



СТРАНЫ, РЕГИОНЫ, ОТРАСЛИ И ПРЕДПРИЯТИЯ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ, УПРАВЛЕНИЯ И ФИНАНСОВ

СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ
ПО МАТЕРИАЛАМ X МЕЖДУНАРОДНОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО ФОРУМА МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

**НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА**

**Страны, регионы, отрасли и предприятия: актуальные вопросы
развития экономики, управления и финансов**

**Сборник научных трудов
по материалам X Международного экономического форума молодых ученых**

15 апреля 2019 г.

УДК 33
ББК 65

Главный редактор: Н.А. Краснова
Технический редактор: Ю.О. Канаева

Страны, регионы, отрасли и предприятия: актуальные вопросы развития экономики, управления и финансов: сборник научных трудов по материалам X Международного экономического форума молодых ученых, 15 апреля 2019 г., Нижний Новгород: Профессиональная наука, 2019. – 77 с.

ISBN 978-0-359-61164-5

В сборнике научных трудов рассматриваются актуальные вопросы развития экономической теории, экономики предпринимательства, природопользования, экономики труда и управления персоналом, учетно-экономических наук, государственного управления, менеджмента и т.д. по материалам X Международного экономического форума молодых ученых «**Страны, регионы, отрасли и предприятия: актуальные вопросы развития экономики, управления и финансов**», состоявшегося 15 апреля 2019 г. в г. Нижний Новгород.

Сборник предназначен для научных и педагогических работников, преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Все включенные в сборник статьи прошли научное рецензирование и опубликованы в том виде, в котором они были представлены авторами. За содержание статей ответственность несут авторы.

Электронная версия сборника находится в свободном доступе на сайте www.scipro.ru.

При верстке электронной книги использованы материалы с ресурсов: PSDgraphics

УДК 33
ББК 65



- © Редактор Н.А. Краснова, 2019
- © Коллектив авторов, 2019
- © Lulu Press, Inc.
- © НОО Профессиональная наука, 2019

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 1. ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ5

Бобрикова А.А. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ ОБОРОТНЫХ АКТИВОВ ОРГАНИЗАЦИИ5

Кулясова Е.В. ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ХИМИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА.... 13

Сюсюра К.С. ФИНАНСОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И САМОУСТОЙЧИВОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ 19

СЕКЦИЯ 2. УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ26

Кольцова А.Р. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ26

Кудашева-Подвойская О.В. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ФАКТОРОВ УСПЕХА ИННОВАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ34

СЕКЦИЯ 3. МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА38

Старостина У.Я. РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В ЮАР38

СЕКЦИЯ 4. ЛОГИСТИКА48

Вилаев Р.А., Буйлова М.В. ОЦЕНКА ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ ПРИОБРЕТЕНИЯ ПОДВИЖНОГО СОСТАВА, ИСПОЛЗУЮЩЕГО СПГ В КАЧЕСТВЕ ТОПЛИВА АВТОТРАНСПОРТНЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ48

СЕКЦИЯ 5. МАРКЕТИНГ61

Коробейник А.А., Жук А.Н. МАРКЕТИНГОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА Г. ПЯТИГОРСКА..... 61

СЕКЦИЯ 6. МЕНЕДЖМЕНТ65

Лунева А.Ю. ИННОВАЦИИ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ НА ПРЕДПРИЯТИИ65

СЕКЦИЯ 7. ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ.....70

Арсланова З.А., Ровенский Ю.А. СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ БАНКОВСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ70

СЕКЦИЯ 1. ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ

УДК 658.14

**Бобрикова А.А. Теоретические вопросы финансирования оборотных активов
организации**

Theoretical issues of financing of current assets of the organization

Бобрикова Анастасия Алексеевна,

Студентка 4 курса, факультет «Финансы и кредит»,
Кубанский государственный аграрный университет
имени И.Т. Трубилина
Научный руководитель

Герасименко О.А. к.э.н., доцент кафедры Финансов,

Кубанский государственный аграрный университет

Bobrikova Anastasia Alekseevna,

4th year student, faculty of «Finance and credit»,

Kuban state agrarian University

name I. T. Trubilin

имени И.Т. Трубилина

Scientific adviser

Gerasimenko O. A. Ph. D., associate Professor of Finance,

Kuban state agrarian University

Аннотация. Финансирование оборотных активов организации связано с целью обеспечения необходимой потребности в них соответствующими финансовыми ресурсами и оптимизации структуры источников формирования этих ресурсов. С учетом этой цели строится управление финансированием оборотных активов организации.

Ключевые слова: оборотные активы, стратегия финансирования, идеальная модель, агрессивная модель, консервативная модель, компромиссная модель.

Abstract. Financing of current assets of the organization is related to the purpose of providing the necessary needs for them with appropriate financial resources and optimizing the structure of the sources of formation of these resources. With this goal in mind, the management of the financing of the organization's current assets is being built.

Keywords: current assets, financing strategy, ideal model, aggressive model, conservative model, compromise model.

Одной из самых сложных и двойственных экономических категорий выступает оборотный капитал. Его наличие, величина, скорость оборота оказывают первостепенное значение на финансовую устойчивость. Изменяющаяся рыночная конъюнктура и сезонность влияют на изменение потребности в оборотном капитале. Оборотный капитал можно

охарактеризовать с позиции состава и структуры. Мы придерживаемся позиции, что оборотный капитал – это совокупность вложений в одну из составных частей имущества организаций, а именно в оборотные активы, которые гарантируют непрерывность осуществления производственно-финансового цикла. С учетом логики построения бухгалтерского баланса организации оборотные активы и оборотный капитал равны по величине. Такая характеристика оборотного капитала, на наш взгляд, соответствует финансовой концепции капитала[3].

Стратегии финансирования оборотных активов находятся в прямой зависимости от принципов финансирования переменной части положенных в их основу. На уровне минимальной потребности в оборотных активах в определенный период времени определяется постоянная часть оборотных активов. Разница между минимально допустимой и реальной потребностью в оборотных активах является переменная часть.

