и действительно осознать экономические способности, что приведет организацию к выбору верного стратегического развития организации.

- выбор стратегического назначения развития бизнеса, содержит лидерство по минимальным расходам, оценку сферы деятельности, расчет себестоимости всевозможных параметров продукта, исследование по покупателям и концентрация на единичном варианте продукции.

- оценка затрат, проведение анализа доходов и расходов на основе методов дисконтирования.

- учет и оценка затрат на различных этапах жизненного цикла организации.

- выбор технологии и методики управления затратами.

- правленческий учет инноваций, создание прогнозов прибылей на основе стратегических отчетов.

- стратегическое ценообразование.

- применение инструментов бухгалтерского инжиниринга, написание балансовых отчетов на основе моделирования.

- увеличение изготовления продукции, связь и взаимосвязь инновационных технологий.

Таким образом, экономическая стратегия – это множество частных взаимоувязанных и взаимообусловленных составляющих элементов, объединяющихся единой глобальной целью – образования и обеспечение значительного уровня конкурентного достоинства организации.

Список использованных источников:

1. Бабич, О.В. Стратегический менеджмент современного предприятия: учебное пособие. / О.В. Бабич. – Брянск: БГТУ, 2014. – 96 с.
2. Горностаева, А.Н. Анализ инновационного развития промышленного предприятия / А.Н. Горностаева, И.Г. Чернышова // Вестник Брянского государственного технического университета. – 2016. - №1 (49). - С. 164-169.
3. Кузнецов, Б.Т. Стратегический менеджмент: учебное пособие / Б.Т. Кузнецов. – М.: ЮНИТИ, 2015. – 623 с.
4. Принципы формирования финансовой стратегии предприятия [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.m-economy.ru
5. Фомичев, А.Н. Стратегический менеджмент: учебник для вузов / А.Н. Фомичев. – М.: Дашков и К, 2016. – 468 с.

УДК: 331:658.3

Слесарева Н.А.

ИННОВАЦИИ В СФЕРЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Научный руководитель: к.т.н., доц. В.В.Евенко
ФГБОУ ВО «Брянский государственный технический университет»
Россия, г. Брянск
natasha.akilova@gmail.com

Актуальность рассмотрения персонала в инновационном развитии предприятия обусловлена тем, что эффективность деятельности, как небольших организаций, так и крупных компаний, во многом зависит от человеческого капитала, кадрового потенциала предприятия, умения организовать и руководить человеческими ресурсами, обеспечивать функционирование и развитие системы управления.

Ключевые слова: инновации, управление кадрами, персонал, инновационное развитие, роль персонала.

В современных условиях инновационное развитие системы управления персоналом является ключевым показателем эффективного управления организацией, поскольку человеческие ресурсы являются капиталом организации.

Любое нововведение, внедренное в организации, представляет собой сложный процесс, включающий множество внутренних подсистем и имеющий трудно определяемый показатель эффективности внедрения. В настоящее время ни экономическая литература, ни законодательная и нормативная база не имеют общепринятой терминологии в сфере инновационной деятельности. Аналогичным образом, в настоящее время нет универсальных показателей, позволяющих оценить эффективность любого внедренного или внедряемого нововведения[1].

Таким образом концепциявнутриорганизационных инноваций фактически охватывает весь спектр продуктов, процессов или подходов к социальным услугам, которые являются новыми для этой конкретной организации, независимо от того, использовались ли они когда-либо в других организациях. Целью внедрения любого нововведения является повышение

эффективности деятельности организации в целом, в то время как работа отдельных подсистем организации в результате внедрения инноваций претерпевает значительные изменения, деятельность других подсистем оказывается затронутой частично или вообще не меняется.

Под управленческим нововведением понимается любой организованный метод принятия решений, система, процедура или метод управления, который существенно отличается от сложившейся в организации практики и впервые ею используемой [3].

Система управления персоналом, безусловно, возникнет с момента начала работы любого предприятия, если оно хочет добиться успеха, и имеет ряд особенностей, присущих любым инновациям. Это решение конкретных проблем организации, неопределенность результата, возможное сопротивление сотрудников и возникновение конфликтных ситуаций, мультипликационный эффект [4].

Способ развития компании напрямую зависит от управления инновациями в организации, а именно от работы управления персоналом или системы управления персоналом. Кадровая инновация или управление инновациями в кадровой службе относится к подсистеме всей системы управления инновациями компании. Управление персоналом в любой организации занимается кадровая служба. Раньше для кадровых служб было достаточно заботиться о поддержке документации организации, но в настоящее время отдел кадров выполняет многие другие требования компании, так как сейчас большое внимание уделяется человеку в системе управления, требующему большого внимания.

Чтобы добиться наилучших результатов в работе с персоналом, необходимо придерживаться инновационных методов управления, без которых в настоящее время невозможно реализовать кадровые программы в развитии общества. Существует несколько вариантов инноваций в методах управления организации, реализация которых напрямую зависит от решения директора организации и ресурсов, выделяемых на реализацию инновационной деятельности.

Видение каждого отдельного сотрудника как индивидуальности дает толчок таким направлениям, как разработка эффективной системы сертификации персонала, разработка системы мотивации сотрудников, управление карьерой сотрудника [3,5].

Любой организации необходимы только те инновации в управлении персоналом, необходимость которых ясна и понятна всем сотрудникам и которые объединены управленческими и экономическими потребностями конкретной компании. Для этого сначала необходимо найти ряд ключевых проблем, для которых необходимо такое решение, затем проанализировать решения одной из выявленных проблем и в последствии отбирать подходящий вариант. И, если эта реализация будет успешной, – инновация внедрена в жизнь. В будущем инновации в управлении персоналом анализируются, по мере необходимости, корректируются[2].

Существует ряд обстоятельств, которые обосновывают потребность

организаций в инновационных кадровых технологиях и предопределяют основные направления их развития:

– повышение уровня подготовки персонала: разносторонне образованные работники требуют большей свободы и независимости на рабочем месте;

–появление новых, прежде всего информационных, технологий предполагает обязательную переподготовку как работников, так и руководителей;

–формирование новой трудовой этики: в связи с развитием проектных и командных форм работы все больше внимания будет уделяться личности работника;

В целях эффективной деятельности система управления персоналом должна содержать оптимальные методы и технологии, соответствующие основополагающим принципам. В то же время инновационные технологии в управлении персоналом можно рассматривать как:

–новые, повышающие эффективность организации, методы управления персоналом. Например, появление новых способов коммуникации (интернет. телефон) привело к резкому повышению эффективности деятельности организаций за счет увеличения скорости передачи информации в пространстве и времени;

–традиционные технологии внедрения инноваций в работе с персоналом организации–предполагает использование в рамках старой процедуры нового элемента управления. Например, традиционная процедура отбора сотрудников в резерв управленческого персонала может быть дополнена инновационным методом выявления генетических маркеров лидерства.

Инновации в системе управления персоналом могут быть реализованы в следующих формах:

–с постепенным усовершенствованием отдельных качеств работы персонала;

– в форме конструктивного, прерывистого совершенствования всей системы управления персоналом в целом (прорывные). При этом, поступательное улучшение не сопряжено с резкими изменениями итогов деятельности персонала организации, оно как правило никак не затрагивает структурные изменения. В наиболее общем виде его можно представить, как долгосрочное непрерывное улучшение с привлечением предельного количества сотрудников. [1].

Одним из наиболее важных инновационных подходов к управлению персоналом, в отличие от классических, является система отбора персонала, поскольку работа в инновационной организации предъявляет дополнительные требования к потенциальному сотруднику. В дополнение к традиционным качествам (опыт, теоретические знания, усердный труд) ему необходимо обладать творческим потенциалом, гибкостью и подвижностью мышления, способностью адаптироваться к быстро меняющимся условиям, и способностью учиться и переучиваться [2].

Помимо стандартных методов оценки потенциала сотрудников, руководитель также прибегает к качественной оценке, которая включает в себя

учет творческих качеств личности. Специалисты, работающие в направлении систематизации нововведений в области управления персоналом, выделяют несколько направлений, основанных на использовании современных телекоммуникационных систем, которые направленны на:внедрение современных компьютерных технологий в процесс сбора и анализа данных; создание виртуального офиса - это система прямого доступа и активного взаимодействия людей, которые находятся далеко друг от друга.

Основной целью инноваций в управлении персоналом является обеспечение организации сотрудниками, которые постоянно генерируют инновации во всех сферах своей деятельности, профессионального и социального развития персонала на благо как самих сотрудников компании, так и общество в целом.

Таким образом, чтобы успешно функционировать, любой организации необходимо изменяться. В условиях современной кадровой работы инновация – это насущная необходимость.

Список использованных источников:

1.Белоконева, А.А. Инновации в управлении персоналом / А.А. Белоконева, А.В. Дудкина, О.А. Морозова // Материалы VII Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум». – 2014. -№4. – С.17-23

2.Власова, А.А. Особенности инновационной деятельности в управлении персоналом / А.А. Власова, Ю.А. // Управление трудовыми ресурсами. – 2012. - № 5. – С. 26-30

3.Дмитриева, М.Н. Инновационное управление: опыт, проблемы, перспективы / М.Н. Дмитриева // Молодой ученый. –2014. - №16. –С. 235-238.

4.Кудрявцева, Е.И. Инновационные технологии в кадровом менеджменте / Е.И. Кудрявцева // Управленческое консультирование. – 2013. - № 2. – С. 5-16.

5.Белеванцева, Н.М Модель системы показателей интеллектуального потенциала инжинерно-технических работников промышленного предприятия/ Н.М. Белеванцева, В.В.Евенко, А.Г.Подвесовский// инновационный путь развития экономики регионов. Междунар. науч.-практ. конф. г.Брянск, 28 июня 2013 г.: сб.науч. трудов/ под ред.О.Н.Федонина, Н.В. Грачевой, В.В.Одиноченкова. – Брянск: БГТУ, 2013. – С.118–127.

УДК 338

Скоблик Ю.А.

ПОВЫШЕНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Научный руководитель: д.э.н., доц. Бабич О.В.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г.Брянск
vitonchik@mail.ru

Актуальность темы заключается в том, что для обеспечения конкурентоспособности предприятия в долгосрочной перспективе особое значение приобретает развитие

инновационного потенциала предприятия, который в совокупности с научно-техническим, производственно-технологическим, финансово-экономическим и кадровым потенциалами формирует общий потенциал, то есть силу, мощь, возможности и способности предприятия, существующие в скрытом виде и способные проявиться при определенных условиях.

Ключевые слова: инновации, инновационный потенциал, прибыль, конкурентоспособность.

В условиях экономической нестабильности и санкционных ограничений возрастает актуальность развития инновационной деятельности. В статье проведен анализ состояния инновационной деятельности в Российской Федерации и обозначены перспективные направления ее развития.

Промышленное предприятие - это самостоятельно хозяйствующий субъект, имеющий статус юридического лица в форме коммерческой организации, созданный в предусмотренном ГК РФ порядке и занимающийся предпринимательской деятельностью в одной из отраслей промышленности, осуществляющий производство и реализацию продукции в целях удовлетворения рыночного спроса в ней и получения на этой основе прибыли.

В зависимости от сферы деятельности каждое предприятие приобретает отраслевую направленность (промышленность, сельское хозяйство, транспорт, связь и т.д.), в соответствии с этим предприятие, осуществляющее свою деятельность в рамках такой отрасли народного хозяйства, как промышленность, носит название «промышленное предприятие» [3].

Промышленное предприятие всегда занимается производством и сбытом различных видов продукции, как производственно-технического назначения, так и товаров конечного потребления, предназначенных для удовлетворения и личного спроса, так называемых товаров народного потребления.

Не вызывает сомнения, что сфера инновационной деятельности остается одной из ключевых в экономике, так как значение инновационного механизма, его рычагов стимулов, проводящих каналов имеет ключевое значение для развития рыночных процессов в условиях трансформации экономики. Очень важно глубоко вникать в сущность и специфику инновационных процессов, протекающих по законам рынка, а в экономической политике активно использовать конкурентные стимулы к инновационному развитию отдельных предприятий [4].

В условиях современного экономического положения глубокий анализ и широкое обсуждение вопросов, связанных с взаимодействием инновационных и конкурентных отношений будет, несомненно, полезным для принятия стратегических решений на уровне различных отраслей и предприятия.

Таким образом, переход предприятия к инновационному развитию требует разработки соответствующих методов управления. Одним из таких методов может стать оценка инновационного потенциала предприятия.

Инновационный потенциал предприятия принято рассматривать в широком и узком смыслах [2].

Инновационный потенциал предприятия (в широком смысле) – это экономические возможности, определяющие способности организаций к

эффективному вовлечению в хозяйственный оборот новых технологий.

Инновационный потенциал предприятия (в узком смысле) – множественная совокупность ресурсов различных видов, необходимых для осуществления инновационной деятельности субъекта хозяйствования.

Согласно стратегии развития государства до 2020 года одним из важнейших приоритетов является перевод всех отраслей промышленности на инновационный путь развития, что способствует переходу российской экономики на новый технологический уровень. Процессы глобализации промышленной деятельности требуют технологического прорыва, революционных и эволюционных инноваций, способствующих эффективному и прогрессивному развитию экономики страны [1].

Необходимость осуществления инновационной деятельности обусловлена тем, что все существующее стареет. Если предприятие не будет разрабатывать новые модификации товаров, не будет обновлять парк оборудования, что способствует снижению себестоимости, то из-за высокой конкуренции данное предприятие окажется банкротом, товары и услуги окажутся невостребованными.

По уровню и динамике инновационного развития отечественная промышленность в четыре–шесть раз отстает от ведущих индустриальных держав (Швейцария - 60,2%, Бельгия - 59,7%; Германия - 58,9%; Австрия - 52,5%, Финляндия - 52%; Великобритания - 45,7%) и в 2–3 раза от большей части государств Центральной и Восточной Европы.

Осуществление инновационного процесса и инновационной деятельности возможно только в условиях наличия предпосылок и импульсов к реализации инновации. Поэтому необходимо выделить следующую ключевую характеристику инновационного развития — это инновационный потенциал. Впервые он был введен в экономический оборот К. Фридманом, охарактеризовавшим инновационный потенциал как возможности, которыми располагают предприятия для собственной инновационной деятельности или степень готовности к выпуску инновационной конкурентоспособной продукции. В настоящее время понятию инновационный потенциал уделяется пристальное внимание среди ученых-экономистов. Обобщая имеющиеся в экономической литературе «ресурсные определения» можно сделать следующий вывод, что в состав инновационного потенциала входят следующие ресурсы:

– финансовые (собственные, заемные, бюджетные, инвестиционные, грантовые);

– материальные (исследовательское, экспериментальное и лабораторное оборудование, опытно-приборная база);

– интеллектуальные (технологическая документация, лицензии, патенты, изобретения).

Также к ресурсам, образующим инновационный потенциал, относят:

– кадровые (специалисты в сфере маркетинга, планирования и прогнозирования скрытых потребностей покупателей);

– инфраструктурные (собственные подразделения НИР и ОКР, патентнолицензионный отдел);

– дополнительные источники повышения результатов инновационной деятельности.

Поэтому инновационный потенциал характеризует степень готовности предприятия к переходу к инновационной модели воспроизводства и выражает наличие соответствующих экономических ресурсов для осуществления инновационной деятельности.

Действенным инструментом, способным оказать помощь в разработке и дальнейшей корректировке инновационной стратегии, является проведение постоянного технологического мониторинга состояния инновационного потенциала.

Систематическая оценка инновационного потенциала позволит отслеживать наметившиеся позитивные или негативные тенденции, что даст возможность корректировать направления инновационного развития и прогнозировать вероятность и характер результатов инновационной деятельности.

Для активизации инновационной деятельности на уровне предприятия в целом требуется проработка вопросов определения необходимых функций по управлению инновационными изменениями, оптимального распределения этих функций между руководителями, отделами и подразделениями. В таком случае станет возможным учет и анализ всех составляющих инновационного потенциала, что обеспечит объективную информационную поддержку принимаемых решений, связанных с инновационной деятельностью предприятия [5].

Важным условием для развития страны является обеспечения программ инноваций и модернизации, которые могут обеспечить спрос на высокий уровень квалификации и кадры, которые подготавливаются в государственной системе образования [6].

Инновационный потенциал страны зависит от таких факторов как дороговизна рабочей силы, величина российского рынка, исходный технологический задел - основа технологического и инновационного развития.

К сожалению, в настоящее время Россия в различных рейтингах по инновационному развитию занимает невысокие позиции, поэтому перспективными задачами для нашей страны на мировой арене признается достижение лидерства в инновационной области. Для достижения высоких результатов в инновационной сфере нужно применять системное управление, повышение стоимости труда и его качества, проектирования институтов. Именно инновационный потенциал определяет будущее развитие экономики регионов и всей России.

Список использованных источников:

1. Агентство Стратегических Инициатив [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://asi.ru/.

2. Бабич, О.В. Инновационная составляющая развития производственного потенциала региона / О.В. Бабич, Т.Г. Пусь // Экономика и

предпринимательство. – 2017. - №8 (ч.3) (85-3). – С. 329-332.

3. Глобальный инновационный индекс [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://lib.ieie.su/docs/2015/Russia_v_zerkale02_Globalnyj_Innovacionnyj

4. Игольникова, И.В. Стратегические факторы социально-экономического развития региона / И.В. Игольникова, А.А. Аксенов // Экономика. Социология. Право. - 2018. - №4(12). - С. 40-43.

5. Федеральный бюджет на 2014-2016 года. Расчеты аналитического отдела [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://minfin.ru/ru/

6. Babich, O.V. Innovative Process Management Model Given the Dynamic Capabilities of an Industrial Enterprise / O.V. Babich, L.S. Mityuchenko, I.G. Chernyshova // 31st International Business Information Management Association Conference (IBIMA): 25-26 April 2018, Milan, Italy. – P. 6557-6565.

УДК 330

Стёпкина А.В,
Тарасенко А.А.

РОЛЬ ПЕРСОНАЛА В ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Научный руководитель: к.т.н., доц. В.В. Евенко.
ФГБОУ ВО «Брянский государственный технический университет» Россия, г. Брянск
arina_stepkina@mail.ru , alena.tarasenko.98@mail.ru

Сущность инновационного потенциала персонала как инновационного актива организации сконцентрирована в уникальных знаниях и компетенциях сотрудников и проявляется в моделях инновационного поведения, поддерживающего цели инновационного развития организации. В рамках поведенческого подхода представлена модель, основанная на связи соответствующих индивидуальных и организационных факторов, обеспечивающих сонаправленность векторов развития работника и организации, в которой организационная среда выступает как источник внутренней мотивации работника к самореализации и саморазвитию.

Ключевые слова: инновационный потенциал персонала, развитие персонала, система, динамические способности организации.

Любая организация, выбирая стратегию развития на основе инноваций, делает ставку на персонал. Однако наличие работников, обладающих самыми современными знаниями и навыками, в сочетании с достаточными финансовыми, организационными и техническими ресурсами не дает гарантии того, что способности персонала будут эффективно задействованы в целях инновационного развития предприятия. По признанию экспертов, даже в компаниях, для которых инновации – основной вид деятельности, инновационная активность не является доминирующей характеристикой сотрудников [4]. Проблема заключается в неспособности организации создать действенные механизмы управления инновационным потенциалом персонала.

На современном этапе совершенствования развития российской экономики, в частности внедрения приоритетных инновационных проектов в

процесс производства, заметна тенденция недоиспользования имеющихся возможностей в полной мере. Причин, препятствующих инновационной активности, целое множество; помимо отсутствия необходимого объема капитала и государственной поддержки предприятий, быстрого морального износа оборудования, немаловажным фактором является уровень квалификации и слабая мотивация работников.

Недостаточная информированность кадрового состава относительно перспектив новейших разработок, возможности проведения в жизнь появившихся идей сказывается на реализации инновационной деятельности еще в процессе технической подготовки производства. Современная профессиональная квалификация работников большинства предприятий России не способна отвечать требованиям инновационной политики, и проблема заключается не в сомнительной компетентности организаций, а в слабой вузовской подготовке будущего работника. На этой стадии задача правительства - оказывать всяческое содействие подготовке специалистов в высших учебных заведениях, усовершенствованию не только теоретических, но и практических навыков студентов.

В то же время руководителям предприятий следует непрерывно проводить обучение и переквалификацию новых сотрудников, а также специалистов, поскольку ничто не стоит на месте, постоянно модернизируется и процесс производства, важно уметь своевременно реагировать на происходящие изменения. Необходимо учитывать тот факт, что только совместно с кадровым потенциалом научные разработки будут являться залогом дальнейшего успеха организации.

Единственная причина, по которой организации выбирают путь развития на основе инноваций, состоит в стремлении обеспечить свое превосходство на рынке. Опыт компании - лидеров доказывает, что долгосрочная конкурентоспособность в высокодинамичной бизнес - среде зависит не только от способности организации предложить новые продукты и услуги, но и в значительной степени от того, насколько эффективно она способна использовать свои ресурсы для инноваций, создавая тем самым трудно копируемые преимущества. Такой подход предполагает, что работники на всех уровнях организации воспринимаются как инновационный капитал , представляющий собой ценные, редкие, трудно имитируемые и невзаимозаменяемые ресурсы [2] , поскольку именно уникальные свойства сотрудников способствуют появлению новых продуктов и технологий, обновлению организационных процессов и процедур, обеспечивая тем самым конкурентные преимущества организации на основе инноваций.

Следовательно, ключевые аспекты управления ИПП как инновационным активом организации включают:

1) специфические характеристики ИПП, определяющие его положительное влияние на реализацию инновационных целей организации;

2) личностные и организационные механизмы управления инновационным потенциалом работника как носителя способности к инновационным преобразованиям [1, 3].

Руководителям предприятий следует непрерывно проводить обучение и переквалификацию новых сотрудников, а также специалистов, поскольку ничто не стоит на месте, постоянно модернизируется и процесс производства, важно уметь своевременно реагировать на происходящие изменения. Необходимо учитывать тот факт, что только совместно с кадровым потенциалом научные разработки будут являться залогом дальнейшего успеха организации. Мотивация кадровых инноваций должна происходить с самого начала процесса, имеется в виду даже не столько материальная, сколько личностная мотивация новатора, общественное одобрение и саморазвитие работника. Порой моральное поощрение для человека важнее всяческих наград. На данном этапе развития инновационной политики России большое количество предприятий находится на ступени подготовки модели управления передовыми технологиями, так как преимущественно от управления ходом инновационных процессов зависит продуктивность реализуемого проекта [5].

Недостаточно заинтересовать сотрудников идеей перемен, важно наладить кропотливую работу по ее реализации. В коллективных проектах управление персоналом в разработке нововведений должно быть организовано грамотно, в процессе подбора проектной команды должны учитываться и профессиональные способности сотрудников, и психологические особенности каждого. Это необходимо для разрешения конфликтов, в случае временных неудач и кадровых реформ, поскольку одним из неотъемлемых свойств инновационных процессов является их неопределенность из-за поиска наиболее подходящих решений, необходимости возврата к предыдущим стадиям. Успех любого проекта, в первую очередь, зависит от профессионального уровня и квалификации сотрудника, выполняющего его реализацию, ответственности и заинтересованности в успехе своей деятельности.

Список использованных источников:

1. Анискин, Ю. П. Корпоративное управление инновационным развитием/ Ю. П. Анискин. – М.: Омега- Л, 2015. – 411 с.

2. Базилевич, А. И. Инновационный менеджмент предприятия/И. А. Базилевич. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – С. 166.

3. Белеванцева, Н. М Модель сиситемы показателей интелектуального потенциала инженерно-технических работников промышленного предприятия/ Н. М. Белеванцева, В. В. Евенко, А. Г. Подвесовский// Инновационный путь развития экономики регионов. Междунар. науч.-проект. конф. г.Брянск, 28 июня 2013 г.: сб. науч. трудов/ под ред. О. Н. Федонина, Н. В. Грачевой, В. В. Одиноченкова. – Брянск: БГТУ, 2013. – С.118-127

4. Вертакова, Ю. В. Управление инновациями: теория и практика/Ю. В. Вертакова, Е. С. Симоненко. – М.: Эксмо, 2014. – С. 231.

5. Завлина, П. Н. Основы инновационного менеджмента: теория и практика / П.Н. Завлина, А.К. Казанцева, Л.Э. Миндели. – М.: Экономика, 2015. – 475 с.

УДК 332.1

Тарасова Е.А.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ

Научный руководитель: д.э.н., доц. Бабич О.В.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
tarasovaelena2@yandex.ru

В настоящее время проблема повышения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов играет огромную роль. Анализ и изучение вопросов повышения конкурентоспособности в сфере продажи товаров и/или услуг очень важная задача современного бизнеса. Отслеживая динамику конкурентоспособности хозяйствующего субъекта, все участники могут получить важную информацию для принятия необходимых управленческих решений.

Ключевые слова: конкурентоспособность, экономика, направления повышения эффективности деятельности, эффективность.

Понятие конкурентоспособности может применяться как по отношению к характеристике товара и/или услуг, так и в сравнительной характеристике отдельных компаний, отраслей и стран на мировом рынке. Уровень конкурентоспособности предприятия – важнейший фактор, определяющий, сможет ли фирма стать успешной.

В современной науке вопросам конкурентоспособности уделяется все больше внимания. Это связано, в большей степени, с появлением большого количества аналогичных товаров и/или услуг, которые оцениваются потребителями не только с точки зрения платежеспособности, но и по степени удовлетворения их потребностей [1].

Для того, чтобы предприятие успешно функционировало на выбранном сегменте рынка, необходимо повышать и укреплять уровень конкурентоспособности, который зависит от ряда факторов. В свою очередь, фактор конкурентоспособности – представляет собой такую причину, которая нужна и ее достаточно для изменения одного или нескольких критериев конкурентоспособности.

При соблюдении и правильном управлении факторами конкурентоспособности, предприятие может длительное время оставаться на высоком уровне в выбранном сегменте рынка [2].

Факторов конкурентоспособности великое множество. В современной науке, факторы конкурентоспособности можно объединить в несколько групп (табл. 1).

На основе представленных данных можно сделать вывод о том, что большинство авторов в современной науке подразделяют факторы на семь признаков, каждый из которых делится на соответствующее число анализируемых факторов. Влияние каждого фактора из перечисленных признаков будет иметь существенное значение на уровень конкурентоспособности предприятия.

В конкурентной политике предприятия относительно производимого товара и/или услуги принимаются во внимание, прежде всего его/её функциональное назначение, уровень, показатели качества и др.

характеристики, которые могли бы лучше удовлетворить клиентов, чем предприятия-конкуренты.

Таблица 1 - Классификация факторов конкурентоспособности [4]

Признак классификации	Факторы
Сфера действия	Макроэкономические Мезоэкономические (отраслевые) Микроэкономические
Происхождение	Основные (природные) Развитые (искусственные)
Специализация	Общие Специализированные
Этапы обеспечения	Производственные Сбытовые Сервисные Рыночные
Социально-экономическая природа	Ресурсы Инфраструктура
Интенсивность воздействия	Малозначительные Значительные Очень значительные
Характер воздействия	Положительные (благоприятные) Отрицательные (неблагоприятные)

Обеспечение такой потребительской ценности товара и/или услуги, которая включала бы все положительные характеристики, является важным условием выживания как товара и/или услуг на рынке, так и предприятия в целом [5].

Предприятие, которое создает конкурентоспособный товар и/или услугу применяет для этого различные стратегии и направления повышения конкурентоспособности, а именно [6]:

- добиваться весомого отличия производимого товара и/или услуги от товаров и/или услуг предприятия-конкурентов;
- выбрать из всех производимых товаров и/или услуг наиболее привлекательную или востребованную услугу (товар) и совершить прорыв на выбранном сегменте рынка;
- попытаться найти новое применение выпускаемым товарам и/или услугам;
- постараться найти выход на новые рынки как со старым товарами (услугами), так и с новыми;
- осуществлять изменения товаров и/или услуг в соответствии с меняющимися предпочтениями потребителей;
- вести постоянный мониторинг сервисного обслуживания производимых товаров и/или услуг.

Таким образом, появление на соответствующем сегменте рынка все большего количества предприятий–конкурентов вынуждает любой хозяйствующий субъект в достаточно короткие сроки выпускать новые товары и/или услуги, которые будут удовлетворять потребности клиентов и приносить

прибыль [3].

В современных условиях, предприятия должны вести постоянный контроль за конкурентами для того, чтобы вовремя выявить тенденции их развития. Так же, в постоянно изменяющихся условиях экономики предприятия должны контролировать свой уровень конкурентоспособности и постоянно его повышать, чтобы не потерпеть крах.

Список использованных источников:

1. Адаева, Т.Ю. Организационные факторы и резервы повышения конкурентоспособности предприятия: автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.05 / Т.Ю. Адаева. – Пенза: Изд-во Пензенского гос. Ун-та, 2009. – 27 с.

2. Бабич О.В. Актуальные проблемы управления конкурентоспособностью организации / О.В. Бабич, М.И. Перькова // Финансовая экономика. – 2018. - №5 ч.11. – С. 1283-1285.

3. Лексин, В.Н. Государство и регионы. Теория и практика государственного регулирования территориального развития: монография / М.В. Лексин, А.Н. Швецов – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. - 368 с.

4. Макалов, Г.Ф. Система обеспечения конкурентоспособности предприятия: практическое пособие по качеству для руководителей и специалистов предприятий./ Г.Ф. Макалов - Тольятти, 2000. – 54 с.

5. Старовойтов, М.К. Эффективность и конкурентоспособность современной российской корпорации: дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05 / М.К. Старовойтов. – Москва, 2001. - 324 с.

6. Чернышова, И.Г. Методы оценки эффективности товарной политики промышленного предприятия / И.Г. Чернышова // Финансовая экономика. - 2018. - №8. - С. 524-527.

УДК: 631.158:658.522

Теплая О.С.

ПУТИ НАРАЩИВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Игольникова И. В.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
oa121297ta@yandex.ru

В статье рассматриваются понятия производственного потенциала предприятия, основных средств, трудовых и материальных ресурсов. Осуществляется исследование факторов, влияющих на наращивание производственного потенциала предприятия и на эффективность производства в целом.

Ключевые слова: Производственный потенциал предприятия, производственные ресурсы, основные средства, материальные ресурсы, трудовые ресурсы.

М.К. Старовойтов и П.А. Фомин определяют производственный потенциал как « систему экономических отношений, возникающих между хозяйствующими субъектами на макро- и микроуровнях по поводу получения максимально возможного производственного результата, который может быть

получен при наиболее эффективном использовании производственных ресурсов».[1]

К производственным ресурсам, которые характеризуют производственный потенциал предприятия относят: основные средства, материальные и трудовые ресурсы предприятия.

Современные ученые по разному трактуют понятие основные средства. По мнению Б. А. Ройзберга и Л. Ш. Лозовского «Основные средства — это совокупность материально-вещественных ценностей, используемых в качестве средств труда и действующих в натуральной форме в течение длительного времени (свыше одного года) как в сфере материального производства, так и в непроизводственной сфере».[2] Данное определение наиболее точно отражает сущность данного термина.

Материальные ресурсы предприятия - это используемые в процессе производства предметы труда, к которым относятся основные и вспомогательные материалы, полуфабрикаты и комплектующие изделия, топливо и энергия на технологические нужды.

Трудовые ресурсы предприятия – использование персонала, занятого в основной деятельности организации, включая производственные, коммерческие, управленческие и другие процессы. Другими словами это дееспособные люди с должным уровнем квалификации и образования, которые обеспечивают предприятию достойные условия нахождения на рынке.[3]

Трудовые и материальные ресурсы тесно взаимосвязаны друг с другом и составляют основу каждого предприятия.

Иначе говоря производственный потенциал предприятия – это вероятный объем производства продукции, потенциальные возможности основных средств, квалифицированных кадров и использования сырья и материалов.

Для того, чтобы повысить производственный потенциал производственного предприятия необходимо повышать эффективность использования данных элементов, так как они напрямую характеризуют производственный потенциал.

Существует несколько основных способов наращивания производственного потенциала на предприятии:

1. Наращивание потенциала за счет повышения эффективности использования основных средств предприятия.
2. Наращивание потенциала за счет повышения эффективности использования трудовых ресурсов.
3. Наращивание потенциала за счет повышения эффективности использования материальных ресурсов.

Далее рассмотрим каждый из способов более подробно.

Важнейшим показателем повышения уровня эффективности использования основных средств предприятия является рост объемов производимой им продукции или оказываемых услуг.

Одним из ключевых факторов, способствующих повышению эффективности основных средств предприятия является их модернизирование и технико- физическое усовершенствование. Внедрение высоких технологий на

производство, замена устаревшего оборудования, обновление программного обеспечения позволяет наращивать уровень механизации и автоматизации производства, повышать производительность труда рабочих, сокращать малоэффективные штатные единицы, способствует экономии материальных ресурсов, а так же повышает культуру и безопасность производства.

Значительная часть эффективности использования основных средств базируется на продолжительности работы машин и механизмов на предприятии, наличии или отсутствии простоев, скорости реагирования обслуживающего персонала на неполадки. Выделяются следующие причины межоперационных и круглосуточных простоев оборудования: отсутствие стабильности в обеспечении рабочих мест материалами, полуфабрикатами, электроэнергией, комплектующими изделиями, оснасткой и т.д., несогласованность пропускной способности отдельных цехов; неудовлетворительная организация технического и профилактического обслуживания и ремонта оборудования[4].

Совокупность резервов улучшения использования основных средств предприятия разделена на три большие группы, каждая из которых разделена на подвиды, рассмотрим их более подробно в таблице 1.

Таблица 1- Факторы улучшения использования основных средств предприятия

Техническое совершенствование средств труда	Техническое перевооружение на базе комплексной автоматизации и внедрение гибких производственных систем;
	Замена устаревшей техники, модернизация оборудования;
	Ликвидация узких мест и диспропорций в производственных мощностях предприятия;
	Механизация вспомогательных и обслуживающих производств.
Увеличение продолжительности работы оборудования	Ликвидации простаивающего оборудования;
	Сокращение сроков ремонта оборудования;
	Снижение длительности простоев.
Улучшение организации и управления производством,	Ускорение достижения проектной производительности введенных в эксплуатацию основных фондов;
	Внедрение научной организации труда и производства;
	Развитие уровня материального премирования, что способствует повышению эффективности производства;
	Совершенствование управления производством на базе современных технологий;
	Улучшение обеспечения материально-техническими ресурсами.

Исходя из вышесказанного можно сделать вывод, что основные средства играют ключевую роль в наращивании производственного потенциала на предприятии. От того, с какой скоростью они оборачиваются будет зависеть все, начиная от количества выпускаемой продукции, заканчивая заработной платой работников.

Далее перейдем к второму пути повышения производственного потенциала, а именно наращивание за счет повышения эффективности использования трудовых ресурсов:

– совершенствование разделения и кооперирования труда, организации и обслуживания рабочих мест;

– совершенствование кадрового отбора и расстановка работников, их подготовки и повышения квалификации;

– совершенствование организационной структуры управления;

– механизация и автоматизация труда управленческого состава.

Качество рабочей силы на предприятии, уровень ее квалификации и подготовленности играет важную роль в повышении производственного потенциала. От того, на сколько хорошо и качественного человек выполняет свою работу, на сколько ответственно подходит к поручениям начальства и заинтересован в процветании организации, на которую он работает зависит уровень развития производственного потенциала предприятия. Каждая трудовая единица имеет вес и непосредственно влияет на организацию.

Руководящий состав на предприятии играет ключевую роль, по этому на них возлагаются следующие обязанности:

– набор работников, которым присущи такие качества как: обучаемость, профессиональная мобильность, дисциплинированность и т.д.;

– повышение уровня удовлетворенности социальных и моральных потребностей работников;

– установление благоприятного либо улучшение уже существующего микроклимата в трудовых коллективах;

– контроль за качеством выполняемых работ;

– повышение санитарно-гигиенических условий труда;

– адаптация новых кадров;

– повышение профессионально-квалификационного уровня работников;

– улучшение социально-трудовых отношений работников с руководящим составом.

Высококлассная рабочая сила напрямую способствует повышению производительности труда, а значит производственного потенциала в целом [5].

Говоря о наращивании производственного потенциала за счет повышения эффективности использования материальных ресурсов нельзя не упомянуть, что эффективность производства зависит так же и от управления материальными запасами - нормирования, распределения, использования и хранения. Значимость материальных ресурсов на производстве обуславливается следующими факторами::

– затраты на материальные ресурсы составляют основную часть себестоимости продукции;

– производственные запасы состоят из основной суммы собственных оборотных средств, поэтому ускорение их оборачиваемости это большой резерв повышения эффективности производственного потенциала;

– правильная организация управления материальными ресурсами это основное условие ритмичности производства.

Создание и хранение материальных запасов связано с большими затратами. Поэтому определение допустимой величины расходов которая обеспечивала бы

эффективное функционирование производства при минимальном объеме затрат играет большую роль в условиях современного рынка.