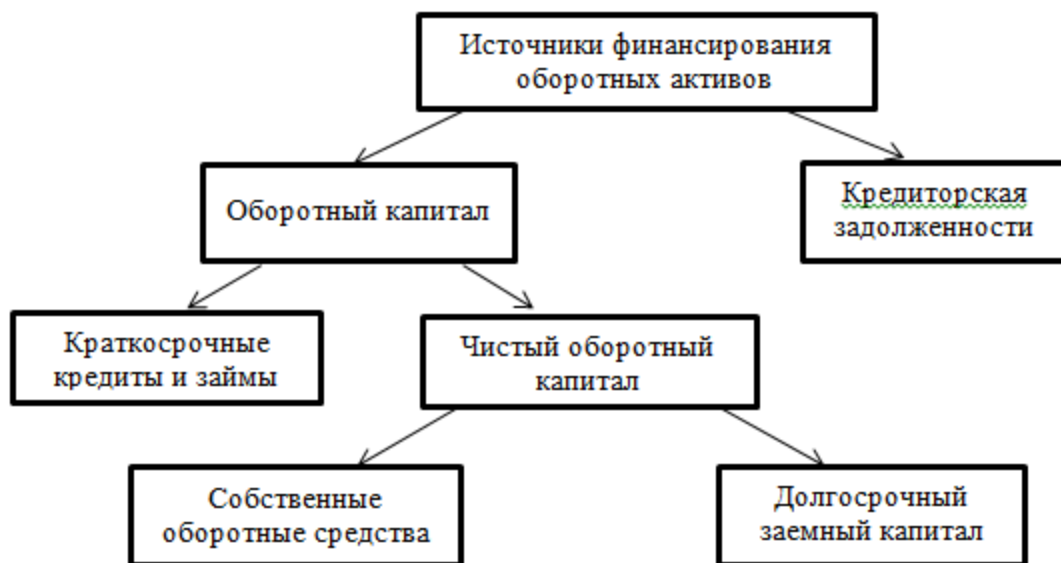


Рисунок 1. Источники финансирования оборотных активов

Чистый оборотный капитал (ЧОК) – разность между текущими активами и текущими обязательствами организации, являющимся частью оборотных активов, которые финансируются из долгосрочных источников[11].

ЧОК можно рассчитать по балансу организации 2 способами: «снизу» и «сверху».

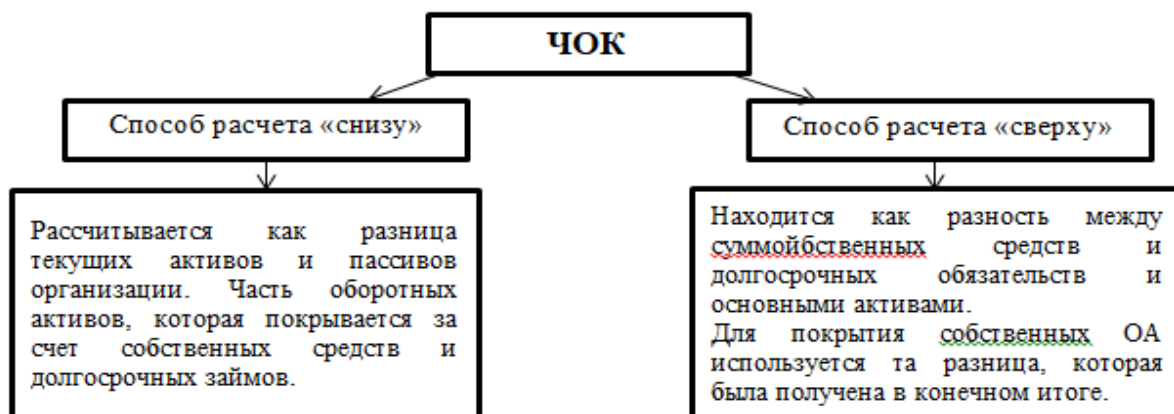


Рисунок 2. Способы расчета чистого оборотного капитала

Текущие финансовые потребности (ТФП) – характеризует эффективность управления оборотными активами[4].

Известны четыре основные стратегии финансирования оборотных активов, которые различаются соотношением между краткосрочными и долгосрочными источниками финансирования потребности в ЧОК и компромиссом между риском и рентабельностью:

- идеальная;
- агрессивная;
- компромиссная (умеренная);
- консервативная.

Процентные ставки по краткосрочному финансированию в большинстве случаев ниже, чем по долгосрочному. Использование краткосрочных источников позволяет снизить расходы, которые связаны с выплатой процентов. Влечет уплату процентов использование долгосрочных источников для финансирования оборотного капитала даже в те периоды, когда потребность в нем снижается, что также приводит к росту расходов[6].

Использование краткосрочного финансирования связано с двумя рисками:

- риск рефинансирования;
- риск процентной ставки.

Суть риска рефинансирования состоит в том, что организация не может привлечь его в тот момент, когда это будет необходимо. Это может привести к срыву поставок, остановке производства, потере объема продаж и т.д.

Суть риска процентной ставки состоит в том, что всегда существует вероятность роста процентных ставок, что приведет к увеличению расходов и снижению рентабельности[2].

Использование долгосрочных источников устраняет риск рефинансирования, но риск процентной ставки сохраняется при этом. Более высокие расходы будет нести организация в случае снижения процентных ставок, поскольку процентная ставка зафиксирована.

По мнению Герасименко О.А.: «Идеальная модель означает, что оборотные активы по своему размеру совпадают с краткосрочными обязательствами, то есть чистый оборотный капитал равен нулю»[1].



Рисунок 3. Идеальная модель управления оборотными активами

В реальных условиях практически не встречается такая модель и считается наиболее рискованна. При неблагоприятных условиях организации придется продать часть основных средств, чтобы покрыть текущую кредиторскую задолженность[5].



Рисунок 4. Источники финансирования идеальной модель

Агрессивная стратегия необходима для поддержания на минимально допустимом уровне оборотных активов, достаточном для удовлетворения текущих обязательств. «Подушки безопасности» для покрытия возникающей спонтанно потребности в оборотном капитале не предполагается. За счет долгосрочных активов частично финансируется постоянная часть оборотного капитала, а за счет краткосрочного финансирования удовлетворяется оставшаяся потребность, включая сезонные колебания оборотного капитала. Принятие этой стратегии

позволяет свести к минимуму инвестиции в ЧОК и снизить затраты на его финансирование в конечном итоге.

Главным преимуществом агрессивной стратегии финансирования оборотных активов является то, что долгосрочное финансирование обходится дешевле, чем краткосрочное, что приводит к снижению стоимости обслуживания оборотного капитала[10].



Рисунок 5. Агрессивная модель управления оборотными активами

Частое привлечение краткосрочного финансирования для покрытия неожиданно возникающих потребностей в оборотном капитале является основным недостатком данной стратегии. Возрастает резко риск отказа в рефинансировании в результате ее внедрения, организация становится уязвима к любым внешним шокам[7].



Рисунок 6. Источники финансирования агрессивной модель

Принципу соответствия следует компромиссная стратегия финансирования оборотных средств, в соответствии с которым за счет долгосрочного финансирования должны финансироваться долгосрочные активы, а за счет краткосрочного финансирования

краткосрочные активы. Реализация этой стратегии достигается за счет того, что внеоборотные активы и постоянные оборотные активы финансируются за счет долгосрочных источников, а переменные оборотные активы за счет краткосрочных источников.



Рисунок 7. Компромиссная модель управления оборотными активами

Компромиссная стратегия – это компромисс между рентабельностью и риском. По сравнению с агрессивной стратегией высокий уровень финансирования оборотных активов, делает более устойчивой организацию к стрессовым ситуациям. Возрастают расходы на финансирование потребности в оборотном капитале[9].