Также одним из основных направлений повышения эффективности использования производственных запасов является внедрение новейших ресурсосберегающих, малоотходных и безотходных технологий, что напрямую связано с повышением эффективности использования основных средств предприятия.

Повышение эффективности использования материальных ресурсов обеспечивает увеличение объемов производимой продукции при том же уровне материальных затрат, а также способствует экономии финансовых ресурсов. Иначе говоря, рациональное потребление материалов способствует эффективному использованию трудовых ресурсов и производственных фондов, что связано с повышением эффективности использования трудовых ресурсов.

Подводя итог нужно отметить что все меры направленные на наращивание производственного потенциала предприятия напрямую связаны друг с другом. На каждом этапе жизненного цикла предприятия они должны находиться в синтезе, так как делая упор только на один из факторов руководство в скором времени потерпит серьезные убытки. Нельзя закупить новейшее оборудование с продвинутыми компьютерами, но оставить ничего не понимающих в современных технологиях работников, От того на сколько грамотно руководство предприятия оперирует данными факторами при наращивании производственного потенциала зависит положение данного предприятия на рынке и степень его влияния.

Список использованных источников:

1. Гарифуллина, А.А. Различные подходы к определению понятий «основные средства», их «оценка» и «амортизация»./ А.А. гарифуллина. - М.: ЮНИТИ, 2017.-324 с.

2. Гунина, И.А. Экономический потенциал предприятия: сущность, содержание, структура. / И.А. Гунина. - М.: ЮНИТИ, 2016.-28 с.

3. Донец, Ю.Ю. Эффективность использования производственного потенциала. / Ю.Ю. Донец. -М.: ИНФРА, 2018. - 123 с.

4. Мартынов, С.Д. Экономический анализ промышленных предприятий. / С.Д. Мартынова. - М.: Финансы и кредит, 2015.- 621 с.

5. Яркина, Н.Н. Методологические аспекты механизма обеспечения экономической эффективности предприятия/Н.Н. Яркина, Н.Г.Популиди// Символ науки. – 2016. - №3. - С.227-234.

УДК 331.1

Тимошенко А.В.

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Научный руководитель: д.э.н., доц. Бабич О.В.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск

tima31124@yandex.ru

В современных условиях одной из ключевых проблем социально-экономического развития большинства развитых стран мирового сообщества является совершенствование системы управления персоналом. В данной статье будут рассмотрены основные направления и мероприятия по совершенствованию системы управления персоналом на предприятии.

Ключевые слова: управление, управление персоналом, совершенствование.

Управление персоналом – это сложный процесс, состоящий из множества функций и опирающийся на принципы, образующие единую систему. Благодаря данной системе можно оценивать результаты работы сотрудников компании и ее руководителей, а также деятельность отделов предприятия, его экономических и социальных сегментов [6].

В настоящее время в рыночных условиях конкурентоспособность компании формируется за счет ресурсных факторов, но их недостаточно для удержания лидерских позиций на рынке. Для этого в процессе деятельности компании необходима разработка механизмов управления ресурсами и бизнес-процессами, позволяющими эффективно использовать имеющиеся конкурентные преимущества и формировать новые. Перечень источников обеспечения конкурентных преимуществ значителен, но в первостепенной мере он формируется за счет трудовых ресурсов организации. Таким образом, главным носителем способностей в организации является специалист, он приводит в действие все производственные и организационные механизмы, именно он играет основную роль по созданию и использованию конкурентных преимуществ. Несмотря на это, система управления организацией, учет и отчетность поставлены таким образом, что осуществляется строгий контроль за использованием материальных и финансовых ресурсов, но не трудовых. Это является серьезным недостатком, поскольку именно уровень развития персонала влияет на конкурентные возможности организации и ее стратегические преимущества. Очень важно, что в настоящее время происходит постепенное осознание того, что именно персонал – основной фактор, определяющий успех компании.

В современных условиях одной из ключевых проблем социально-экономического развития большинства развитых стран мирового сообщества является совершенствование системы управления персоналом. Чтобы понять, по каким направлениям целесообразно осуществлять совершенствование системы управления персоналом, необходимо рассмотреть его ключевое содержание, ключевые цели, основные этапы и стадии, структуру, базовые подходы и некоторые другие концептуальные моменты. Совершенствование системы управления персоналом во многих компаниях целесообразно осуществлять, не дожидаясь разорения компании, не допуская спада заинтересованности работников, текучки кадров, но и в случае роста численности сотрудников, сложной адаптацией принятых на работу сотрудников, либо, когда идет расширение и требуется формирование единой системы управления [1].

С целью совершенствования системы управления персонала на

предприятиях внедряют следующие мероприятия (рис. 1) [4]:

– разработка программы дополнительного обучения персонала;

– введение системы материального стимулирования с целью повышения заинтересованности работников в получении наибольшего результата деятельности;

– составление плана выполнения работ;

– совершенствование системы нематериального стимулирования персонала;

– мониторинг персонала.

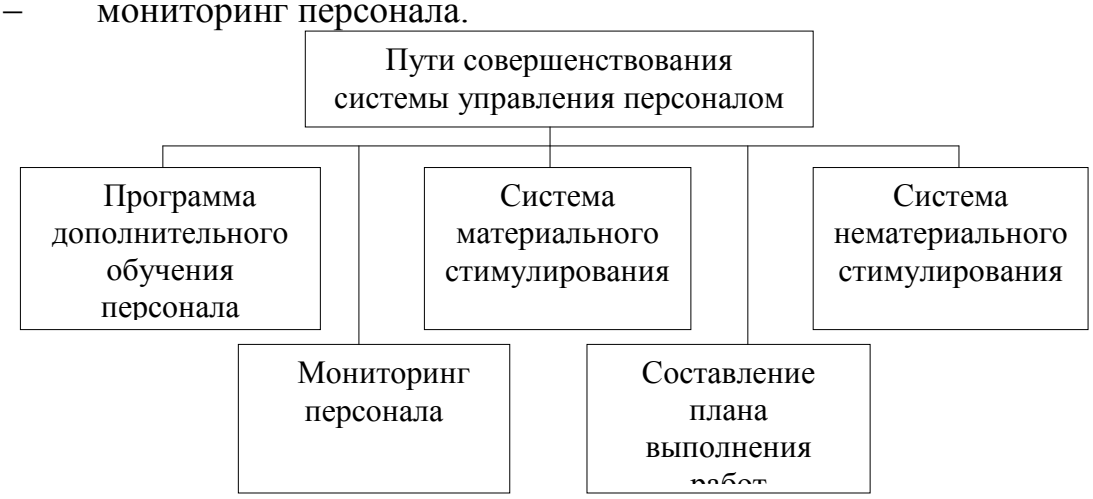

Рисунок 1 – Основные мероприятия, направленные на совершенствование системы управления персоналом

С целью контроля деятельности и корректной оценки производительности труда работников необходимо разработать регламент выполнения рекламных и полиграфических работ, повышение квалификации персонала, улучшение условий труда и отдыха [6].

Для повышения работоспособности, снижения утомляемости и сохранения здоровья трудящихся большое значение имеет создание комфортных условий на рабочем месте. Отдых во время работы (особенно если она связана с физической напряженностью, работой за компьютером) во многом обуславливает психологическую удовлетворенность работников от работы, их желание вновь прийти на рабочее время и эффективно трудиться.

Во многом удовлетворенность персонала условиями труда ведет к повышению производительности труда и снижению текучести кадров, поэтому важно проводить мониторинг удовлетворенности персонала условиями труда. Для развития устойчивых внутренних взаимоотношений в коллективе работники должны иметь четкое представление о том, как оценивают его качества руководство и другие работники организации.

Проведение мониторинга раз в три месяца, возможно, позволит снизить неудовлетворенность персонала условиями труда, повысить уровень производительности труда [2, с. 158].

Для совершенствования нематериальной системы мотивации персонала необходимо:

– проводить корпоративные спортивные мероприятия;

– проводить конкурсы «Борьба умов»;

– создать необходимые условия труда;
– формировать благоприятный психологический климат;
– предоставлять возможность для карьерного роста;
– использовать благодарности за хорошо выполненную работу;
– проводить демонстрацию со стороны руководителей истинной приверженности компании;
– предоставлять персональные участки работы лучшим работникам.

Для успешной работы компании руководитель должен располагать точной информацией о профессиональных достоинствах подчиненных. Для обработки числовых показателей деятельности персонала сейчас успешно применяют компьютерные программы. Анализ периодического и систематического оценивания персонала позволяет совершенствовать систему управления персоналом.

Так, например [5]:

– анализ состава работников предприятия позволяет оценить количественный состав по категориям;
– анализ качественного состава персонала по образованию позволяет принятию управленческих решений по повышению квалификации;
– анализ причин повышенной текучести кадров позволяет определить неблагоприятные условия труда и оплаты;
– анализ внутрисменных потерь рабочего времени свидетельствует о снижении эффективного фонда за счет увеличения числа простоев;
– анализ снижения производительности труда позволяет принимать управленческие решения по внедрению в производство средств механизации и автоматизации.

Проблема выбора эффективного метода управления персоналом на предприятии для достижения целей, как предприятия, так и каждого из сотрудников является одной из важнейших, и дальнейшие исследования в данной сфере являются чрезвычайно актуальными, поскольку в современных конкурентных условиях проблема эффективности кадров занимает едва ли не первое место. То есть, конечная цель работы по управлению персоналом в условиях максимальное сближение ожиданий предприятия и рыночных отношений интересов работника, отказ от политики минимальных вложений в персонал предприятия и отведение решающей роли системе управления персоналом предприятия в формировании кадровой политики и механизма ее реализации. Также важным фактором по повышению эффективности управления персоналом на предприятии является наличие и содержание политики развития персонала, которая должна предусматривать существование адаптационных программ, систем и программ обучения, повышения квалификации и возможности саморазвития личности.

Таким образом, в качестве основных путей повышения эффективности управления кадровой безопасностью организации в рыночных условиях, следует определить:

– наращивание человеческого капитала организаций путем

всемерного содействия росту профессиональной компетентности работников;

– повышение уровня ответственности сотрудников организации путем создания системы оценки качества их работы;

– разработку собственной стратегии обеспечения кадровой безопасности в части противодействия угрозам переманивания собственных сотрудников.

Таблица 1 - Стратегические цели и приоритеты управления персоналом с целью обеспечения кадровой безопасности организации [3]

Направления кадровой стратегии	Основные цели и приоритеты
Политика регулирования качественного состава персонала	Приветствие найма молодых специалистов; оптимальное сочетание опытных и молодых специалистов; носителей административного опыта организации и современного опыта работы в различных сферах экономики
Политика развития персонала	Участие организации в повышении квалификации персонала; подготовка руководителей и ведущих специалистов из числа собственных кадров вместо привлечения их со стороны
Политика мотивации персонала	Применение регулирующих коэффициентов к должностным окладам, зависящих от оценки результатов работы персонала; активное применение методов моральной мотивации сотрудников; определение перспектив карьерного роста сотрудников в зависимости от стажа работы в организации и трудовых достижений
Политика психологической поддержки персонала	Формирование механизма постоянной психологической поддержки персонала; пресечение отношений «жесткой конкуренции между сотрудниками»; учет личных качеств при найме и подготовке руководителей и специалистов всех уровней

В целом, процесс совершенствования управлением персонала должен представлять собой комплекс взаимоувязанных мероприятий, позволяющих своевременно и качественно принимать управленческие решения.

Список использованных источников:

1. Бабич, О.В. Методы оценки персонала предприятия / О.В. Бабич, А.В. Тимошенко // Управление социально-экономическими системами и правовые исследования: теория, методология и практика. Сборник научных работ Международной научно-практической конференции преподавателей, аспирантов и студентов: в 2 частях. – ИЭиП БГУ. - 2018. - С. 9-13.

2. Егоршин, А.П. Управление персоналом / А.П. Егоршин - М.: Академия, 2016. - 624 с.

3. Зелинская, М.В. Системный подход при отборе персонала: основные этапы и критерии / М.В. Зелинская, Е.С. Пронин // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2015. – № 108. – С. 1093-1106.

4. Зыкова, Т.В. Современные принципы мотивации в системе управления персоналом / Т.В. Зыкова, Л.И. Дуброва // Материалы IV

Международной студенческой научно-практической конференции, в 2-х частях. - 2017. - С. 98-102.

5. Ивашко, А.С. Проблемы текучести кадров / А.С. Ивашко, Р.М. Кочеткова // Вестник Ульяновского государственного технического университета. - 2017. - № 4 (80). - С. 58-59.

6. Карманова, А.Е. Особенности управления персоналом на малых и крупных предприятиях / А.Е. Карманова // Финансовая наука. - 2015. - С. 3-5.

УДК 338.47

Титов И.В.

К ВОПРОСУ ОПРЕДЕЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АВТОТРАНСПОРТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ, ФУНКЦИОНИРУЮЩИХ НА РЫНКЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ГРУЗОПЕРЕВОЗОК

Научный руководитель: к.э.н., доц. Матюшкина И.А.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
mr.igor.titov.1995@mail.ru

В настоящее время невозможно представить себе функционирование ни одной экономической системы без хорошо развитой транспортной подсистемы. При этом транспорт позволяет удовлетворять нужды населения в соответствующего рода услугах. Большое значение для формирования конкурентоспособности транспорта имеет уровень развития транспортной инфраструктуры В статье рассмотрен вопрос определения конкурентоспособности транспортного предприятия, функционирующего на рынке международных грузоперевозок и транспортной инфраструктуры.

Ключевые слова: автотранспортное предприятие, конкурентоспособность автотранспортного предприятия, транспортная инфраструктура, рынок международных грузоперевозок.

Транспортная сфера является одной из стратегически значимых отраслей, связывающей воедино не только экономическое пространство страны, но, и во многом определяя социальную стабильность в обществе и качество жизни населения [3].

Признавая бесспорный авторитет ученых, участвующих в создании теоретико-методологической базы развития региональной транспортной системы, необходимо отметить, что анализ практической деятельности и автомобильного видов транспорта обнаруживает недостаточную методологическую и организационную разработанность проблем, связанных с оценкой конкурентоспособности видов транспорта. Показателям конкурентоспособности предъявляются следующие требования: информативность, количественность, простота в исчислении, полезность для руководства, обозримость, интерпретируемость, постоянство в течение длительного периода.

Под конкурентоспособностью АТП следует понимать его способность оказывать транспортные услуги по перевозке грузов в планируемых сегментах рынка в настоящем и будущем периодах времени с превосходством по своему качеству и тарифам (стоимости) над конкурентами.

Современные существующие оценки конкурентоспособности предприятия основываются на маркетинговых исследованиях рынка грузовых автоперевозок, сборе данных о действующих транспортных компаниях, выявлении их слабых и сильных сторон, местоположении, доли в общем объёме перевозок, ценовой политике и т. д., что является довольно сложной, недостаточно точной и длительной по времени реализации задачей.

Характеристика использования транспортных средств – необходимое условие и способ контроля выполнения плана по расходам транспортных компаний и выявления потенциала увеличения эффективности их работы.

Показатели, отражающие степень использования транспортных средств, объединены по следующим группам:

- показатели эксплуатации транспортных средств по мощности (усредненная масса транспортных средств и их нагрузки, доля непродуктивного пробега и другие);
- показатели эксплуатации транспортных средств за определенный период времени (средний пробег транспортных средств за сутки, среднеучастковая и среднетехническая скорости следования транспортных средств и другие) [4].

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что различные элементы системы управления – это основа формирования бюджета и информационной системы пользователей транспортной компании (публичная финансово-экономическая и статистическая отчетность).

Большое значение в процессе формирования конкурентоспособности автотранспортного предприятия, функционирующего на рынке грузовых международных грузоперевозок приобретает такой фактор как международная транспортная инфраструктура.

Международная транспортная инфраструктура представляет собой совокупность национальных транспортных инфраструктур различных видов транспорта, которые интегрируются в международную систему транспорта и обеспечивают безопасное и постоянное перемещение пассажиров и грузов в международном сообщении.

Анализ международной транспортной инфраструктуры позволил выявить показатели, характеризующие степень развития и достаточность национальной транспортной инфраструктуры. Одним из таких показателей является уровень обеспеченности инфраструктурой территории. По реализации минимального объема элементов транспортной инфраструктуры, можно определить территориальную целостность, охваченную ею.

Социально-экономическое развитие международной транспортной инфраструктуры зависит от ряда показателей качества международных грузовых перевозок, соответствующие установленные стандартом номенклатуре групп показателей:

1) показатели своевременности выполнения перевозок;
2) показатели сохранности грузов;
3) экономические показатели.

На макроэкономическом уровне показателем, характеризующим развитие

транспортной инфраструктуры, является показатель уровня транспортного обслуживания. Рассчитывается как объем приведенного грузооборота в тонно-километрах, приходящегося на 1 рубль национального дохода страны:

$$D_m = \sum \frac{QL}{\text{ВВП}} \quad (1),$$

где D_m - объем приведенного грузооборота в тонно-километрах, приходящегося на 1 рубль национального дохода страны;

QL – объем грузооборота;

ВВП – валовой внутренний продукт [4].

Анализ зарубежного опыта, на примере Канады, выявляет ту же систему показателей оценки качества транспортного обслуживания, что и система научных обобщенных результатов российских ученых с добавлением возможности контроля за продвижением груза:

- скорость доставки;
- сохранность грузов;
- стоимость доставки «от двери до двери»;
- экономичность доставки грузов;
- комплексность обслуживания;
- экологичность и безопасность перевозок;
- транспортная обеспеченность и доступность.

В целом можно сказать, что при проведении исследования конкурентоспособности автотранспортных предприятий в рамках комплексного анализа бизнеса для того, чтобы выявить рыночное положение предприятия и выработать его эффективную конкурентную стратегию, авторы считают целесообразным проведение сравнительного анализа конкурентоспособности предприятия и его финансового состояния с использованием параметров, сопоставляя предприятия по определенным параметрам деятельности. Следует отметить, что в данном подходе с меньшей точностью производится формулирование управленческих рекомендаций из-за формализации информации и учет только конкурентных преимуществ предприятия, при этом его финансовая устойчивость оставляется без должного внимания.

Список использованных источников:

1. Матюшкина, И.А. Проблемы и перспективы развития рынка транспортных услуг в современных условиях / И.А. Матюшкина, С.А. Ситник // Экономика и предпринимательство. - 2017. - № 2-2 (79-2). - С. 467-471.

2. Официальный сайт Министерства транспорта Российской Федерации. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http:/ mintrans.ru

3. Транспортная стратегия Российской Федерации на период до 2030 г. (Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 22 ноября 2008 г. №1734-р). [Электронный ресурс] / Режим доступа: http:// www.mintrans.ru

4. Matyushkina I. Innovation, economic growth and inequality / Dmitriev S., Drigo M., Kalinicheva V., Shadoba E., Ozherelieva M., Matyushkina I. // International Review of Management and Marketing. 2016. T. 6. № S1. P. 316-321/

УДК 331.101.3

Ткачук Ж.Ч.

МОТИВАЦИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЕ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР УСПЕШНОЙ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

Научный руководитель: к.э.н. Карпов В.А.
Гродненский государственный университет им. Я. Купалы,
Республика Беларусь, г.Гродно.

Эффективность работы предприятия во многом зависит от качества работы его сотрудников. Чтобы сотрудники выполняли свои обязанности качественно, необходимо проводить комплексное стимулирование и мотивацию персонала. В данной статье будет рассмотрена теоретическая основа стимулирования и мотивации персонала и их отличия друг от друга.

Ключевые слова: управление персоналом, стимулирование, мотивация.

Под стимулированием понимается одна из самых важных функций управления. Она заключается в побуждении управляемого к необходимому для управляющего виду активности (трудовой, социальной, экономической). Стимулирование персонала относится к внешним рычагам активизации персонала, то есть побуждению за счет материальной заинтересованности.

То есть, стимул – это любой объект, процесс или явление, которые вызывают у подчиненного необходимый вид активности.

Существует пять основных типов стимулов, которые различаются в зависимости от используемого стимула:

1) Моральные стимулы, которые влияют на снижение или повышение престижа, авторитета и общественного признания управляемого (выговор, благодарность и т. д.);

2) Материальные денежные стимулы. Эти стимулы включают повышение или снижение денежных выплат (заработная плата, премии и т. д.) и иные материальные ценности, имеющие денежную стоимость;

3) Материальные не денежные стимулы - включают использование материальных ценностей, которые имеют денежную стоимость, но которые по какой-либо причине не могут быть приобретены за денежные средства (жилье, дефицитные материалы и т. д.);

4) Стимулирование временем. Это стимулы, которые влияют на увеличение или уменьшение свободного времени работника (отгулы, отпуск, предоставление отпуска в летнее время и т. д.);

5) Трудовые стимулы. Эти стимула используется степень удовлетворенности работников своей работой (продвижение по службе, возможность поездки в командировки за границу и т. д.).

Необходимо различать категории стимулирования и мотивации труда. Стимулирование основано на внешнем воздействии на подчиненного для побуждения его к определенному виду деятельности, тогда как мотивация - это более широкое и объемное понятие, которое включает в себя как внешнее, так и внутреннее побуждение к деятельности, которое характеризует подчиненного,

как личность в целом.

Мотивация - это формирование внутренних мотивирующих факторов, которые действуют через самосознание.

Мотивационные факторы весьма различны. Они определяют, что важнее для конкретного человека. Зачастую это не один, а несколько факторов. Мотивационные факторы делятся на внутренние и внешние.

К внутренним факторам мотивации можно отнести:

- творчество;
- самореализация;
- любопытство;
- самоутверждение;
- убежденность;
- потребность в общении и т.п.

К внешним факторам мотивации относятся:

- деньги;
- положение в обществе;
- карьера;
- признание и т.п.

Внутренние мотивационные факторы обоснованы желанием человека получить удовлетворение от уже имеющегося у него объекта, который он хочет сохранить или от которого он хочет избавиться, если он не соответствует ему по определенным критериям.

Внешние мотивы направлены на приобретение или избегания отсутствующего объекта.

Поэтому по характеру мотивы могут быть как положительными (сохранять, приобрести), так и отрицательными (избегать, избавляться от них).

Позитивным внешним мотивом поведения является награда за хорошую работу, а негативным - наказание за её невыполнение. Позитивный внутренний мотив - интересная работа, а негативный – рутинная работа, поэтому человек пытается от неё избавиться.

Для менеджера знание факторов мотивации сотрудников является основополагающим, поскольку взаимосвязь между внешними и внутренними мотивационными факторами помогает объединить интересы сотрудника и компании и разработать для них мотивационные системы.

Инструменты мотивации включают в себя:

- льготы, которые связанны с графиком работы, увеличение перерывов на обед и отдых, возможность гибкого графика рабочего времени и т.д .;

- материальные нефинансовые вознаграждения: подарки для сотрудников по случаю праздников и дней рождения; оплата дополнительной медицинской страховки; кредиты по льготной программе; билеты на различные мероприятия и т.д .;

- корпоративные мероприятия, посвященные знаменательным событиям или праздникам, куда сотрудники могут пригласить членов семьи; оплачиваемые централизованные обеды или организация корпоративных вечеров после окончания рабочего дня; организация за счет предприятия

загородных и экскурсионных поездок;

- «награда - благодарность» - комплименты персоналу, похвала. Многие организации имеют доски почета, нагрудные знаки другие поощрения. Также в бюллетене компании используются такие формы поощрения, как публикация статьи с фотографиями о достижениях группы сотрудников или отдельного сотрудника.

- вознаграждения, приуроченные к изменению статуса сотрудника - обучение сотрудников за счет компании, продвижение по службе, участие в финансово выгодном или более интенсивном проекте, приглашение сотрудника в качестве лектора или докладчика, а также возможность использования оборудования компании для реализации собственных проектов;

- вознаграждение, связанное со сменой рабочего места - различные меры, приводящие к изменениям в техническом оснащении рабочего места и его эргономике (наем секретаря, выделение отдельного кабинета, предоставление дополнительного офисного оборудования, служебного автомобиля и т. д.).

Для верного проведения мероприятий по стимулированию и мотивированию сотрудников следует в первую очередь иметь систему оценки их работы. Нужно чтобы система оценки сотрудников была понятной, четкой и всем известной. Это необходимо, чтобы в случае поощрения одних сотрудников, другие не восприняли это как несправедливость.

Прежде чем осуществлять стимулирование или мотивацию, стоит тщательно изучить каждого сотрудника, чтобы понять, какие факторы являются для него мотивирующими. Нельзя применять одинаковую концепцию для всех работников, так как для кого-то эффективным стимулом является возможность обучения за счет фирмы, а для кого-то это вообще не важно, и ему необходимы лишь материальные блага.

Список использованных источников:

1. Титович, А.А. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности персонала /А.А. Титович, В.С. Коржов.- Гомель : ГГУ им. Ф.Скорины, 2003. - 149 с.

2. Пелих, С.А. Производственный менеджмент. Управление предприятием: учеб. пособие для студ. эконом. спец. вузов / С.А. Пелих [и др.]; под ред. С.А. Пелих.- Мн. : БГЭУ, 2003. - 555 с.

3. Пасюк, М. Ю.Организация производства и управление предприятием: учеб.- метод. пособие / М.Ю. Пасюк, Т.Н. Долинина.- 3-е изд.- Минск : ФУАинформ, 2006. - 87 с.

4. Зайцев, Н. Л.Экономика, организация и управление предприятием: учеб.пособие / Н.Л. Зайцев.- 2-е изд., доп.- М. : ИНФРА-М, 2009. - 455 с.

5. Чертовской , В.Д. Управление предприятием: учебное пособие для вузов / В.Д. Чертовской. – Минск : Універсітэцкае, 1996. - 263 с.

УДК 331.21

Ткачук Ж.Ч.

ФУНКЦИИ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ И МЕХАНИЗМ ИХ РЕАЛИЗАЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Научный руководитель: к.э.н. Карпов В.А.
Гродненский государственный университет им. Я. Купалы,
Республика Беларусь, г.Гродно.

Заработная плата возникала с появлением наемного труда. Вопросы организации заработной платы и формирования ее уровня являются основой социально-трудовых отношений в обществе, поскольку они затрагивают интересы всех вовлеченных в рабочий процесс. В данной статье будут рассмотрены функции заработной платы и механизм их реализации.

Ключевые слова: заработная плата, функции заработной платы, механизм реализации функций.

Заработная плата является одной из самых важных и в то же время очень сложной категорией. Он также имеет разные измерения: экономические, социальные, юридические, психологические, моральные и даже политические. Теория экономики и социологии часто различает следующие функции оплаты:

Воспроизводственная функция состоит в том, чтобы обеспечить рабочих и их семьи жизненными потребностями для восстановления сил, затраченных в производственном процессе, и для воспроизводства поколений. Реализация этой функции обеспечивается установлением государством гарантированного минимума заработной платы и прожиточного минимума.

Социальная функция обеспечивает равную оплату труда и устраняет любую дискриминацию в оплате труда при одинаковых условиях труда. Реализация этой функции основана на сочетании государственного и договорного регулирования заработной платы.

Стимулирующая функция заработной платы заключается в определении зависимости заработной платы от личного вклада работника и эффективности всей команды предприятия. Эта зависимость должна постоянно поощрять сотрудников улучшать результаты своей деятельности. Реализация этой функции обеспечивается развитием эффективных систем оплаты и премирования труда, вовлечением сотрудников в управление предприятием и т.д.

Функция оптимизации обеспечивает определенные пропорции в росте уровня заработной платы и производительности труда. Целью этой функции на государственном уровне является связь платежеспособного спроса и предложения и обеспечение эффективности производства на уровне предприятия на основе более быстрого роста производительности труда по сравнению с ростом заработной платы. Реализация этой функции осуществляется путем введения мер по снижению заработной платы на единицу продукции.

Регулирующая функция предназначена для решения проблемы регулирования затрат на оплату труда на рынке труда под влиянием взаимосвязи между спросом и предложением. Также она предназначена для распределения трудовых ресурсов по регионам, отраслям и предприятиям с учетом, как личных интересов работника, так и интересов рыночного производства, обусловленных экономической конъюнктурой.

В дополнение к вышеупомянутым функциям, которые отражают сущность заработной платы, также учитываются некоторые другие: измерительно-распределительная, ресурсно-распределительная и функция формирования платежеспособного спроса населения.

Измерительно-распределительная функция заработной платы направлена на отражение уровня живого труда при распределении фондов потребления между работниками и собственниками средств производства. С помощью заработной платы определяется индивидуальная доля в фонде потребления каждого участника производственного процесса в соответствии с его трудовым вкладом.

Ресурсно-распределительная функция направлена на оптимизацию распределения трудовых ресурсов по регионам, отраслям экономики и предприятиям. В современных условиях, когда государственное регулирование трудовых ресурсов минимально, а создание эффективного рынка труда возможно только при наличии свободного выбора работы для работника, попытки повысить уровень жизни приводят к перемещению с целью поиска работы, чтобы найти ту, которая лучше всего соответствует его потребностям.

Функция формирования платежеспособного спроса населения. Поскольку платежеспособный спрос формируется под влиянием двух основных факторов - потребностей и доходов общества - заработная плата в рыночных условиях устанавливает необходимые пропорции между спросом на продукцию и предложением.

Механизм реализации основных функций заработной платы включает в себя определение их целевой направленности, принципов реализации, направлений реализации и критериев реализации.

Для реализации вышеуказанных функций необходимо соблюдать следующие важные принципы:

- самостоятельность в вопросах организации и оплаты труда;
- оплата в зависимости от результатов работы, её количества и качества;
- дифференциация заработной платы;
- принцип постоянного роста заработной платы;
- опережающий рост производительности труда по сравнению с ростом средней заработной платы;
- регулирование заработной платы;
- повышение социальной защищенности работников;
- материальный интерес сотрудников к высоким результатам работы;
- материальная заинтересованность за выполнение трудовых обязанностей;
- справедливость, т.е. равную оплату за равный труд;
- учет сложности работы и уровня квалификации труда;
- учет вредных условий труда и тяжелой физической работы;
- индексация заработной платы по уровню инфляции;
- использование современных форм и систем оплаты труда, наиболее полно отвечающих потребностям предприятия.

Поэтому наиболее важными требованиями к организации оплаты труда

на предприятии, которые соответствуют как интересам работника, так и интересам работодателя, являются:

1) Обеспечить необходимый рост заработной платы при одновременном снижении затрат на единицу продукции;

2) Повышения зарплаты каждого сотрудника по мере повышения общей эффективности предприятия.

Список использованных источников:

1. Волков, О.И. Экономика предприятия: курс лекций / О.И. Волков, В.К. Скляренко. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 280с.

2. Елизаров, Ю.Ф. Экономика организации: учеб. пособие / Ю.Ф. Елизаров. – М.: ЭКЗАМЕН, 2006. – 495с

3. Зайцев, Н. Л.Экономика, организация и управление предприятием: учеб.пособие / Н.Л. Зайцев.- 2-е изд., доп.- М. : ИНФРА-М, 2009. - 455 с.

4. Пасюк, М. Ю.Организация производства и управление предприятием: учеб.- метод. пособие / М.Ю. Пасюк, Т.Н. Долинина.- 3-е изд.- Минск : ФУАинформ, 2006. - 87 с.

5. Чертовской, В.Д. Управление предприятием: учебное пособие для вузов / В.Д. Чертовской. – Минск : Універсітэцкае, 1996. - 263 с.

УДК 338.47

Фёдорова В.И.

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МУНИЦИПАЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ АВТОТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ

Научный руководитель: к.э.н. Чернышова И.Г.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г.Брянск

В статье рассматривается важность деятельности муниципального предприятия на рынке пассажирских перевозок Брянской области. Проведен анализ результатов деятельности МУ БГПАТП г.Брянска.

Ключевые слова: муниципальное автотранспортное предприятие, пассажирооборот, транспортная система, производственно - финансовые показатели.

Транспортная система города, как одна из социально значимых отраслей городского хозяйства, играет важную роль в обеспечении качества жизни городского населения. Это одна из немногих отраслей экономики, результаты которой в полной мере ощущают все жители города. Сохранение социальной, экономической и политической стабильности жизни города во многом зависит от эффективности транспортной системы города.

Мобильность все больше становится одной из главных черт современного общества, человеческая жизнь, особенно городская, сопровождается ежедневными перемещениями на большие расстояния. В конце концов, каждый

из нас вынуждены добираться до школы, работы, посещения и т. д., и чаще всего в преодолении расстояний нам помогает общественный транспорт. С учетом реальной стоимости мобильности для человечества общественный пассажирский транспорт, несомненно, является наиболее экономичным средством обеспечения городской мобильности, доступным для всех слоев населения. Она обеспечивает доступ к образованию, здравоохранению, экономической деятельности и позволяет эффективно функционировать всем сферам экономической жизни.

В таблице 1 показана динамика пассажирооборота г. Брянска за 2018 и начало 2019 года.

Таблица 1-Динамика пассажирооборота автомобильного транспорта

	Пассажирооборот			
	млн. т-км	*млн. пасс-км*	*в % к*	
			соответствующему периоду предыдущего года	*предыдущему периоду*
2018				
Январь	119,9	50,5	90,0	91,0
Февраль	137,3	50,7	89,3	100,4
Март	142,5	56,7	99,2	111,8
Апрель	171,3	57,1	97,9	100,7
Май	174,1	56,0	90,6	98,1
Июнь	176,4	51,1	92,4	91,2
Июль	164,9	54,5	93,9	106,7
Август	186,4	57,1	94,1	104,8
Сентябрь	185,7	55,6	90,3	97,4
Октябрь	198,7	59,2	100,6	106,5
Ноябрь	189,3	57,2	102,1	96,6
Декабрь	178,7	56,8	102,4	99,3
Год	2025,2	662,5	94,0	х
2019				
Январь	123,4	49,2	101,2	89,1
Февраль	138,6	51,8	102,2	105,3
Март	141,5	54,8	96,6	105,8
Январь - март	403,5	155,8	98,7	х

Из данных таблицы видно постепенное увеличение пассажирооборота, что говорит о важности и необходимости пассажирского муниципального транспорта. Для четкого понимания надобности муниципального транспорта и его роли в экономическом положении города проанализируем деятельность МУ БГПАТП г.Брянска.

Муниципальное унитарное «Брянское городское пассажирское автотранспортное предприятие» является крупным пассажирским предприятием, осуществляет социально – значимые перевозки на 31 городском маршруте, протяженностью 432,9 км., обеспечивает перевозку населения при проведении массовых городских мероприятий, имеет производственно – техническую базу, высококвалифицированных специалистов для ремонта и обслуживания подвижного состава и безопасной перевозки пассажиров на

маршрутах города Брянска.

На 1.01.2017 года на балансе предприятия состоит 112 автобусов, средний возраст которых 12,6 года, 69 единиц имеют 100 % износа. Ежедневно на линию выходит 78 автобусов, которые перевозят в среднем 52,0 тыс. пассажиров.

МУ БГПАТП осуществляет перевозку пассажиров на городских маршрутах на основании договора с Брянской городской администрацией, работает по регулируемым тарифам, установленными Брянской городской администрацией.

МУ БГПАТП получает субсидии из городского бюджета на частичное возмещение потерь в доходах, возникающих в результате регулирования тарифов на перевозки пассажиров по льготным проездным билетам для пенсионеров, студентов, учащихся, из областного бюджета - на предоставление равной доступности услуг общественного транспорта по единым социальным проездным билетам гражданам, включенным в региональные и федеральные списки (Ветераны труда и Инвалиды). На городском общественном транспорте предоставляется бесплатный проезд членам многодетных семей.

За 2016 год МУ БГПАТП перевезено 17257,5 тыс. чел., из них по льготным проездным билетам 8774,8 тыс. чел. (51%), в том числе

- 6239,3 тыс. чел. - пассажиры, приобретающие ЕСПБ (36,2 %);
- 909,2 тыс. чел.- пенсионеры, студенты, учащиеся (5,3 %);
- 1626,3 тыс. чел. - члены многодетных семей (9,4 %).

Таким образом, льготным проездом на маршрутах, обслуживаемых МУ БГПАТП, пользуется 51 % пассажиров от общего количества, в т. ч. 36,2 % – это пассажиры по ЕСПБ.

Доходы МУ БГПАТП за 2017 год по МУ БГПАТП составили 195,5млн. руб., что на 7,9млн. руб. или 4,2 % выше уровня 2016 года. Доходы от основной деятельности предприятия (реализация разовых билетов, билетов длительного пользования, перевозка работников сторонних организаций к месту работы) составили 176,7 млн. руб., что на 8,5 млн. руб. выше уровня 2016 года (табл. 2).

По итогам производственно – финансовой деятельности МУ БГПАТП за 2017 год в результате производственно – финансовой деятельности балансовая прибыль ожидается в размере 23,7 млн. руб., но в связи с тем, что бюджетные средства в размере 34,1млн. руб. были отвлечены на погашение кредитов прошлых лет и 4,2 млн. руб. на погашение задолженности прошлого периода по НДФЛ, фактический результат финансовой деятельности за 2017 год – это убытки в размере 14,6 млн. руб.