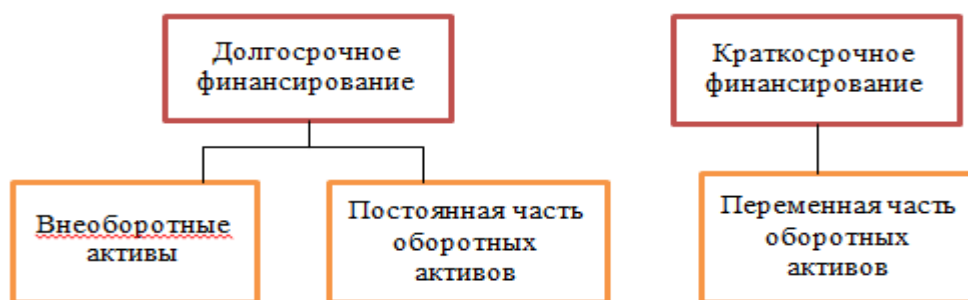


Рисунок 8. Источники финансирования компромиссной модель

Суть консервативной стратегии состоит в отношении оборотных активов к выручке и в минимизации рисков управления оборотным капиталом. Излишек оборотных активов организации позволяет возмещать сбои на производстве, рост объемов продаж, задержки и срывы поставок. Поддержание значительного оборотного капитала, который должен финансироваться за счет долгосрочных источников предполагает реализацию этой стратегии.

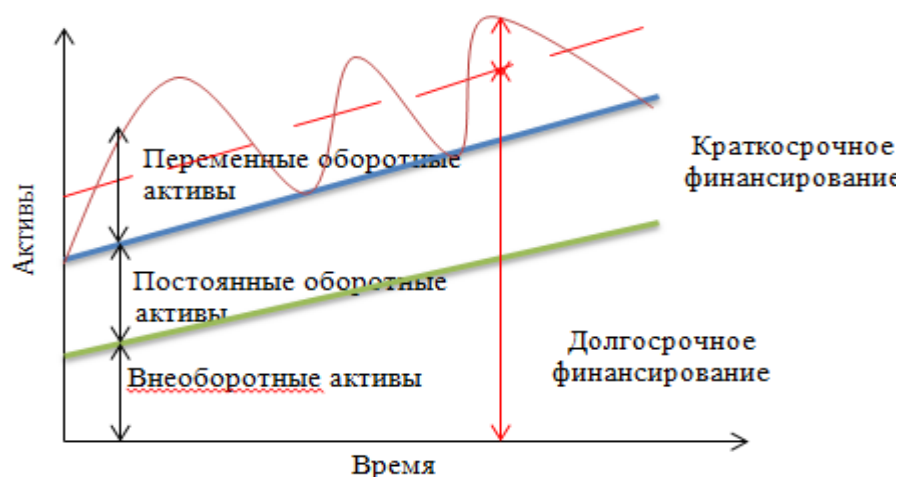


Рисунок 9. Консервативная модель управления оборотными активами

Эта стратегия полагает, что долгосрочное финансирование с запасом покрывает потребность в оборотном капитале. Излишек денежных средств вкладывается в ликвидные ценные бумаги, которые в дальнейшем могут быть реализованы для покрытия возникшей потребности в оборотном капитале.

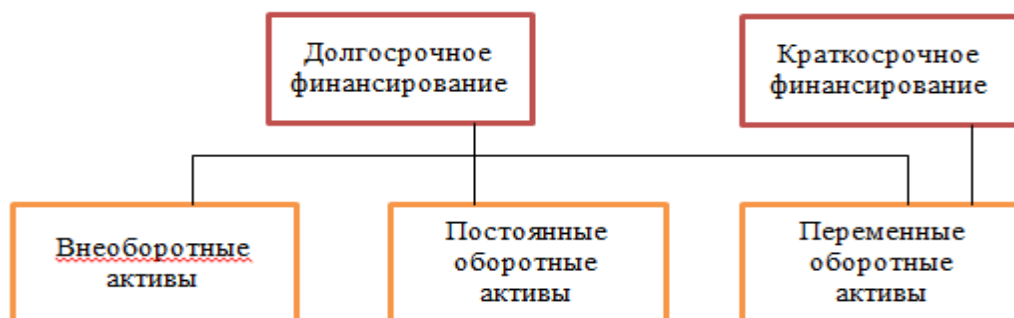


Рисунок 10. Источники финансирования консервативной модель

Достаточное количество оборотных средств снижает риск остановки производства в результате нехватки комплектующих и сырья, позволяет равномерно осуществлять операционную деятельность. Покрыть колебания спроса без потери объема продаж позволяют значительные запасы готовой продукции. При этом более высокий уровень ликвидности снижает риск неплатежеспособности[8].

К значительным расходам приводят инвестиции в оборотный капитал на их поддержание. Снижение уровня риска приводит и к снижению рентабельности. В консервативной стратегии следствием поддержания избыточного объема оборотного капитала являются высокие расходы на его обслуживание.

В заключении необходимо отметить, что выбор той или иной стратегии финансирования оборотных активов зависит от предпочтений конкретной организации, от ее специализации и

отраслевой принадлежности, от величины накопленной прибыли, доступности к кредитным ресурсам и так далее. На протяжении жизненного цикла организации тип используемой стратегии может изменяться в зависимости от перечисленных факторов.

Библиографический список

1. Барабаш А. Э. Взаимосвязь оборотных средств и внеоборотных активов сельскохозяйственных организаций / А. Э. Барабаш, О. А. Герасименко // В сборнике: Научное обеспечение агропромышленного комплекса Сборник статей по материалам X Всероссийской конференции молодых ученых, посвященной 120-летию И. С. Косенко. – 2017. – С. 1384-1385.
2. Герасименко О. А. Повышение эффективности управления оборотными средствами сельскохозяйственных предприятий (по материалам Краснодарского края) / О. А. Герасименко / диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Краснодар, 2004. – 160 с.
3. Герасименко О. А. К проблеме определения оптимального размера чистого оборотного капитала сельскохозяйственных организаций / О. А. Герасименко, А. Э. Барабаш, А. В. Рыкулина // Международные научные исследования. – 2017. – № 1 (30). – С. 41-44.
4. Герасименко О. А. Проблемы управления оборотным капиталом организаций АПК / О. А. Герасименко, Е. В. Гладченко, Ю. О. Смирнова // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 12-2 (77-2). – С. 970-974.
5. Голубева А. В. Оценка эффективности использования оборотных средств на предприятии / А. В. Голубева, К. В. Елисеев, А. В. Захарян, Ю. С. Шевченко // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 11-3 (76-3). – С. 1047-1049.
6. Губина А. Ю. Анализ системы управления оборотными активами в организациях аграрного сектора / А. Ю. Губина, Л. С. Решетило, О. А. Герасименко // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 10 (99). – С. 1176-1179.
7. Захарян А. В. Методологические основы формирования оборотных средств в сельскохозяйственных организациях / А. В. Захарян, Д. Л. Аракелов // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 3-2 (68-2). – С. 536-539.
8. Коломиец О. Н. Стратегический финансовый менеджмент и успех организации / О. Н. Коломиец, О. А. Герасименко // Вектор экономики. – 2019. – № 2 (32). – С. 11.
9. Корпоративные финансы / Под редакцией Н. В. Липчиу / Н. В. Липчиу, О. А. Герасименко, К. И. Липчиу, Ю. С. Шевченко, А. В. Захарян, А. А. Юрченко и др. // Учебное пособие для бакалавров и магистров, обучающихся по направлению подготовки «Экономика». – Москва, 2012.
10. Юрченко А. А. Анализ эффективности использования оборотного капитала в организации и направления его повышения / А.А. Юрченко // Современные научные исследования. – 2012. – №9. – С.26-42.
11. Юрченко А. А. Совершенствование моделей эффективного управления оборотным капиталом организаций: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.10 / Юрченко Анна Александровна. – Краснодар, 2012. – 206 с.

УДК 338.012

Кулясова Е.В. Перспективные инструменты цифровизации предприятий химического комплекса

Promising directions of digitalization of chemical enterprises

Кулясова Елена Васильевна,

аспирант, ФГБОУ ВО «РХТУ им. Д.И. Менделеева

Научный руководитель:

Вдовенко Зинаида Владимировна,

д.э.н., профессор, профессор кафедры экономической теории

ФГБОУ ВО «РХТУ им. Д.И. Менделеева

Kulyasova Elena Vasilievna,

PhD student,

D. Mendeleyev University of Chemical technology of Russia

Scientific adviser: Vdovenko Zinaida Vladimirovna,

Doctor of economics, Professor of Economic Theory,

D. Mendeleyev University of Chemical technology of Russia

Аннотация. Описана роль цифровой трансформации промышленных предприятий на современном этапе развития, а также предложены перспективные направления цифровизации для одной из важнейших отраслей экономики: химической промышленности. Предложено использование аппарата глубоких нейронных сетей как инструмента обработки управленческой и технологической информации. Представленный подход по обработке данных позволяет не только автоматизировать технологические процессы, но и снизить влияние человеческого фактора на принятие управленческих решений, обеспечивая тем самым более эффективное достижение поставленных целей химическими предприятиями.

Ключевые слова: цифровая экономика, химическая промышленность, химический комплекс, цифровая трансформация, цифровые технологии, нейронные сети глубокого обучения, большие данные.

Abstract. The role of digital transformation of industrial enterprises at the present stage of development is described, and also promising areas of digitalization are proposed for one of the most important sectors of the economy: the chemical industry. The proposed use of the apparatus of deep neural networks as a tool for processing management and technological information. The presented approach to data processing allows not only to automate technological processes, but also to reduce the influence of the human factor on management decisions, thereby ensuring more efficient achievement of the goals set by chemical enterprises

Keywords: digital economy, chemical industry, chemical complex, digital transformation, digital technologies, deep neural networks, big data.

В настоящее время процессами цифровизации и информатизации пронизаны все отрасли экономики и важнейшие сферы жизнедеятельности человека. Так в 2015 г. на Всемирном Экономическом Форуме (WEF) было объявлено о начале работы спецпрограммы Digital Transformation Initiative (DTI), основной задачей которой является выявление новых возможностей и направлений применения цифровых технологий для дальнейшего развития бизнеса и общества. Также согласно данным компании Microsoft, дальнейшую роль в индустриальном развитии должно играть массовое внедрение технологических платформ,

основными элементами которых являются: Интернет вещей, сети, облачные вычисления, мобильность, технологии больших данных, бизнес-аналитики, машинного обучения и др. [4].

В последние годы в России также наблюдается активизация процессов информатизации и цифровизации деятельности различных бизнес-организаций, государственных и муниципальных учреждений, социальных и прочих общественных структур. С целью недопущения технологического отставания России от ведущих мировых экономик и развития благоприятствующего климата для использования цифровых технологий в 2017 году Правительством РФ была разработана программа «Цифровая экономика Российской Федерации». Особо значимы слова Президента РФ В.В. Путина, сказанные им на заседании Совета по стратегическому развитию и приоритетным проектам: «Формирование цифровой экономики – это дело национальной безопасности и независимости нашей страны, повышение конкурентоспособности российских компаний, позиций России на мировой арене» [1].

Согласно исследованиям Российской ассоциации электронных коммуникаций, вклад цифровых технологий в российскую экономику в 2018 году составил 2,1% ВВП, «мобильной» экономики – 3,8% ВВП [5]. Однако несмотря на ряд положительных моментов, Россия не входит в число стран – мировых лидеров по уровню развития цифровых технологий, что подтверждает мировой индекс цифровой экономики и общества (International Digital Economy and Society Index, который в 2018 г. имел значение 0,48, что значительно ниже среднего показателя по странам Евросоюза 0,59[7].

Стоит также отметить и неравномерное развитие цифровых и информационных технологий по отраслям экономики. По данным исследований компании McKinsey, наибольшее отставание в России по уровню развития цифровых технологий наблюдается в стратегически важных видах экономической деятельности: обрабатывающем производстве, добыче полезных ископаемых (за исключением нефти и газа), химической и фармацевтической промышленности, транспортной индустрии и т.д. [3].

Наше внимание в данной статье будет приковано к химической промышленности, как к одной из наиболее важных отраслей экономики и являющейся также обеспечивающей для таких отраслей как добывающее производство, обрабатывающее производство, сельское хозяйство, строительство и многих других.

Большинство сегментов химической промышленности на данный момент времени имеет высокий уровень маржинальности, что крайне препятствует внедрению новых, недостаточно изученных высокорисковых технологий цифровизации, требующих значительных инвестиционных вложений и организационно-управленческих навыков по их успешной интеграции на предприятиях. Иная ситуация складывается в отношении внедрения передовых информационных технологий, которые сопровождают производственные, технологические,

управленческие и иные процессы и не требуют столь продолжительных временных и материальных затрат.

Учитывая тот факт, что ежегодно усиливающаяся цифровизация бизнесов обеспечивает более 60% прироста данных, особую актуальность приобретает использование цифровых технологий, связанных с использованием искусственного интеллекта, интернета вещей, обработки больших данных, сетей и др. Данный факт подтверждает и опрос, проведенный НИУ ВШЭ среди крупных компаний, результаты которого представлены на рис. 1, наибольший эффект от внедрения для бизнеса приносят такие технологии как: интернет вещей, автоматизация производства, цифровое проектирование и моделирование, технологии виртуализации, сети, большие данные и бизнес-аналитика.