Таблица 2-Производственно - финансовые показатели по МУ БГПАТП

№п/п	Показатели	Ед. изм.	2016 факт	2017 факт	Отклонение	
					+/-	%
1	Кол-во пасс.тр-та на 1.01	ед.	127	112	-15	88,2
2	Средний выпуск на линию	ед.	84	78	-6	92,9
3	Численность на 1.01	чел	598	547	-51	91,5
4	Средняя з/плата	руб.	17411	17342	-69	99,6
5	Отработано часов в наряде	тыс. час.	354,39	317,9	-36,49	89,7

6	Общий пробег	тыс.км.	6 251,14	5 590,73	-660,41	89,4
7	Перевезено пассажиров	тыс. чел.	18 641,2	17 257,5	1 384	92,7
Финансовые показатели						
8	Доходы по предприятию	тыс.руб.	187636	195 525	7889	104,2
	в том числе					
8.1	основной деятельности	тыс.руб.	168153	176696	8543	105,1
8.2	прочей деятельности	тыс.руб.	19483	18 829	-654	96,6
9	Расходы по предприятию	тыс.руб.	336190	295 823	-40 367	88,0
	в том числе					
9.1	ФОТ	тыс.руб.	132944	121 272	-11 672	91,2
9.2	- начисление	тыс.руб.	42868	39 052	-3 816	91,1
9.3	- ГСМ	тыс.руб.	88000	79 364	-8 636	90,2
9.4	- износ а/шин	тыс.руб.	1999	1935	-64	96,8
9.5	- ТО и ТР	тыс.руб.	14289	11 881	-2 408	83,1
9.6	- амортизация	тыс.руб.	23129	18 422	-4 707	79,6
9.7	- общехозяйственные	тыс.руб.	16527	16 437	-90	99,4
9.8	прочие и внереализационные	тыс.руб.	16434	7 450	-11 684	45,3
10	Убытки по предприятию	тыс.руб.	-148554	-100 298	48 256	67,5
11	Субсидии всего	тыс.руб.	112247	124028	11781	110,5
	в том числе	тыс.руб.				
11.1	- из горбюджет	тыс.руб.	60492	88711	28219	146,6
	из них					
11.1.1	Ср-ва на погашение кредита и по кредитам	тыс.руб.	39 697	34 100	-5 597	85,9
11.1.2	Ср-ва на погашение задолженности прошлых периодов по НДФЛ	тыс.руб.		4195		
11.2	Ср-ва областного бюджета на предоставление равной доступности транспортных услуг для отдельных категорий граждан по ЕСПБ		11831	12597	766	106,5
11.3	Ср-ва из областного бюджета на предоставление бесплатного проезда членам многодетных семей	тыс.руб.	10978	18442	7464	168,0
11.4	- Ср-ва полученные из Минфина РФ	тыс.руб.	24355			
12	Результат	тыс.руб.	-36307	23 731	60 038	165,4
13	Окупаемость расходов	%	55,8	66,1	10,3	118,5

Несмотря на положительный результат 2017 года, работа муниципального пассажирского транспорта остается в крайне тяжелом положении.

В связи с недостатком собственных и бюджетных средств на 01.01.2017 год на предприятии сложилась кредиторская задолженность в размере 51,1 млн. руб., но на предприятии ведется постоянная работа по снижению кредиторской задолженности.

Основная причина образования кредиторской задолженности на

предприятия – недостаточное финансирование транспортной деятельности муниципальных пассажирских перевозок:

- с 2009 года и по настоящее время субсидии из городского бюджета выделяются на частичное возмещение убытков от транспортной деятельности предприятия, т. е. изначально планировалось и планируется недофинансирование;

- сумма финансирования из областного бюджета на компенсацию расходов предприятия по предоставлению равной доступности услуг общественного транспорта отдельным категориям граждан с 2009 по 2017 год составляет в среднем 11,0 млн. руб., т. е. производится не в полном объеме. В тоже время стоимость 1л Д/т за тот же период возросла в 2,3 раза (2009 год – 14,90 руб., 2017 год – 34,40 руб.), так же рост стоимости произошел по запчастям, энергоресурсам и т. д.

Поставщики ГСМ постоянно обращаются с просьбой о погашении сложившейся задолженности, в противном случае они будут вынуждены приостановить поставку нефтепродуктов.

На предприятии постоянно проводится работа по снижению расходной части, оптимизации численности, принимаются меры по получению дополнительных доходов, но ситуация остается крайне тяжелой.

Исходя из данных производственно-финансовых показателей, можно сделать вывод, что автотранспортное предприятия МУ БГПАТП г. Брянска находится в убыточном состоянии, основными проблемами предприятия является:

- изношенность и недостаточные темпы обновления подвижного состава, как следсвтие износа- снижается уровень технической надежности и безапасности пассажирского транспорта, возрастает поток сходов с линии по техническим причинам;

- нехватка персонала (кондуктора, водители)

-несвоевременные выплаты налогов и кредитов;

-рост долгов перед бюджетом;

-нарастающий дефицит на рынке труда квалифицированных кадров автомобильного транспорта.

Все вышеперечисленные проблемы приводят предприятие в убыточное состояние и невозможность погашения долгов.

Городской пассажирский транспорт как одна из социально значимых отраслей городского хозяйства играет большую роль в обеспечении качества жизни городского населения. От эффективности функционирования пассажирского транспорта во многом зависит сохранение социальной, экономической и политической стабильности города.

УДК 339.137.22

Чуркин П.И.

СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ IT-ПРОДУКТА КОМПАНИИ

Научный руководитель: д.т.н., проф. Круглик В.М.

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

Несмотря на наличие целых подразделений или отдельных сотрудников, выполняющих маркетинговые задачи в компаниях по производству устройств, комплектующих, софта и сервисов, вопрос об уровне конкурентоспособности IT-продукта, а соответственно и результатах такой деятельности остаётся по-прежнему открытым.

Ключевые слова: маркетинг, конкурентоспособность, IT, менеджмент.

Наличие правильно сформулированной и ясной конкурентной стратегии имеет большое значение для развития и успеха бизнеса. Бизнес-процессы, маркетинг, финансы и человеческие ресурсы – все должны создавать стратегии. Данные стратегии в совокупности содержат общую стратегию бизнеса [1]. Если стратегия компании успешная и отличается от всех ее конкурентов, то она будет высококонкурентоспособной и инновационной на рынке IT [2]. В данный момент для создания конкурентоспособной стратегии и формирования конкурентных преимуществ компании концентрируются на необходимости переоценки роли маркетинга и логистики.

Правильная организация логистического отдела предприятия приводит к минимизации издержек, повышению рентабельности с помощью уменьшения количества товарных запасов, увеличению показателей оборачиваемости капитала, грамотного использования транспортных мощностей, а также улучшению логистического сервиса для потребителей [3].

Маркетинг играет не менее важную роль в создании эффективной стратегии развития компании, так как с помощью него проводится анализ и прогнозирование рынка для получения максимально полного удовлетворения запросов клиентов. Отсюда следует, что правильная координация действий в сфере маркетинговой и логистической стратегий может привести к четкому пониманию системы взаимного влияния этих двух важных факторов в современных рыночных условиях и поможет выстроить ясный и продуктивный рабочий механизм предприятия [3].

Проведем анализ конкурентоспособности IT-продукта на примере компании – Корпорация «Галактика». Компания функционирует на рынке программного обеспечения и средств автоматизации. Основными конкурентами компании «Галактика» являются компании 1С, SAP и Oracle.

Для более углубленного исследования конкурентоспособности компании Корпорация «Галактика» был проведен анализ конкурентной среды по модели «Пять сил конкуренции М. Портера» [3].

Первая сила конкуренции – это соперничество между продавцами. На рынке фирм-конкурентов небольшое количество, так существуют значительные барьеры на вход. Так как отрасль узкая, то все производят один и тот же продукт примерно с одинаковым качеством [2].

Рисунок 1 – Соперничество между продавцами

Вторая сила – это влияние на конкуренцию в отрасли фирм, собирающихся выйти на данный рынок. Одним из характерных факторов выступает экономия на масштабах производства.

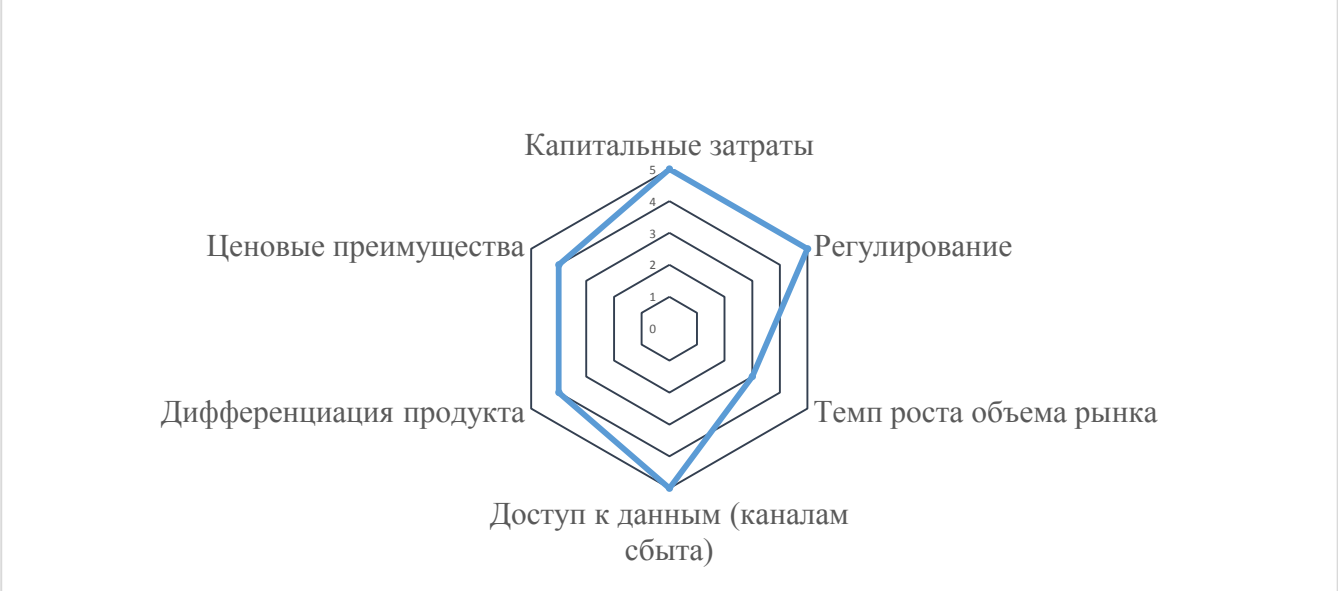

Рисунок 2 – Угроза входа на рынок новых участников

Третья сила – это влияние на конкуренцию в отрасли товаров-субститутов. Дело в том, что угроза конкуренции из-за товаров-субститутов, очень низка, так как на данный момент на рынке нет альтернативного продукта, который обладал бы такими же характеристиками и смог бы заменить IT-софт.

Четвертая сила – это конкурентная сила поставщиков. В данном случае поставщики не являются весомой конкурентной силой, и обычно компания сама диктует свои условия, на которых он сможет с ними работать, в то время как поставщики уже конкурируют между собой.

Рисунок 3 – Угроза со стороны товаров заменителей

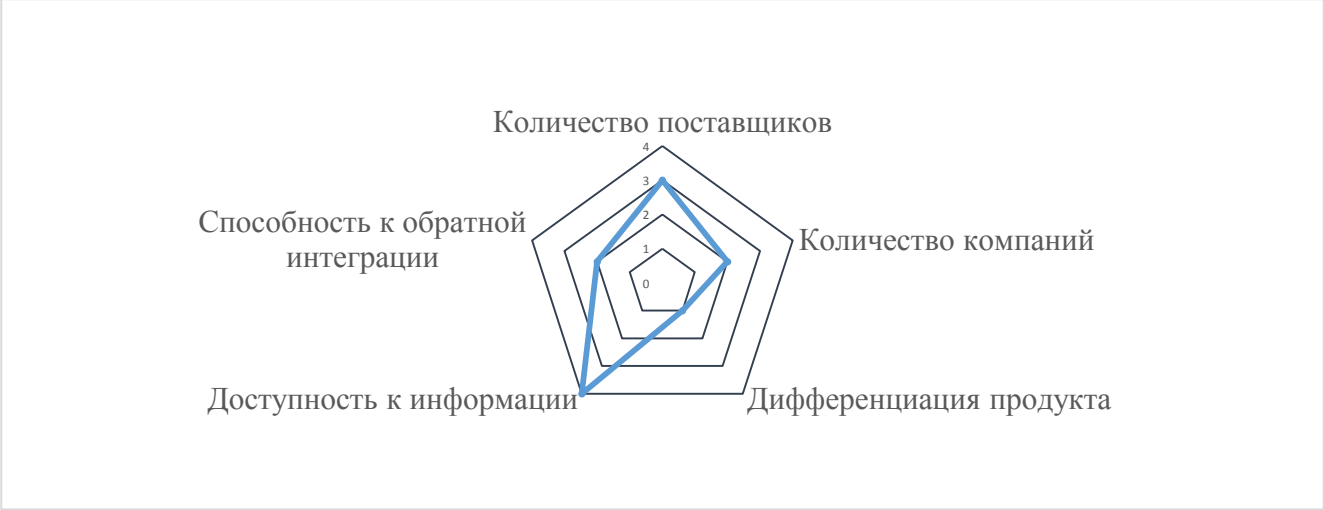

Рисунок 4 – Угроза со стороны поставщиков

Последняя сила – это конкурентная сила покупателей. В результате анализа предыдущих конкурентных сил, можно заметить, что покупатели выступают в роли весомых конкурентных сил, отдавая предпочтение качественному софту и способности компании решить поставленные задачи в короткие сроки.

Рисунок 5 – Угроза ухода потребителей

Как результат мы получили, что в основном все силы умеренные [1]. Более того, можно сказать с уверенностью, что ожидать новых конкурентов на рынке не стоит, и компания только будет укреплять свои лидирующие позиции.

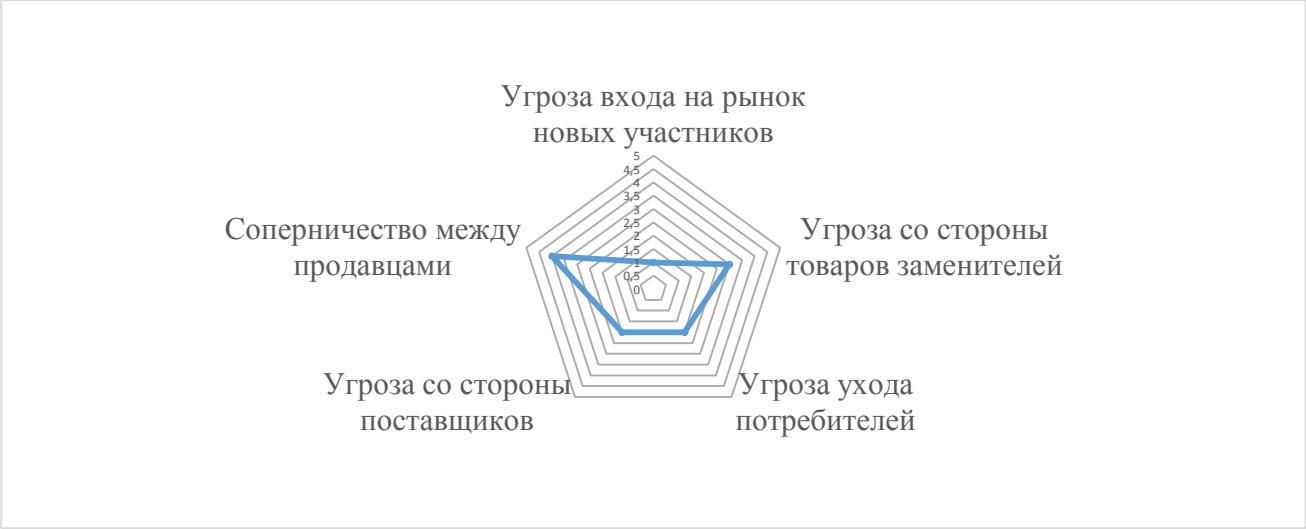

Рисунок 6 – Анализ конкурентных сил Корпорации «Галактика» по модели Майкла Портера

По итогам анализа конкурентоспособности компании может быть предложен свод рекомендаций, целью которого будет являться совершенствование маркетинговой и логистической стратегии для Корпорации «Галактика».

Основываясь на комплексном анализе показателей можно сформировать обоснованную и продуманную стратегию развития продуктово-рыночных направлений: [1]

- увеличить рыночную долю на рынке специализированного ПО;
- развить направление продажи программного обеспечения по франшизе, с целью удержания позиций на этих рынках относительно конкурентов.

Основным выводом, который можно сделать, является то, что с целью поддержания и развития сбалансированного портфеля, требуется ориентация на извлечение максимальной выгоды из текущих лидирующих направлений бизнеса в сочетании с развитием новых направлений.

Рекомендация, которая может быть выдвинута на основе анализа – увеличение инвестиций в маркетинговые и консалтинговые исследования с целью выявления и определения реальных существующих запросов потребителей и путей удовлетворения этих запросов. На деле это помогает подстроиться к нестабильности на рынке IT и всем условиям, которые постоянно меняются. В таком случае, то что разработают маркетологи и какую стратегию они предложат, на том и будет в последствии строиться новая стратегия компании, следовательно, и спрос будет изменяться, ориентируясь на данную стратегию. Также стоит не забывать, про предвосхищающий маркетинг, так как он помогает выявить еще не оформившихся, до конца не осознанных самим потребителем нужд и запросов [4].

Рекомендуется, чтобы вся стратегия строилась на дополнении продуктовой линейки новыми товарами, которые предприятие ранее не реализовывало. В рамках маркетинга, формирующего запросы, Корпорация «Галактика» должна планировать свои действия таким образом, чтобы не концентрироваться на том, что уже есть и какие потребности на рынке

существуют, а анализировать аудиторию и своих клиентом и пытаться прогнозировать и угадывать, что они захотят в будущем и уже сейчас готовиться предложить им такой продукт. Если компания последует такому плану действий, то ее лидерские позиции только еще сильнее укрепятся [1].

Несмотря на это, стоит не забывать, что такой метод один из самых рискованных, так как высока вероятность, что предпочтения потребителей могут поменяться или неправильно будет сделан прогноз, что приведет к высоким затратам на подготовку ненужного продукта. Хотелось бы отметить, что данному этапу многие компании придают наименьшее значение, т.к. считают, что все стратегии в общем схожи между собой. Такой подход полностью неправильный, так как на рынке уже сейчас очень часто стараются прогнозировать новые системы логистики, продвигающиеся как раз с помощью маркетинга и предвосхищающего маркетинга, которые непосредственно формируют спрос. Здесь мы снова видим тесную взаимосвязь между маркетингом и логистикой, при низком внимании к ней существует вероятность, что это приведет к неправильному анализу перспективных товаров, которые погибают так и не выйдя на рынок.