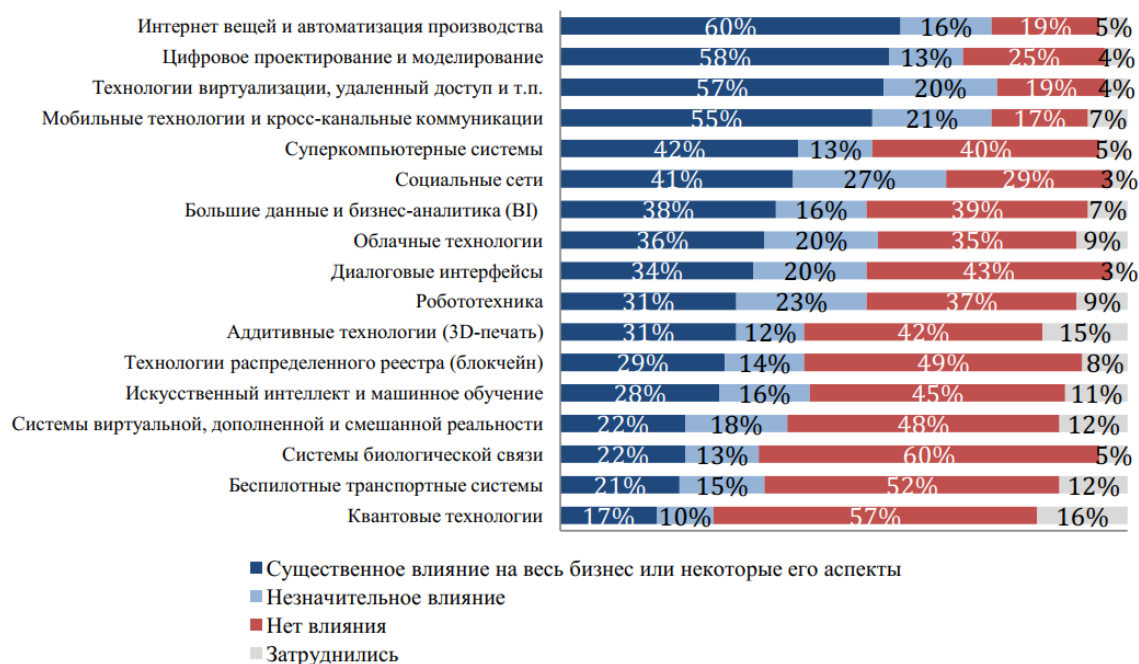


Рисунок 1. Результаты опроса респондентов о степени влияния технологических направлений на эффективность бизнеса [4].

Важнейшими направлениями из данного перечня для предприятий химического комплекса в настоящий момент можно считать нейротехнологии и искусственный интеллект. Одной из сфер применения интеллектуальных методов является машинное зрение, реализация которого возможна благодаря искусственным нейронным сетям. Наибольшую популярность в области автоматизации обработки изображений получили глубокие нейронные сети (Deep Neural Networks, DNN), к которым относятся, в частности, сверточные [6] и капсульные нейронные сети [2]. Использование данного вида обработки изображений способствовало возникновению видеоаналитики. Положительными сторонами использования данного

направления является возможность исключения человека из еще одного канала обработки информации – потока визуальных данных, что позволяет увеличить объем воспринимаемой информации о происходящих процессах на химическом производстве и повысить достоверность принимаемых управленческих решений.

Рассмотрим другие наиболее перспективные сферы применения нейронных сетей глубокого обучения на предприятиях химического комплекса в рамках проведения цифровой трансформации:

1. Препроцессинг исходных данных с целью получения новых наиболее важных составляющих, позволяющих осуществлять дальнейшие производственные операции и принимать управленческие решения.
2. Реидентификация объектов и процессов при переходе их из одной области ответственности в другую в соответствии с принятыми технологическими и логистическими цепочками.
3. Автоматизированный контроль соблюдения норм требований безопасности производства.
4. Решение транспортных и логистических задач, имеющих большие объемы исходных данных. Применяется при условии, когда методы линейного программирования требуют больших временных затрат на поиск оптимальных параметров.
5. Возможность прогнозирования неисправностей и отказов оборудования, позволяющего избежать производственных простоев и аварийных ситуаций в технологических процессах химических производств.
6. Реализация многомерного машинного зрения на основе обработки большого объема информации с интеллектуальных датчиков и последующей систематизации в единых «мозговых» центрах, что позволяет наблюдать в режиме реального времени за протекающими химическими реакциями и технологическими процессами.
7. Проведение бизнес-аналитики на основе генерации данных о состоянии производственных процессов с интеллектуальных видеокамер, выявление скрытых закономерностей и визуализированной информации о результатах коммерческой деятельности химических предприятий.

На рисунке 2 представлена структура системы обработки видеоданных от разных источников, общая для всех вышеописанных направлений использования нейронных сетей.

Информация с видеокамер, установленных в различных местах контролируемого технологического процесса сразу поступает на мультиплексор. Он поочередно подключает каналы информации к модулям раскадровки и аналитической обработки. Данные, поступающие от датчиков и из внешней среды предварительно подвергаются преобразованию в визуализаторе в форму изображений, которые далее попадают на мультиплексор. В модуле

аналитической обработки данных реализуются глубокие методы обработки на основе сверточных нейронных сетей.

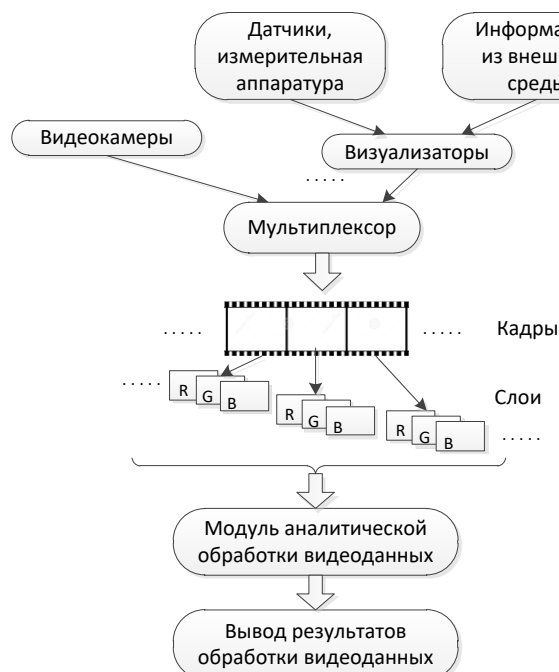


Рисунок 2. Структура системы обработки видеоданных

Отметим, что расширение возможностей видеоаналитики на химическом предприятии обеспечивается применением не только видеокамер, но и тепловизоров, радаров, которые не чувствительны к помехам оптического диапазона. Такие устройства уже применяются в системах безопасности промышленных предприятий, например, радары и тепловизоры фирмы AXIS, обеспечивающие дистанционное наблюдение за контролируемым участком. Интеграция потоков данных от этих устройств с данными других информационными системами осуществляется с помощью программы AXIS Camera Station, что позволяет создавать специализированные интеллектуальные приложения для решения задач аналитики.

В заключении хотелось бы подчеркнуть, что применение аппарата нейро-сетевых моделей является не только целесообразным, позволяет эффективно реализовать сквозные цифровые технологии на предприятиях химической промышленности, но и является важнейшим инструментом цифровизации химического комплекса Российской Федерации.

Библиографический список

1. Путин В.В.: выступление на заседании Совета по стратегическому развитию и приоритетным проектам 5 июля 2017 г. [Электронный ресурс] // Официальные сетевые ресурсы Президента России ВШЭ – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/54983> (дата обращения: 03.02.2019).
2. Капсульные сети от Хинтона [Электронный ресурс] // Обработка изображений, машинное обучение. Блог компании Recognitor. – Режим доступа: <https://habr.com/company/recognitor/blog/343726/> (дата обращения 02.03.2019).
3. Цифровая Россия: новая реальность [Электронный ресурс] // Отчет McKinsey & Company, 2017. – Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/ru/~ /media/McKinsey/Locations/Europe%20and%20Middle%20East/Russia/Our%20Insights/Digital%20Russia/Digital-Russia-report.ashx> (дата обращения: 10.03.2019).
4. Цифровая экономика: глобальные тренды и практика российского бизнеса [Электронный ресурс] // Институт менеджмента инноваций НИУ ВШЭ – Режим доступа: https://imi.hse.ru/pr2017_1 (дата обращения: 05.04.2019).
5. Эксперты оценили вклад цифровой экономики в ВВП России. [Электронный ресурс] // РИА Новости. – Режим доступа: <https://ria.ru/society/20171213/1510858102.html> (дата обращения: 08.11.2018).
6. Hinton G., Deng L., Yu D., Dahl G., Mohamed A., Jaitly N., Senior A., Vanhoucke V., Nguyen P., Sainath T. and Kingsbury B. Deep Neural Networks for Acoustic Modeling in Speech Recognition, IEEE Signal Processing Magazine, Vol. 29, No. 6, 2012, pp. 82 – 97.
7. International Digital Economy and Society Index 2018 [Электронный ресурс] // European Commission – Режим доступа: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/international-digital-economy-and-society-index-2018> (дата обращения: 08.04.2019).

УДК 336.051

Сюсюра К.С. Финансовый потенциал и самоустойчивость организации

Financial capacity and self-sustainability of the organization

Сюсюра Кристина Сергеевна

Студентка 4 курса, факультет «Финансы и кредит»
Кубанский государственный аграрный университет
имени И.Т. Трубилина
Научный руководитель

Назарова О.В., ассистент кафедры Финансов,
Кубанский государственный аграрный университет
имени И.Т. Трубилина
Syusyura Kristina S.

4th year student, faculty of «Finance and credit»
Kuban state agrarian University
name I. T. Trubilin

Scientific adviser: Nazarova O. V., assistant of the Department of Finance,
Kuban state agrarian University
name I. T. Trubilin

Аннотация. Наличие финансового потенциала обеспечивает организации определенное местоположение в рейтинге организаций на рынке товаров и капитала. Финансовая устойчивость является важной характеристикой финансового состояния организации. В данной статье проведено исследование существующих методов оценки финансовой устойчивости организации с определением применения каждого из них.

Ключевые слова: финансовый потенциал, самоустойчивость, оценка финансовой устойчивости.

Abstract. The presence of financial potential provides the organization with a certain location in the ranking of organizations in the market of goods and capital. Financial stability is an important characteristic of the financial condition of the organization. In this article, a study of existing methods of assessing the financial stability of the organization with the definition of the application of each of them.

Keywords: financial potential, self-stability, assessment of financial stability

В условиях переходной рыночной экономики повышается юридическая и экономическая ответственность организаций, а также их самостоятельность. Значение финансовой устойчивости субъектов хозяйствования постоянно растет, все это увеличивает роль анализа финансового состояния (размещение и использование денежных средств).

В этих условиях должен осуществляться тотальный финансовый анализ, который используется в организациях для решения существенных вопросов, к которым относятся анализ финансового состояния и определение всех финансовых возможностей организации. Путем сочетания формализованных и неформализованных средств могут быть спрогнозированы главные тенденции динамики финансового состояния организации.

Данная тема актуальна тем, что реальные условия функционирования организации определяют необходимость проведения анализа финансового потенциала организации и ее оценку. Данная оценка помогает определить особенности деятельности организации, недостатки в работе и причины, по которым могут возникнуть эти недостатки. На основании этих результатов можно найти правильные направления финансовой выгоды и разработать определенный комплекс мероприятий для эффективной деятельности. Результат анализа финансового потенциала организации помогает обнаружить плохо защищенные места, требующие разработки мероприятий для их полной ликвидации[7].

Максимизация прибыли, оптимизация структуры капитала, а также обеспечение финансовой устойчивости, относятся к важным финансово-экономическим задачам организаций.

Для наращивания мощности организации и повышение общей эффективности хозяйственной деятельности, важным мероприятием будет являться проведение анализа финансового потенциала[5].

Финансовый потенциал организации может быть определен в результате полного объема всех финансовых ресурсов организации и целесообразной структурой их привлечения.

Для того, чтобы достигнуть необходимого увеличения финансового результата, нужно оптимизацию финансовых потоков определить главной задачей для управления.

Потенциалом являются средства, источники, возможности и запасы, которые могут быть приведены в действие, а также использованы для решения определенной задачи и достижения цели. Потенциал организации представляет собой возможности экономического субъекта в определенной области.

Выделяют следующие особенности термина «потенциал»:

- 1) потенциал – кратковременная оценка, изменяющаяся в течение всего жизненного цикла;
- 2) потенциал – конкретный комплекс ресурсов, использовать который можно только при наличии определенных условий;
- 3) движение организации в направлении заданной цели является результатом использования потенциала;
- 4) поиск путей стабильного развития организации с сохранением целенаправленного движения является целью повышения потенциала[2].

Анализ современных публикаций, которые посвящены проблемам оценки потенциала организации, дает возможность отметить наиболее верный аспект, который был предложен Г. С. Мерзликиной и Л. С. Шаховской, в соответствии с которым к конкретным компонентам потенциала включают:

1. Рыночный потенциал: к нему относится доля рынка и спрос на продукцию на данном рынке, объем производства продукции для соответствующего рынка и необходимые возможности;

2. Финансовый потенциал: это, в первую очередь, показатели производства и инвестиционные возможности.

Финансовый потенциал организации является критерием в том случае, когда он выражается совокупным объемом финансовых ресурсов. На основе данного показателя, в зависимости от их возможностей, организации делят на малые, средние и крупные. Размер выручки в данном случае выступает одним из общепринятых критериев для деления организаций[1].