Список использованных источников:

1. Баринов, В.А. Развитие организации в конкурентной среде / В.А. Баринов, А.В. Синельников // Менеджмент в России и за рубежом. - 2017. - № 6. - С. 3-13.
2. Грант, Р.М. Современный стратегический анализ / Р.М. Грант. - М.: Питер, 2016. - 400 с.
3. Зуб, А.Т. Стратегический менеджмент. Системный подход / А.Т. Зуб, М.В. Локтионов. - М.: Генезис, 2017. - 373 с.
4. Захаров, В. Я. Анализ деятельности конкурентов / В. Я. Захаров. - М.: Foresight, 2018. - 94 с.

УДК 658.012.032

Шапаренко Н.С.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Мананникова Е.Ю.
Донбасский государственный технический университет
ЛНР, г. Алчевск
chapar_ok@mail.ru

Усовершенствована трактовка сущности механизма управления производственным потенциалом предприятия как системы функций, форм, методов, инструментов, рычагов, обеспечивающих управляющее воздействие на производственный потенциал предприятия для достижения поставленных целей и обоснование последовательности стратегического управления производственным потенциалом предприятия. Разработана структурно-логическая схема механизма управления производственным потенциалом предприятия в условиях риска.

Ключевые слова: механизм, управление, производственный потенциал, управленческие технологии, концепция.

В современных условиях рациональное использование производственных ресурсов является обязательным условием не только дальнейшего развития, но и самого функционирования любого промышленного предприятия. Актуализируют данную проблему значительные объемы потребления отечественными предприятиями материальных и трудовых ресурсов, а также использования ими изношенных основных средств и устаревших технологий производства.

Соответственно, каждый субъект предпринимательской деятельности должен адекватно оценивать уровень собственного производственного потенциала. Оценка возможностей производственной деятельности предприятия является предпосылкой принятия управленческих решений по расширению, перепрофилированию, совершенствованию производства, уменьшению или увеличению выпуска продукции и др. в то же время, правильная оценка и принятие управленческих решений лежат в основе понимания сущности и структуры производственного потенциала.

На сегодняшний день в отечественной научной литературе, посвященной вопросам формирования и использования потенциала предприятия, не определено единого представления о сущности и составе производственного потенциала как системы. Поэтому для дальнейшего исследования необходимо определить сущность и составляющие производственного потенциала, позволяющие его рассматривать в современных динамических условиях хозяйствования.

Анализ определенных трактовок производственного потенциала предприятия по разным концепциям [1-9] позволил сформулировать собственное определение, основанное на сочетании ресурсной, результативной и клиенто-ориентированной концепций. Целесообразно рассматривать производственный потенциал как систему производственных ресурсов, эффективное использование которых в существующих условиях хозяйствования обеспечит достижение стратегических целей развития предприятия.

Таким образом, производственный потенциал в современных условиях хозяйствования является системой взаимосвязанных производственных ресурсов, удачное формирование и эффективное использование которой является залогом достижения не только краткосрочных, но и обоснованных целей долгосрочного развития предприятия. Именно поэтому необходимо обобщить научные подходы экономистов, изучавших эту проблему и выявить максимальный способ повышения эффективности использования производственного потенциала предприятия. Он достигается путем постоянных усовершенствований механизма управления производственным потенциалом предприятия, изучением различных трактовок, связанных с этим термином, ведь именно к этой составляющей существуют различные подходы и каждый из ученых выделяет отдельные элементы, требующие обобщения.

Понятие «механизм управления» является довольно сложным в экономической науке. Однако, для его понимания следует проанализировать определения «механизм», «управление», которые являются

основополагающими для понятия «механизма управления производственным потенциалом предприятия».

Механизмом является последовательность процессов, которые определяют порядок действий, или процесса. Также механизм может проявляться в виде последовательности состояний в результате воздействия. Если же механизм сочетать с понятием ресурсов, то это совокупность форм и методов создания и использования ресурсов с целью обеспечения потребностей предприятия. Управление подобно менеджменту, однако является значительно более широким понятием, проявляющем себя, как целенаправленный процесс воздействия субъекта на объект управления. Если объединить эти два определения, то совокупность взаимосвязанных действий, требующих использования различных форм и методов с привлечением ресурсов путем влияния субъекта на объект и есть механизмом управления.

Обобщая изложенное, можно утверждать, что механизм управления – это центральное звено в системе управления предприятием, которое охватывает объект и субъект, принципы и задачи с целью достижения желаемого результата деятельности.

Итак, в управлении производственным потенциалом предприятия необходимо применять комплекс направлений по повышению эффективности управления, а именно:

- осуществить возможное введение в действие неустановленного, но имеющегося оборудования для увеличения объема выпуска продукции;
- повысить производительность за счет введенных в действие модернизированных основных средств путем интенсивного их использования;
- осуществить дальнейшее увеличение объема выпуска продукции за счет ввода нового оборудования, ремонта имеющегося и замены оборудования, которое морально и физически устарело, что в свою очередь, приведет к росту фондоотдачи;
- проводить детальный контроль над износом основных средств и за их техническим состоянием.

Наличие критериев, по которым оценивают достижения определенных целей в процессе управления позволяет четко детерминировать эффективность функционирования механизма управления производственным потенциалом предприятия в целом [1, с. 191].

Механизм управления производственным потенциалом предприятия в условиях риска можно изобразить как структурно-логическую схему, которая является сложной моделью, ведь содержит в себе много составляющих к которым можно отнести: функции, формы, методы, инструменты, рычаги. В целом, механизм можно изобразить как комплексную систему (рис. 1).

Анализируя рис. 1 можно утверждать, что механизм управления производственным потенциалом предприятия является комплексной системой, которая сосредотачивает в себе много различных составляющих.

Каждая из основных функций, которую выполняет механизм управления производственным потенциалом предприятия, содержит описание функций, которые указывают на основные направления их действий:

- организация процесса производства, труда, поставки материалов и товаров, оптимального использования ресурсов, управление рисками;

- анализ составляющих производственного потенциала (в т.ч. рисков) в предыдущих периодах, анализ внутренней и внешней среды, ограничений в деятельности;

- планирование и прогнозирования деятельности руководства с подчиненными, клиентами, корректировки рабочей программы, выявление угроз и учет риска;

- контроль качества товаров, контроль за своевременным выполнением работ, текущий и итоговый учет, выявление отклонений путем принятия решений в условиях неопределенности и риска;

- материальное и моральное стимулирование роста объемов производства, снижение издержек, повышение уровня удовлетворенности работников;

- нормирование ресурсов, которые являются составными производственного потенциала, нормирования труда, регулирования производства, регулирования уровня риска.

Формы механизма следует различать в зависимости от управления составляющими производственного потенциала предприятия. Методы, инструменты (планы, прогнозы, принятие решений и т.п.) и основные рычаги влияния предприятие может применять при осуществлении механизма управления производственным потенциалом в условиях риска.

Система организационного обеспечения механизма управления производственного потенциала - это взаимосвязанная совокупность подразделений предприятия, которые обеспечивают разработку и принятие управленческих решений по повышению эффективности использования производственного потенциала и несут ответственность за их результаты.

Современный механизм управления производственным потенциалом предприятия должен не только брать за основу традиционные методы и инструменты управления, но и учитывать новейшие управленческие технологии для успешности в достижении поставленных целей и задач по повышению уровня эффективности его производства.

Таким образом, механизм управления производственным потенциалом предприятия - это сложная экономическая категория, которая требует детального изучения и постоянного совершенствования, ведь при правильном использовании, предприятие может выявить резервы для улучшения механизма управления производственным потенциалом предприятия. Сущностная характеристика элементов механизма управления производственным потенциалом предприятия довольно сложная. Она содержит функции, формы, методы, инструменты и рычаги. Современный механизм управления объединяет и традиционные методы, и новейшие управленческие технологии. В дальнейших исследованиях необходимо сочетать теоретические проработки данного вопроса с практическими аспектами на примере использования предприятий, функционирующих на экономическом рынке.

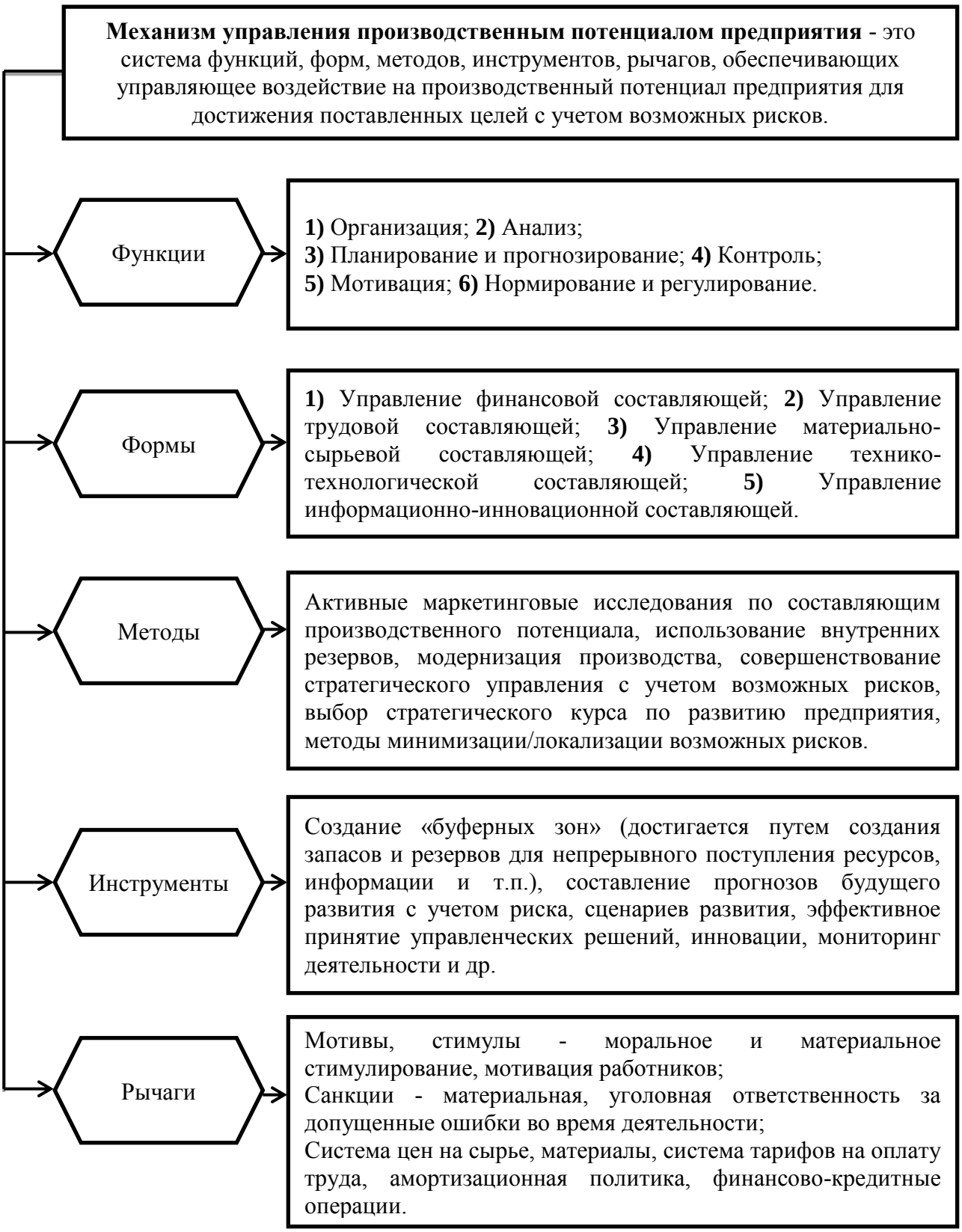

Рисунок 1 - Структурно-логическая схема механизма управления производственным потенциалом предприятия

Список использованных источников:

1. Боднарюк, В. А. Структура економічного механізму управління прибутком торгівельного підприємства / В. А. Боднарюк // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – Вип. 22.5. – С. 188–194.

2. Карсунцева, О.В. Производственный потенциал предприятий

машиностроения: оценка, динамика, резервы повышения [Текст] : монография / О.В. Карсунцева. - М. : ИНФРА-М, 2014. - 211 с.

3. Гончар, О. І. Актуалізація управління потенціалом підприємства за умов євроінтеграції : монографія / О. І. Гончар. – Хмельницький : ХНУ, 2015. – 333 с.

4. Жук, Є. О. Управління виробничим потенціалом підприємства / Є. О. Жук // Науковий вісник Полтавського університету економіки і тор- гівлі. Економічні науки. – 2016. – № 5. – С. 105–112.

5. Краснокутська, Н. С. Концепція ціннісно-орієнтованого управління потенціалом підприємства / Н. С. Краснокутська // Економічна теорія та теорія економічної думки. Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 8 (134). – С. 23–29.

6. Розов, Д.В. Методологические вопросы интенсивности обновления основного капитала и оценки производственного потенциала предприятия в современных условиях: Автореф./ Финн. акад. при Правительстве РФ. 2013 - 30 с.

7. Карапейчик, И.Н. О сущности и соотношении понятий экономического и производственного потенциалов. Часть 1 / И.Н. Карапейчик // Бизнес Информ. - 2012. - №3. – С. 8-12.

8. Квятковська, Л. А. Економічна оцінка виробничого потенціалу машинобудівного підприємства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук : 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / Л. А. Квятковська. – Харків : НТУ «ХПІ», 2011. – 20 с.

УДК 658.53

Шапетько Д.Н.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Тачкова И.А.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск.
shapetko.94@mail.ru

Проблема повышения производительности труда является одной из наиважнейших проблем современности, поскольку рост выработки на фоне кризисного положения и спада производства остаётся первостепенным источником социального и экономического роста. В статье рассмотрены теоретические основы производительности труда, подходы к трактовке понятия и основные методы оценки в современных экономических условиях.

Ключевые слова: производительность труда, предприятие, оценка, резервы и факторы роста.

Производительность труда определяется величиной продукции, создаваемой одним работником при установленном уровне затрат за определенное время. Показатель предопределяет рентабельность трудовой деятельности, при этом выступает ключевым экономическим индикатором степени развития различных государств. Большую социально-экономическую значимость имеет проблема наращивания производительности труда. Достигнутый уровень производительности труда определяет рост основного показателя экономического развития – валового внутреннего продукта,

общественного богатства, увеличение уровня заработной платы. Следствием роста производительности труда является повышение качества жизни населения, что служит гарантом стабильности общества.

Под производительностью труда понимают степень продуктивности и результативности деятельности человека в процессе производства в определенный отрезок времени, определяемую количеством потребительских стоимостей, возникших в определенный момент времени, или же промежуток времени, расходуемого на одну единицу продукта труда.

Основа и сущность производительности труда заключается в формах ее проявления. В наибольшей степени значимо абсолютное снижение трудовых затрат, необходимых для удовлетворения конкретной общественной потребности. Вследствие этого предприятия ориентируются на исследование способов экономии материальных и трудовых ресурсов, иначе говоря, уменьшение количества работников на тех участках, где это вероятно, а также экономия топлива, сырья, энергии.

В зависимости от того, как измеряется объем проделанных работ и отработанное время, выделяют несколько способов расчета уровня выработки.

При натуральном методе исчисления величина выполненных работ фиксируется в натуральных единицах (метры, тонны, штуки). Этот способ более ярко выражает уровень производительности труда, но, к сожалению, применяют его только для однородной продукции [1, с. 126].

Объём выполненных работ при условно-натуральном способе исчисления выработки выражается в условно-натуральных единицах (например: в тоннах условного топлива). Условно-натуральный метод применим для расчета показателя уровня производительности труда при выпуске неоднородной, но аналогичной продукции.

Трудовой метод измерения подразумевает, что объем выполненных работ будет измеряться в отработанных нормо-часах. Данный способ применим ко всем видам продукции, независимо от уровня ее готовности и широко используется при исследовании относительного изменения производительности труда.

Стоимостный метод является наиболее часто встречающимся на практике. Он основан на использовании стоимостных коэффициентов объема произведенной продукции. Преимуществом этого метода является возможность соизмерения различной продукции с издержками на ее изготовление, как в рамках одного предприятия, так и в диапазоне всей страны.

Рассчитывается производительность труда при стоимостном методе путем деления объема полученной продукции (в рублях) на среднесписочную численность промышленно-производственного персонала.

Стоимостный способ измерения имеет ряд разновидностей в зависимости от разных выражений произведенной продукции (валовая, товарная, нормативно-чистая, реализованная, чистая и нормативная стоимость обработки).

Важное значение в настоящее время придается установлению производительности труда по условно-чистой продукции, так как гарантирует более полное отражение работы данного предприятия, поскольку этот

показатель исключает искажающее воздействие ассортиментных сдвигов и кооперированных поставок, ликвидирует повторный счет.

Измерение производительности труда так же может проводиться по нормативно-чистой продукции. Под нормативно-чистой продукцией понимают сумму заработной платы рабочих с начислениями, сложенную с суммой заработной платы с начислениями других групп промышленно-производственного персонала, и плюс нормативный доход, устанавливаемый по коэффициенту рентабельности. Расчет уровня производительности труда на основании этого находится отношением величины производства нормативно-чистой продукции к количеству промышленно-производственного персонала предприятия [5, с. 263].

Объём издержек труда на производство определенного количества продукции измеряется количеством отработанных человеком часов и дней, а так же среднесписочной численностью работников в месяц, квартал и год. Вычисляют часовую и дневную (так же месячную, квартальную, годовую) производительность труда. Часовая выработка выражает производительность труда каждый час работы. От уровня часовой выработки и фактической длительности рабочего дня зависит дневная выработка. Уровень месячной (либо годовой) выработки зависит не исключительно от часовой выработки и длительности рабочего дня, но и от того, какое количество трудовых дней в среднем приходится на одного работника в месяц (либо в год).

В роли второго коэффициента производительности труда используют трудоемкость, которая рассчитывается на долю продукции и весь товарный выпуск. Различают несколько разновидностей трудоёмкости: нормативную, фактическую и плановую.

Нормативная трудоемкость – это издержки труда на производство единицы продукции или осуществления какого-либо объема работ по действующим нормам.

Плановая трудоемкость может отражать издержки труда на долю продукции, либо на реализацию определенного объема работ, которые устанавливаются в отношении изменения норм в предполагаемом периоде в ходе введения организационно-технических мероприятий.