С позиции совокупности всех доходов и денежных средств, которые поступают извне, финансовый потенциал организации может быть измерен абсолютной величиной использованных организацией финансовых ресурсов.

Данный подход к расчету и определению финансового потенциала организации не будет обеспечивать полную функциональность потенциала и его значение.

Необходимой характеристикой финансовой системы является то, что абсолютно все системы имеют свой энергетический потенциал. Наличие такого потенциала обеспечивает самосохранение, саморазвитие и устойчивость финансовой системы[9].

Энергетический потенциал финансовой системы может измеряться как разница потенциально доступного объема и фактически созданного объема финансовых ресурсов. Такая разница объясняется природой существования саморазвивающихся, динамических систем. Потенциальной энергией финансовой системы является конечный результат деятельности топ-менеджеров, их энергетические затраты формируют финансовый потенциал организации.

Можно сказать, что источником формирования финансового потенциала организации будет являться определенный фрагмент творческой энергии менеджеров, аккумулированный в процессе принятия решений и не использованный в период времени, но может быть потенциально использован в будущем. Необходимо отметить, что финансовый потенциал организации является энергетической характеристикой финансовой системы организации, определяющей потенциальную энергию. Потенциальной энергией финансовой системы является способность организации совершать финансовую работу по накоплению финансовых ресурсов не только из-за своего положения, но и других свойств всей финансовой системы.

Финансовый потенциал организации, обеспечивающий самосохранение и самоустойчивость организации, является энергетическим потенциалом всей финансовой системы.

В более развернутой форме под финансовым потенциалом организации понимается способность организации совершать финансовую работу по отдаче, аккумуляции и расходованию ресурсов исходя своего положения относительно других организаций, также за счет других свойств самой финансовой системы определенной организации[3].

С помощью показателя запас финансовой прочности можно измерить финансовый потенциал организации, который создан в процессе формирования финансовых ресурсов за счет доходов организации.

Запас финансовой прочности выражается в абсолютном выражении, но также может быть выражен в относительном выражении по отношению его объема ко всем финансовым ресурсам. Данный показатель отражает уровень конкурентной способности организации на рынке товаров, услуг, работ. При таких обстоятельствах запас финансовой прочности обеспечивает запас устойчивости финансовой системы.

Чтобы сохранить или расширить рынок сбыта товаров, которым владеет организация, финансовым менеджерам необходимо принять решение, для этого они используют часть финансового потенциала организации. Потенциальные возможности по расширению и удержанию доли рынка сбыта товаров и высокий потенциал организации будут в том случае, когда значение данного показателя достигнет высокого значения[4].

Для расчета финансового потенциала организации (ФПО), можно воспользоваться некоторыми показателями, которые будут сформированы в результате проведения политики по формированию финансовых ресурсов за счет денежных средств, которые поступают извне.

Степень доступных по цене для определенной организации источников денежных средств, в роли которых выступает рентабельность активов, рентабельность внеоборотных и оборотных активов. Эти показатели рассчитываются по формулам:

$$Ra.k. = Пч / АК * 100\% = Ца;$$

$$Ro.k. = (АПч / В) / ОК * 100\% = Цддл.ср.;$$

$$Rob.k. = Пч * (Пч / В) * (А / ОБК) * 100\% = Цдкр.ср.,$$

Где Ra.k.- рентабельность активов, %;

Пч- чистая прибыль;

АК- среднегодовая величина активов, руб.;

Ro.k.- рентабельность внеоборотных активов, %;

В- выручка, руб.;

А- сумма амортизации, руб.;

ОК- среднегодовая величина внеоборотных активов, руб.;

Rob.k.- рентабельность оборотных активов, %;

ОБК- среднегодовая величина оборотных активов, руб.

Показатели рентабельности используются для расчетов финансового потенциала организации, все это объясняется их сущностью и экономическим содержанием:

Под рентабельностью оборотных и внеоборотных активов понимаются предельно допустимые цены, которые будут доступны организации, по которым она может приобретать из возможных платных источников денежные средства долгосрочных Цддл.ср. и краткосрочных Цдкр.ср форм для создания оборотных и внеоборотных активов;

Также под рентабельностью активов следует понимать предельно возможную средневзвешенную цену Цд краткосрочных и долгосрочных активов, по которым организация может приобретать для формирования своего имущества денежные средства [6].

Для того, чтобы рассчитать финансовый потенциал вместе с показателем рентабельности активов и всех его элементов, необходимо использовать следующие данные:

- Рыночная цена денежных средств. Рыночная цена, в формулах расчета финансового потенциала организации, должна быть скорректирована на налоговый корректор $(1 - Нп)$, где $Нп$ - ставка налога на прибыль, она измеряется в долях;
- Средневзвешенная цена капитала организации $WACC$. То есть это такая средневзвешенная цена, по которой привлекаются краткосрочные и долгосрочные денежные средства с целью формирования имущества организации выраженные в %;
- Зависимость цен для ведения бизнеса $Цд > Цр > WACC$.

Совокупный финансовый потенциал организации (СФПО) - результат сложения объема запаса финансовой прочности и доступного объема аккумуляции финансовых ресурсов, получаемых извне. Финансовый потенциал организации рассчитывают по формуле:

$$СФПО = ЗФП + (Цд - (1 - Нп) * Цр) / 100 * ФРп + ((1 - Нп) * Цр - WACC) / 100 * ФРп$$

На примере организации АО «Автострада» проведем расчет данных показателей:

- совокупные финансовые ресурсы - 200 млн. руб.;
- пассивы (за исключением НДС по приобретенным ценностям, амортизация) - 95 млн. руб.;
- запас финансовой прочности - 5 млн. руб.;
- рентабельность активов - 13%;
- средневзвешенная цена пассивного капитала - 8%;
- среднерыночная цена на рынке капитала с учетом налогового корректора - 10%.

Для расчета финансового потенциала организации используем линейную формулу.

Расчет величины финансового потенциала АО «Автострада» равен:

$$СФПО = 5 + (13 - 10) / 100 * 95 + (10 - 8) / 100 * 95 = 25 + 2,85 + 1,9 = 29,75 \text{ млн. руб.}$$

$$29,75 \text{ млн. руб.} / 200 \text{ млн. руб.} * 100\% = 14,88$$

Удельный вес финансового потенциала относительно совокупному размеру финансовых ресурсов составил 14,88%.

Размер финансового потенциала АО «Автострада» составил 29,75 млн. руб. или 14,88% от всего размера его финансовых ресурсов.

В результате проведения политики формирования, распределения, использования доходов от основной деятельности, стало создание почти две пятых финансового потенциала финансовой системы организации (5 млн. руб./14,88 млн. руб.*100=33,6%)

Такая политика формирования финансовых ресурсов извне, проведенная организацией, а также их использование и распределение в целях формирования имущества организации обеспечили 66,4% всего размера финансового потенциала уровня организации.