Фактическая трудоемкость устанавливается по фактически определившимся издержкам труда.

Важнейшим планируемым коэффициентом на предприятии является годовая выработка. Показатель трудоёмкости продукции неоднократно используется при внутрипромышленном планировании роста производительности труда

На уровень производительности труда оказывают влияние факторы и условия. Факторы являются основной движущей причиной, вызывающей какую-либо динамику производительности труда. Понятие «условия» носит функциональное значение, ведь это условие, в котором возникает процесс движения производительности труда. Между этими двумя обстоятельствами имеется связь: фактор, как движущая сила во всех случаях работает в каких-либо конкретных условиях. Например, автоматизация производства выступает

сильнейшим фактором роста производительности труда, а структура производства является условием, из-за которого происходит автоматизация производства [4, с. 51].

Развернутая классификация факторов и условий, которые влияют на производительность труда, разработана на основе компонентов общественно-экономической формации – это производительные силы, надстройки, производственные отношения. Таким образом, факторы и условия можно объединить в четыре основные группы. К первой группе относятся природно-климатические факторы и условия, которые формируют предпосылки для конкретного исходного уровня производительности труда в установленном месте. Во вторую группу входят технико-организационные факторы, связанные с улучшением производительных сил общества и усовершенствованием их комбинации [6, с. 333].

Научно-технический прогресс является важнейшим технико-экономическим фактором роста производительности труда. Он выражается во взаимосвязанном совершенствовании науки и техники, составляющих основу увеличения производительности труда [3, с. 151].

К последней группе относятся социально-политические факторы и условия, которые лежат на уровне надстройки, влияя при этом, на производительность труда через сознание рабочего (мораль и культура, идеология и религия), либо посредством взаимодействия с производством.

Под резервами роста производительности труда понимается возможность наиболее полного применения производительной силы труда, факторов повышения и улучшения его производительности за счет улучшения техники и технологии, так же совершенствования организации производства, управления и труда. Факторы роста производительности труда тесно связаны с резервами. Если какой-либо фактор расценивать как возможность, то применение связанного с ним резерва можно считать процессом превращения возможностей в действительность.

Целесообразно выделить следующие группы резервов роста производительности труда:

– резервы, которые образуются в ходе воздействия материально-технических факторов (недостаточное использование средств труда, недопотребление возможностей технологии и прогрессивных видов сырья);

– резервы, связанные с воздействием организационных факторов производства, таких как недостатки в управлении, организации труда и производства;

– социальные резервы включают неэффективное применение способностей к труду работника, дисциплину труда и низкую мотивацию [2, с. 684].

Таким образом, под производительностью труда следует понимать степень продуктивности и результативности деятельности человека в процессе производства в определенный отрезок времени, определяемую количеством потребительских стоимостей, возникших в определенный момент времени, или же промежуток времени, расходуемого на одну единицу продукта труда.

Под резервами роста производительности труда необходимо рассматривать неиспользованные, но имеющиеся возможности повышения производительности труда благодаря наилучшему использованию всех факторов ее роста. Первостепенная задача определения резервов роста производительности труда состоит в максимальном применении всех возможностей экономии затрат труда как живого, так и овеществленного.

Список использованных источников:

1. Анфимова, М.О. Совершенствование кадрового планирования / М.О. Анфимова, В.А. Экова, А.В.Сычева// В сборнике: Актуальные региональные вопросы экономики и управления в условиях инновационной экономики. Материалы научно-практической конференции студентов: тезисы докладов. Волж. политехн. ин-т (филиал) Гос. образоват. учреждения высш. проф. образования «Волгогр. гос. техн. ун-т». – 2016. – С. 124-126.
2. Богатырева, И.В. Анализ современного состояния производительности труда в России / И.В. Богатырева, Н.В. Кожухова, Е.П. Железникова // Экономика труда. – 2018. – № 3. – С. 683-698.
3. Богунова, А.А. Роль и значение кадрового планирования в системе управления персоналом в организации/ А.А. Богунова, А.А. Асланян // В сборнике: Международный молодежный симпозиум по управлению, экономике и финансам. Институт управления, экономики и финансов КФУ. – 2016. – С. 151-153.
4. Будзинская, О.В. Кадровое планирование на примере компании АО НК «Русснефть» / О.В. Будзинская, О.В. Федорова // В сборнике: Стратегии устойчивого развития современного общества: экономические, социальные, философские, политические, правовые, тенденции и закономерности. Материалы международной научно-практической конференции. – 2016. – С. 51-58.
5. Виханский, О.С. Менеджмент: Учебник / О.С. Виханский. – М.: Экономистъ, 2015. – 526 с.
6. Тачкова, И.А. Оценка критериев эффективности осуществления государственных закупок на региональном уровне/ И.А. Тачкова, М.В. Богданова, Н.А. Паршиков //Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 1(90). – С. 330–334.

УДК 339.137.21

Шведова В.Е.

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ООО «РИТЕЙЛ» НА РЫНКЕ БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ

Научный руководитель: к.э.н. Чернышова И. Г.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск

В данной статье рассматривается понятие конкурентоспособности компании на рынке розничных торговых сетей, а также рассмотрены способы повышения конкурентоспособности организации. Объектом исследования стала сеть торговых магазинов ООО «Ритейл».

Ключевые слова: экономика, конкурентоспособность, предприятие, рынок.

В наше время проблема конкурентоспособности в рыночной экономике является актуальной. Повышение уровня конкурентоспособности является одной из самых важных задач для развития и успешного существования любого предприятия.

Конкуренция - это борьба на рынке товаров (услуг) производителей за долю рынка, получение максимальной прибыли или достижение иных конкретных целей.

Конкурентоспособность предприятия – это способность предприятия превосходить своих конкурентов на рынке аналогичной продукции.

Конкурентоспособность предприятия определяется следующими факторами:

1. качество продукции и услуг;
2. наличие эффективной стратегии маркетинга и сбыта;
3. уровень квалификации персонала и менеджмента;
4. налоговая среда, в которой действует предприятие;
5. доступность источников финансирования.

Из вышесказанного следует вывод что, конкурентоспособность предприятия является одним из важнейших факторов деятельности предприятия на рынке. Предприятие должно знать и постоянно совершенствовать свои «сильные стороны» перед конкурентами, чтобы затраты вложенные в него были рентабельными, продукция удовлетворяла потребности покупателя, а предприятие получала требуемую прибыль.

Особенностью конкурентоспособности торговой фирмы является тот факт, что результатом её функционирования выступает не создание продуктов, а удовлетворение покупательского спроса, оказание услуг, а также то, что эффект проявляется не только в сфере обращения, но и за её пределами.

Компании проводят множество различных работ по выявлению своих главных преимуществ, в дальнейшем используя которые они могут объективно оценить свои возможности в борьбе с конкурентами на рынке. Выявив свои слабые стороны, организации разрабатывают ряд мер по повышению своей конкурентоспособности и обеспечению успеха среди конкурентов, занимающихся аналогичной деятельностью.

Для поддержания эффективного функционирования предприятия, необходимо объективно оценивать уровень своей конкурентоспособности по сравнению с существующими и потенциальными конкурентами, а также уметь грамотно использовать преимущества предприятия и минимизировать недостатки для повышения конкурентоспособности организации.

Объектом исследования в данной статье является сеть торговых магазинов ООО «Ритейл».

ООО «Ритейл» - брянская компания, основным видом деятельности которой является розничная торговля в неспециализированных магазинах торговой марки «Журавли». Данная компания существует с 2006 года и включает в себя более 40 торговых точек разных форматов расположенных в Брянске и Брянской области. Данная торговая сеть включает в себя следующие магазины: «Журавли», «Корица», «Свенская Ярмарка», «Калита», «Атлас» и

«Акрошка».

Главными конкурентами розничной торговой сети «Ритейл» являются:

1. X5 Retail Group – одна из крупнейших продуктовых розничных компаний, в которую входят такие бренды, как «Пятерочка», «Перекрёсток» и «Карусель».
2. ООО «Магнит» - российская компания розничной торговли и сеть продовольственных магазинов.
3. ООО «Лента» - российская сеть гипермаркетов и супермаркетов.

Проведем оценку позиции ООО «Ритейл» на рынке. Для этого построим многоугольник конкуренции, который будет отображать свои позиции и позиции ближайших конкурентов. Для данного анализа в качестве основных конкурентов будем рассматривать такие магазины, как «Пятерочка» и «Магнит».

В качестве параметров для оценки выберем следующие критерии:

1. Широта ассортимента
2. Уровень цен
3. Качество услуг
4. Реклама
5. Доля на рынке
6. Уровень квалификации персонала

Данные параметры будут являться осями на графике, на каждой из которой будет стоять оценка по девятибалльной шкале, где оценка, находящаяся в диапазоне [0-3], означает слабость элемента, [6-9] означает силу элемента, а остальные значения говорят о средней оценке. Результаты анализа конкурентов представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Анализ конкурентоспособности ООО «Ритейл» и конкурентов

Показатель	«Ритейл»	«Магнит»	«Пятерочка»
Широта ассортимента	9	5	7
Уровень цен	4	8	7
Качество услуг	6	5	4
Реклама	5	5	7
Доля на рынке	4	8	8
Уровень квалификации персонала	7	5	5
Итого	35	36	38

На основе данных таблицы построим многоугольник конкурентоспособности предприятий (рисунок 1).

Исходя из диаграммы видно, что ООО «Ритейл» имеет устойчивые позиции, и ни один из показателей не находится в слабой зоне. При этом такие показатели, как уровень цен и доля на рынке находятся в зоне риска, и им следует уделить особое внимание при разработке мероприятий по повышению уровня конкурентоспособности и разработке стратегии развития организации.

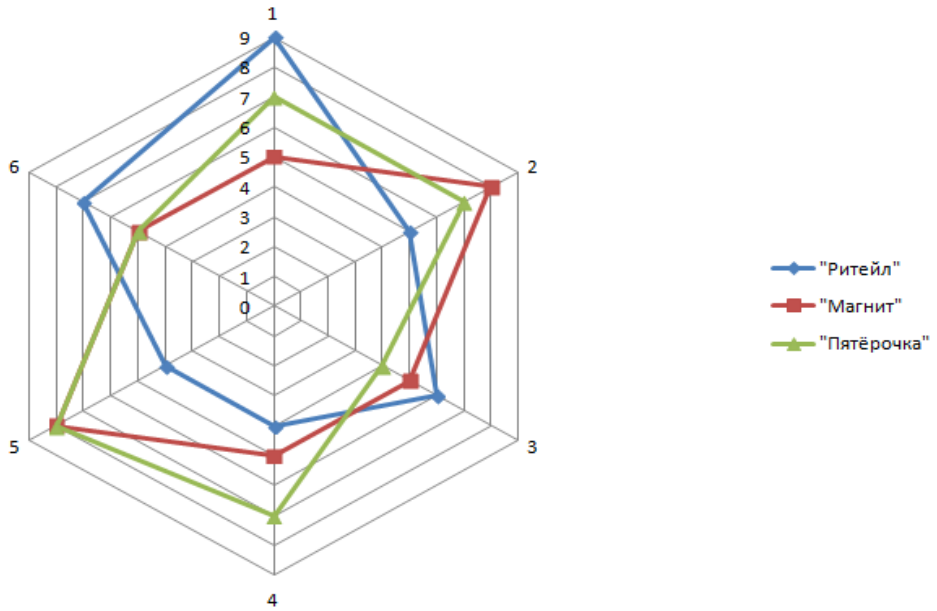

Рисунок 1 – Многоугольник конкурентоспособности

Конкурентные преимущества торговой сети ООО «Ритейл»:

1. Многоформатный бизнес.

Стратегическое решение открывать магазины разных форматов позволяет проводить более глубокую сегментацию рынков потребителей. В торговой сети в «среднем» сегменте розничной торговли по Брянской области существуют универсамы «Журавли», супермаркеты «Калита» и «Свенская ярмарка». Несколько лет назад компания открыла торговые точки в формате «комфорт», к которым относятся современные и удобные супермаркеты «Корица» и гипермаркет «Атлас». Разбиение всех магазинов на различные форматы позволяет рассматривать в качестве потенциальных покупателей с разными уровнями доходов, позволяя при этом одновременно добиваться как высокого оборота компании, так и умеренных темпов роста бизнеса в целом.

2. Узнаваемый бренд.

В составе торговой марки «Журавли» немаловажную роль играет ОАО «Фабрика-кухня», специализирующаяся на производстве кондитерских и хлебобулочных изделий под торговой маркой «Журавли». Согласно исследованиям независимых экспертов, в том числе, IGD, покупатели обращают особое внимание на бренд при покупке продуктов питания. В услуги Фабрики-кухни входит создание тортов и других кондитерских изделий на заказ, что также расширяет потребительский сегмент.

3. Программа лояльности.

Во всех форматах данной сети действует карта лояльности «Вместе». С помощью такого инструмента компания предоставляет выгодные предложения своим покупателям в виде специальных скидок на товары только для владельцев карт, персональную информацию об акциях и новинках в торговой сети. Отличительной особенностью данной карты являются индивидуальные и уникальные предложения своим лояльным клиентам, в отличие от многих конкурентов в аналогичной сфере. Использование системы лояльных покупателей позволяет добиваться как увеличения среднего чека магазина, так

и повышения уровня трафика в целом по сети.

4. Широкий ассортимент.

Широкий выбор разных товаров позволяет привлечь большое количество покупателей, которые могут выделить для себя среди огромного выбора продукции ту, которая будет для него определяющей. Глубина ассортимента позволяет удовлетворять потребности покупателей из разных ценовых сегментов в рамках одного товара.

В таблице 2 представлены ключевые финансовые показатели ООО «Ритейл» за 2016-2018 г.г.

Таблица 2 - Ключевые финансовые показатели

Показатели	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Выручка, млн. руб.	3,4	5,1	5,8
Прибыль, млн. руб.	-21	-125	24
Общее количество торговых точек	41	49	49
Торговая площадь, кв. м.	34 850	41 650	41 650

Данные таблицы 1 показывают, что за рассматриваемый период количество торговых точек розничной сети «Ритейл» возросло. Так в 2017 году число магазинов составило 49, что на 8 больше, чем в 2015 году. Также увеличилась торговая площадь, и к 2017 году составила 41 650 кв. м., что говорит о стабильном развитии розничной сети.

Несмотря на стабильный рост выручки, в 2016 году прибыль компании была отрицательная (-125 млн. руб.). Но к 2017 году прибыль приросла на 149 миллионов и составила 24 миллиона рублей, что говорит об успешной работе компании.

К слабым сторонам ООО «Ритейл» можно отнести:

1. Высокая наценка по сравнению с федеральными конкурентами, в связи с отсутствием возможности делать закупки в оптовых масштабах
2. Ухудшающаяся позиция среди конкурентов
3. Отсутствие магазинов в других городах

Основываясь на результатах проделанного исследования, можно выделить ряд мероприятий в ООО «Ритейл», направленных на повышение конкурентоспособности среди конкурентов:

1. Использование нововведений в разных сферах для постоянного развития организации
2. Улучшение качества продукции и предоставляемых услуг, для поднятия имиджа организации
3. Проведение эффективных маркетинговых мероприятий с целью привлечения новых клиентов, а также увеличения спроса со стороны лояльных покупателей
4. Мониторинг и анализ конкурентов на постоянной основе, с целью выявления их сильных и слабых сторон
5. Изучение потребностей лояльных покупателей, для предоставления им более персонализированных предложений

6. Расширение бизнеса за пределы Брянской области
7. Обучение и переподготовка персонала, с целью усовершенствования навыков, необходимых для эффективной работы в постоянно изменяющейся окружающей среде

Список использованных источников:

1. Абашева, О.Ю. Оценка конкурентоспособности организации на основе стратегического анализа рынка / О.Ю. Абашева, С.А. Лопатина, С.А. Доронина, И.Л. Иванов, О.А. Тарасова, Н.Б. Пименова // Экономика и предпринимательство. - 2016. - №2 (ч.1) (67-1)- С.911-920
2. Гапоненко, А. Традиционные и новые факторы конкурентоспособности организаций / А. Гапон
3. енко, М. Савельева // Проблемы теории и практики управления. - 2015. - N 5. - С.117-124.
4. Галиуллин, И.Р. Инновационная модель эффективного управления конкурентоспособностью предприятий сферы услуг: от теории к практике / И.Р. Галиуллин // Микроэкономика. - 2018. - N 3. - С.31-35.
5. Похилько, Т.И. Инновации в системе конкурентоспособности региона: / Т.И. Похилько. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2014. - 296 с.
6. «Rusprofile» - сервис проверки контрагентов [электронный ресурс] // URL: https://www.rusprofile.ru/id/1007688

УДК 338.45

Шумейко А.Г.

ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Тачкова И.А.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г. Петровского,
Россия, г. Брянск
shumeyko263@yandex.ru

В статье рассмотрена сущность хозяйственной деятельности предприятия, проанализированы основные подходы и методы оценки эффективности производственно-хозяйственной деятельности организации в современных условиях хозяйствования.

Ключевые слова: предприятие, производственно-хозяйственная деятельность, оценка, эффективность.

Предприятие представляет собой организационную структуру, которая производит материальные блага или оказывает услуги, предоставляет рабочие места, выплачивает заработную плату, участвует в развитии экономики страны и муниципальных программах в виде уплаты налогов. В условиях рыночных отношений предприятие самостоятельно решает, что и сколько производить, когда, кому и по какой цене продавать произведенные товары [4, с.111].

Мотивация и направленность решения этих вопросов обусловлены стремлением получить прибыль в размере, обеспечивающим экономический рост предприятию, приемлемый жизненный уровень работникам этого предприятия и выплату налогов в федеральные и муниципальные бюджеты.

В условиях настоящей экономической ситуации умение эффективно хозяйствовать становится важным фактором выживания предприятия в конкурентной среде. Предприятие становится не просто производящим субъектом, как это было в годы централизованно-плановой системы управления, а отдельным самостоятельным хозяйствующим субъектом.

Хозяйственная деятельность предприятия – это деятельность по созданию товаров, предоставлению услуг, выполнению работ, которая направлена на получение дохода с целью удовлетворения потребностей руководства и персонала предприятия. Производственно-хозяйственная деятельность предприятия представляет собой процессы производства, воспроизводства и обращения, направленные на выполнение таких функций, как обеспечение деятельности необходимыми ресурсами, непосредственное изготовление продукции на основе использования определенных технологий и техники и сбыт продукции [3, с.120].

В современных условиях производственно-хозяйственная деятельность предприятий осуществляется в условиях риска, при этом риском можно управлять различными методами, которые позволят предприятию эффективно продолжать свое функционирование. Риск не должен быть критическим, и организация должна иметь возможность восстановить свои потери при неудачном стечении обстоятельств.

Повышение экономической эффективности является важной составляющей в деятельности предприятия. Повышение экономической эффективности может быть достигнуто путем модернизации оборудования, повышения квалификации кадров, рационального использования отходов и совершенствования технологий производства [7, с.3].

В современных исследованиях существуют различные подходы к набору показателей и методам оценки эффективности производственно-хозяйственной деятельности предприятия. Классический набор показателей, рассматриваемых в работах большинства ученых, включает: объем продукции в стоимостном выражении; прибыль; себестоимость продукции; общий объем продаж и т.д.

Ученые И.Г. Бабеня, М.Д. Жданова в своем исследовании предлагают все показатели экономической эффективности разделить на 2 блока: первый блок – собственно показатели экономической эффективности производственно–хозяйственной деятельности и второй блок – показатели проявления эффективности [1, с.118].

По мнению А.Р. Тыриновой, система показателей эффективности производства должна включать несколько групп: обобщающие показатели деятельности предприятия; показатели эффективности использования труда (персонала); показатели эффективности использования основных и оборотных фондов; показатели эффективности использования финансовых ресурсов [6, с.218].

Для всесторонней оценки уровня и динамики экономической эффективности производства, результатов производственно-хозяйственной и коммерческой деятельности предприятия наряду с приведенными основными показателями рекомендуется использовать также специфические показатели,

которые отражают степень использования кадрового потенциала, производственных мощностей, материальных и других видов ресурсов.

Следует отметить, что общим недостатком предлагаемых совокупностей показателей производственно-хозяйственной деятельности является отсутствие признака системности, а также использование абсолютных значений показателей, а не их оценок, что исключает возможность эффективного управления предприятием.

Из существующих подходов к оценке деятельности предприятия наиболее целесообразным представляется подход, основывающийся на формировании комплексной оценки с использованием не одного универсального показателя, а системы оценочных показателей.

С.В. Калмыкова, А.С. Соколицын, Н.А. Соколицына в своем исследовании утверждают, что для целей стратегического прогнозирования и планирования, анализа и оценки решений в управлении предприятием необходимо осуществлять оценку производственно-хозяйственной деятельности предприятия и (или) его потенциала посредством ранжирования рассматриваемых предприятий по их интегральному рейтингу [2, с.140].

В основу расчета интегрального рейтинга предприятия может быть положено сравнение рассматриваемых предприятий по каждому показателю производственно-хозяйственной и инновационной деятельности с показателями условно выбранного эталонного предприятия. Тогда базой для сравнения по количественным оценочным показателям деятельности предприятия будут сложившиеся в реальной (прогнозируемой) рыночной конъюнктуре наиболее высокие результаты из всей совокупности сравниваемых предприятий или прогнозируемые результаты, которые и выступают в качестве эталонных. В результате, в качестве эталонного предприятия выступает наиболее конкурентоспособное и перспективное предприятие. Такой подход для оценки деятельности предприятия посредством сравнительного анализа с другими в рассматриваемой совокупности предприятий в наибольшей степени учитывает особенности их деятельности в условиях рыночной конкуренции [5, с.332].

Для выявления наиболее перспективных предприятий необходимо осуществить предварительный комплексный анализ их финансового состояния, организационно-экономических и управленческих сторон деятельности, результаты которого могут быть использованы для дальнейшего определения перспективных направлений развития с учетом изменений социально-экономических условий и конъюнктуры рынка. В связи с этим возникает необходимость в разработке соответствующей процедуры оценки деятельности предприятий путем их сравнительного анализа в рассматриваемой совокупности с учетом фактора времени.

С.А. Мироседи, О.В.Рязанова, выделяют отдельный подход к оценке эффективности реструктуризации производственно-хозяйственной деятельности предприятия. Количественные методы оперируют показателями, характеризующими экономический потенциал предприятия и различные аспекты его производственно-хозяйственной деятельности. Основными количественными показателями являются: прибыль, величина капитала,

величина издержек, количество персонала и т.д. [3, с.120].

Результаты, которые трудно поддаются количественному измерению, оценивают с помощью качественных методов. Они характеризуют результативность деятельности и степень эффективности использования ресурсов: материальных, финансовых и человеческих. Основные показатели этих методов можно объединить в группы, характеризующие: эффективность хозяйственной деятельности; финансовое состояние предприятия; уровень конкурентоспособности предприятия.

Качественные методы подразделяют на группы методов, основанных на экспертных оценках, и методов, направленных на оценку риска реструктуризации. Кроме того, существуют смешанные методы оценки, основанные на показателях, используемых в группе как количественных, так и качественных методов. К таким методам можно отнести комплексную рейтинговую оценку, систему оценочных индикаторов, интегральную оценку результатов. Набор показателей, используемых в данных методах, не регламентируется и определяется исходя из целей и возможностей оценщика. Эти показатели дополняют друг друга, они могут быть приведены к общей форме количественных показателей, что повышает достоверность оценки и ценность данных методов.

Таким образом, для предприятий, находящихся в процессе реструктуризации производственно-хозяйственной деятельности, важно проводить оценку. Необходимость такой оценки требует выбора инструментария, позволяющего оценивать уровень получаемого предприятием эффекта от функционирования в новых условиях, складывающихся в связи с реализацией проектов реструктуризации, направленных на адаптацию к изменениям внешней среды, улучшение финансового состояния, повышение эффективности деятельности, конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности. Оценивая результативность реструктуризации, предприятия, кроме определения уровня достижения поставленной цели, имеют возможность своевременно диагностировать негативные тенденции и вырабатывать меры по их устранению.

Список использованных источников:

1. Бабеня, И.Г. Комплексная оценка экономической эффективности производственно-хозяйственной деятельности организации / И.Г. Бабеня, М.Д. Жданова // Материалы докладов 50-й международной научно-технической конференции преподавателей и студентов, посвященной году науки: в 2-х томах. – 2017. – С. 117-119.

2. Калмыкова, С.В. Использование интегрального рейтинга для оценки производственно-хозяйственной деятельности предприятия / С.В. Калмыкова, А.С. Соколицын, Н.А. Соколицына // Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли: Сборник трудов научно-практической и учебной конференции: в 3 частях. – 2018. – С. 139-143.

3. Мироседи, С.А. Методы оценки результативности реструктуризации производственно-хозяйственной деятельности предприятия / С.А. Мироседи, О.В. Рязанова // Научно-методический электронный журнал Концепт. – 2018. –

№2. – С. 119-126.

4. Погосян, Е.В. Сущность производственно-хозяйственной деятельности организации и ее альтернативы / Е.В.Погосян // European Scientific Conference: сборник статей XII Международной научно-практической конференции, 2018. – С. 111-113.

5. Тачкова, И.А. Оценка критериев эффективности осуществления государственных закупок на региональном уровне/ И.А. Тачкова, М.В. Богданова, Н.А. Паршиков //Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 1(90). – С. 330–334.

6. Тыринова, А.Р. Особенности формирования системы оценочных показателей при анализе результатов производственно-хозяйственной деятельности предприятия / А.Р. Тыринова // Научно-исследовательская деятельность как фактор личностного и профессионального развития студентов. Материалы международной студенческой научно-практической конференции среди образовательных учреждений СПО. Многопрофильный колледж ФГБОУ ВО Орловский ГАУ, 2018. – С. 215-219.

7. Ушаков, Т.В. Монографический обзор характеристик производственно-хозяйственной деятельности / Т.В. Ушаков // Бизнес и общество, 2017. – №4(16). – С. 3-8.

УДК 331.56

Щербина Е.А.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Игольникова И.В.
Брянский государственный университет им. акад. И.Г.Петровского,
Россия, г.Брянск

В современных условиях и постоянным появлением новых частных предприятий становятся необходимы оценка деятельности организации, особенно на рынке с высокой конкуренцией. В данной работе рассмотрена система оценки эффективности деятельности предприятия. В статье подробно рассмотрены ключевые показатели эффективности. В статье также отмечается, что оценка эффективности деятельности предприятия помогает руководству организации определить границы соотношения достигнутых компанией результатов и необходимых для этого затрат.

Ключевые слова: эффективность, рентабельность, прибыль, ключевые показатели эффективности, планирование; уровень технологии; хозяйственная деятельность.

Проблема оценки эффективности всегда была актуальной как для собственников организации, так и для руководителей. Оценка эффективности предприятия — это процедура, которая проводится с целью определения стоимости бизнеса (компании) или его долей. К такому мероприятию прибегают в разных случаях, поэтому вопрос о необходимости оценки эффективности деятельности компании встает перед ее управляющими периодически.

Производится процедура оценки, включающая все имущество компании. Имеются в виду активы организации, которые представлены земельной собственностью, оборудованием, транспортными средствами, различными сооружениями, зданиями, сетями, коммуникациями и так далее. Данная задача предполагает анализ финансовых потоков организации.

Привлекательность бизнеса в свете финансового инвестирования теряется в случае, если прибыль от его ведения гораздо меньше в сравнении с первоначальными вложениями, которые потребовались для приобретения. В итоге, оценка эффективности деятельности предполагает использование данных о настоящей стоимости будущих доходов, которые, вероятно, получит инвестор и которые являются рыночной стоимостью.

Можно выделить три принципа, на которых базируется оценка эффективности деятельности предприятия:

- Связь итогового результата и цели деятельности. Это главный принцип оценки эффективности компании. Предпринимательство предполагает ведение коммерческой, финансовой и производственной деятельностей. Каждая из них имеет самостоятельные цели, которые в некоторых случаях могут взаимоисключать друг друга. [2]

В пример можно привести максимизацию прибыли и снижение затрат. В этом случае ставятся задачи, которые заключаются в поиске целей единой направленности либо компромиссного решения. В таких случаях оценка эффективности хозяйственной деятельности предполагает применение метода многоцелевой оптимизации.

- Присутствие критериев оптимальности. Оптимальность — достижение минимальных и максимальных показателей определенных параметров в системе. С помощью критериев определяется оптимальность итоговых результатов. Имеется в виду допустимое, а не необходимое применение критериев.

Система критериев используется в тех случаях, когда обобщенные и единые оценки невозможно применить.

- Взаимосвязь ЖЦТ (жизненный цикл товара) и показателей хозяйственной деятельности на первоначальных стадиях жизни продукта на рынке (разработка и внедрение) прибыль получить нельзя, она образуется перед переходом товара (в конце внедрения) на ступень роста.

Прибыль является мотивирующим звеном, которое заставляет компанию повышать качество продукции, разрабатывать товары согласно потребностям рынка, минимизировать затраты на исследование и апробацию. Тем самым сокращается длительность каждой стадии.

Эффективности финансово-хозяйственной деятельности организации с экономической точки зрения можно выразить посредством использования основных показателей, таких как:

- рентабельность капитала;
- оборачиваемость капитала;
- расходы на единицу продукции;
- рентабельность производства.

Рентабельность – это показатель, который отражает эффективность предприятия и отражает доходность использования капитала предприятия. Оценка рентабельности дает возможность выявить слабые и сильные стороны бизнеса на этапе создания организации.

Прибылью называется разница между общими доходами и издержками производства организации.

Она является ключевой формой доходов и источником расширенного воспроизводства.

Рентабельность выполняет четыре функции:

- учетная функция представляет собой фиксирование конечных результатов предприятия;
- оценочная функция позволяет сравнивать фактические значения прибыли с издержками ценой и доходами;
- стимулирующая функция, позволяет предприятию успешно противостоять негативным изменениям в экономической сфере;
- функция вознаграждения, предоставляет возможность получить бонусы, которые связанны с увеличением стоимости вложенного капитала.

Целью любого предприятия в рамках рыночной экономики является получение рентабельности, способной обеспечить ее дальнейшее развитие.

Рентабельность состоит из двух элементов с точки зрения бухгалтерского учета. Первым элементом является доход от обычной хозяйственной деятельности предприятия. При этом на величину рентабельности от хозяйственной деятельности оказывает воздействие соответствующая методика исчисления издержек, затрат на содержание персонала, оценки стоимости основных фондов, запасов.

Под вторым элементом понимается потенциальная рентабельность. Разновидностью потенциального дохода является чрезвычайный доход, который складывается из дохода от реализации активов, безнадежных финансовых обязательств, использования сумм от ускоренной амортизации.

Чтобы оценить результаты финансово-хозяйственной организации и проанализировать ее сильные и слабые стороны, необходимо синтезировать показатели, причем таким образом, чтобы выявить причинно-следственные связи, влияющие на финансовое положение и его элементы.

Следовательно, эффективность характеризуется ростом производительности, повышением коэффициента использования оборудования организации, достижением максимальных результатов при более низких расходах.

Большую роль в оценке финансово-хозяйственной деятельности организации играют критерии эффективности использования трудовых ресурсов: динамика роста производительности труда, снижение трудоемкости продукции, высвобождение рабочей силы, коэффициенты использования рабочего времени, соотношение темпов роста производительности труда с темпами роста заработной платы.

Таким образом, предприятие является эффективным, если:

- достигнутый финансовый результат должен быть выше уровня,

достигнутого конкурентами;

- прогнозируемый (расчетный) рост финансового результата в ближайшей перспективе должен быть выше уровня, достигнутого конкурентами на текущий момент (или прогнозируемого в ближайшей перспективе);

- предприятие выделяет достаточные ресурсы на поддержку и развитие своей деятельности, правильно их использует. [3]

Итак, значительный период времени преобладающим являлось определение эффективности как отношение затраченных ресурсов к полученному результату. Таким образом, чем больше у предприятия доход и чем меньше затраты на его получение, тем более эффективной является организация. Поэтому организации были нацелены на получение более высоких доходов и снижение затрат.Тем не менее, данный подход к оценке эффективности финансово-хозяйственной деятельности перестал удовлетворять руководителей и собственников организаций.

Наибольшую популярность получил подход, согласно которому эффективность должна быть определена по ряду критериев. Причиной этому явился тот факт, что финансовые показатели, получаемые при оценке эффективности как соотношении доходов и расходов дают представление лишь о текущем положении организации. [4]

Одним показателем невозможно оценить эффективность деятельности организации в долгосрочной перспективе.

Для решения данной проблемы была разработана методика Balanced Scorecard или «Сбалансированная система показателей эффективности».

Основная идея данной системы состоит в том, что основная доля стоимости предприятия складывается не из имущества предприятия, а из «неосязаемых» элементов, таких как персонал организации, инновации, отношения организации с контрагентами, организация бизнес-процессов.

Суть методики Balanced Scorecard состоит в том, что в организации создается система, которая включает в себя как финансовые, так и нефинансовые показатели. Данные показатели не являются разрозненными набором отчетов, а систематизированы в интегрированной основе. Данные показатели и определяют стратегию развитие организации.

Набор показателей, включаемых в систему, зависит от стратегии развития организации. Только разработав стратегию, можно переходить к разработке системы Balanced Scorecard. [1]

Рассмотрим показатели эффективности организации для различных аудиторий в таблице 1.

Процедура разработки сбалансированной системы показателей эффективности сводится к следующему:

1. Определение необходимого набора показателей.

2. Выстраивание причинно-следственных связей между стратегическими задачами.

3. Выбор наилучших критериев оценки (измерителей) выполнения поставленных задач.

4. Определение целевых значений показателей.

5. Разработка планов стратегических инициатив, направленных на достижение целевых значений показателей.

Таблица 1 – Показатели эффективности организации для различных аудиторий

Аудитория	Потребности	Показатели эффективности (пример)
Акционеры	Максимизация собственных дивидендов Стоимость предприятия Возможность продать свои акции (доли)	Рентабельность бизнеса Чистая прибыль Ликвидность Объем продаж
Клиенты	Оптимальное соотношение «цена и качество» Высокий уровень сервиса	Себестоимость продукции Количество претензий Доля постоянных клиентов
Партнеры, общественность СМИ	Отсутствие загрязнения окружающей среды, экологичность производства Соблюдение договоренностей Достоверность информации	Соответствие экологическим нормативам, уровень выбросов Претензии со стороны партнеров Негативные отзывы, публикации данных не соответствующих действительности (домыслы из-за недостатка информации)
Сотрудники и их семьи	Уровень компенсации Режим труда Условия труда Атмосфера в коллективе Возможности карьерного и профессионального роста	Средняя заработная плата Текучесть кадров Уровень заболеваемости Затраты на одного сотрудника по обучению и развитию Удовлетворенность трудом

Эффективность финансово-хозяйственной деятельности организации можно оценить с точки зрения финансовых и нефинансовых результатов в настоящий момент и в перспективе и с точки зрения удовлетворения потребностей клиентов и других заинтересованных аудиторий. На эффективность финансово-хозяйственной деятельности организации существенное влияние оказывают факторы, которые можно разделить на позитивные и негативные. Позитивные факторы благоприятно влияют на развитие организации. Негативные факторы, в свою очередь, имеют обратное воздействие.

К факторам, влияющим на эффективность финансово-хозяйственной деятельности организации можно отнести факторы ресурсного обеспечения предприятия; факторы обеспечивающие запланированный уровень экономического и технического развития; факторы, влияющие на коммерческую эффективность производственной и хозяйственной деятельности предприятия. [5]

Итак, эффективность финансово-хозяйственной деятельности предприятия характеризует его способность использовать среду для привлечения финансовых ресурсов и грамотно ими распоряжаться. Эффективность выступает в качестве индикатора степени достижения целей организации. Также показатели эффективности финансово-хозяйственной деятельности организации характеризуют степень удовлетворенности потребителей. Эффективность финансово-хозяйственной деятельности

организации представляет собой ни разовую экспертизу, а мониторинг, результаты которого выступают в качестве информационной базы для принятия управленческих решений в организации.

Список использованных источников:

1. Минаева, О.А. Экономическая эффективность предприятия в современных условиях/ О.А. Минаева// Интеллект. Инновации. Инвестиции. - 2015. - № 4. - С. 41-43.

2. Чучулина, Е.В. Экономическая эффективность как главный мотив успешности деятельности предприятия на мировом рынке/ Е.В. Чучулина, А.А. Пискунова// Вестник научных конференций. - 2017. - № 2-2 (18). - С. 117-119.

3. Шмален, Г. Основы и проблемы экономики предприятия / Г. Шмален. - М.: Финансы и статистика, 2018. - 512 с.

4. Юзов, О. В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности предприятий: учебное пособие/О.В. Юзов. — Издательство: МИСИС, 2015. — 90 с.

5. Яркина, Н.Н. Методологические аспекты механизма обеспечения экономической эффективности предприятия/Н.Н. Яркина, Н.Г.Популиди// Символ науки. – 2016. - №3. - С.227-234.