Упрощенными моделями считаются линейные модели экономики и финансов организации, однако нелинейные модели более сопоставимы реальным условиям ведения бизнеса. В соответствии с этим можно выделить другой алгоритм расчета финансового потенциала организации:

$$\text{СФПО} = 3\text{ФП} + [\text{Цд} - (1 - \text{Нп}) * \text{Цр}]^2 / 100 * \text{ФРп} + [(1 - \text{Нп}) * \text{Цр} - \text{WACC}]^2 / 100 * \text{ФРп}$$

Рассчитывая величину финансового потенциала АО «Автострада» по формуле нелинейной модели, получаем:

$$\text{СФПО} = 5 + (13 - 10)^2 / 100 * 95 + (10 - 8)^2 / 100 * 95 = 5 + 8,55 + 3,8 = 17,35 \text{ млн. руб.}$$

$$17,35 \text{ млн. руб.} / 200 \text{ млн. руб.} * 100 = 8,68\%$$

Удельный вес финансового потенциала составляет 8,68%

Финансовый потенциал АО «Автострада», который начислен согласно нелинейной модели, больше на 2,47 млн. руб. его размера, который был исчислен на основе линейной модели. Данная величина является более адекватной реальным условиям ведения бизнеса, потому что объясняется положительным соотношением плоскости цен.

Вкладом в развитие теории экономики организации и финансов считаются алгоритмы, которые предлагаются с целью определения финансового потенциала организации и финансовых ресурсов.

Финансовый потенциал организации – инерционность саморазвития, а также самоустойчивости и самосохранения ее финансовой системы[8].

Важным фактором для управления финансовым потенциалом организации является политика управления активным и пассивным капиталом.

Развитие теории по управлению финансово-экономическим потенциалом организации в дальнейшем предполагает проведение дополнительных научных исследований, их результатом должны быть рекомендации по оценке, анализу и управлению финансовым потенциалом.

Библиографический список

1. Герасименко О. А. Влияние ликвидности на структуру капитала сельскохозяйственных организаций / О. А. Герасименко, М. А. Кургинян // Агропродовольственная экономика. – 2018. – № 4. – С. 36-41.
2. Герасименко О. В. Устойчивое финансовое состояние сельскохозяйственного предприятия – условие его непрерывного и эффективного функционирования // В сборнике: Научное обеспечение агропромышленного комплекса. – 2016. – С. 668-669.
3. Данелян Э. А. Совершенствование методики оценки финансовой устойчивости и платежеспособности на примере санаторно-оздоровительной организации Краснодарского края / Э. А. Данелян, А. В. Захарян // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 8-2 (85). – С. 952-955.
4. Захарян А. В. Основные направления повышения финансовой устойчивости организаций аграрного сектора экономики Краснодарского края / А. В. Захарян. – Ставрополь: Центр научного знания «Логос», 2018. – 58 с.
5. Коломиец О. Н. Стратегический финансовый менеджмент и успех организации / О. Н. Коломиец, О. А. Герасименко // Вектор экономики. – 2019. – № 2 (32). – С. 11.
6. Лобазова В. В. Формирование парадигмы инновационного потенциала организации как основы ее устойчивого финансового развития / В. В. Лобазова, О. В. Герасименко // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 2-2 (67-2). – С. 56-61.
7. Оценка основных механизмов формирования финансовой устойчивости развития организаций аграрного сектора экономики Краснодарского края: Коллективная монография / Под редакцией Н. В. Липчиу. – Краснодар, 2013. Сер. 90 лет Кубанскому ГАУ.
8. Стратегия финансирования инфраструктурных проектов региона / О. А. Герасименко, О. В. Назарова. – Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина. – Краснодар, 2018.
9. Храмченко А. А. К вопросу повышения границ финансовой устойчивости и платежеспособности аграрных формирований / А. А. Храмченко // Экономика и предпринимательство. – 2017. № 2-1 (79). – С. 1048-1051.

СЕКЦИЯ 2. УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ

УДК 336.63

Кольцова А.Р. Обеспечение финансовой устойчивости организации

Ensuring the financial stability of the organization

Кольцова Анна Романовна,

бакалавр,

Кубанский государственный аграрный
университет им. И. Т. Трубилина

Научный руководитель

Герасименко О.А. к.н., кандидат экономических наук, доцент,

Кубанский государственный аграрный
университет им. И. Т. Трубилина

Koltsova Anna Romanovna,

bachelor,

Kuban state agrarian University. I. T. Trubilin

Scientific adviser

Gerasimenko O. A. candidate of economic Sciences, associate Professor,

Kuban state agrarian University. I. T. Trubilin

Аннотация. Любая организация в условиях рыночной экономики обязана уделять вопросу финансов особое внимание. Предприятию необходимо систематически проводить финансовый анализ, чтобы управлять финансами эффективно. Цель финансового анализа - комплексное изучение финансового состояния организации и влияющих факторов, которое даст возможность прогнозировать уровень доходности капитала и выявлять возможности повышения эффективности ее функционирования.

Ключевые слова: организация, финансовая устойчивость, рентабельность, ликвидность, доходность, менеджер, активы и пассивы, доходы и расходы.

Abstract. Any organization in a market economy must pay special attention to the issue of Finance. An enterprise needs to systematically conduct financial analysis to manage its finances effectively. The purpose of financial analysis - a comprehensive study of the financial condition of the organization and the influencing factors, which will make it possible to predict the level of return on capital and identify opportunities to improve its functioning.

Keywords: organization, financial stability, profitability, liquidity, profitability, manager, assets and liabilities, income and expenses.

В условиях финансово-экономического кризиса коммерческие организации должны обновлять требования договоров с поставщиками, заказчиками; весь интерес руководства компании нацелен на поиск резервов сокращения затрат. Данный кризис считается своего рода «экзаменом» для организаций; в его условиях смогут продолжать свою деятельность только те хозяйствующие субъекты, менеджеры которых смогли приспособиться к видоизменяющимся макро- и микроэкономическим показателям. Число неплатежей,

использования процедур банкротства возрастает в условиях кризиса. В связи с этим многие организации лишаются постоянных клиентов, поставщиков. Компании должны налаживать корреспондентские взаимоотношения с иными, неизвестными контрагентами, для того чтобы работать дальше. [2]

Факторы, характеризующие финансовую устойчивость организации, отобразим на рисунке 1.



Рисунок 1. Факторы, характеризующие финансовую устойчивость организации [4]

Кризисные явления представляют угрозу финансовой устойчивости хозяйствующего субъекта, однако в условиях цикличного формирования экономики их появление обосновано. Поэтому необходимо выявление финансовых кризисов в стабильности организации и принятие мер согласно управлению кризисными явлениями, совокупность которых формирует управление финансовой стабильностью.

Мероприятия по управлению финансовой устойчивостью являются совокупностью циклических действий, сопряженных с выявлением факторов, оказывающих влияние на финансовую устойчивость, с поиском и организацией выполнения общепринятых финансовых решений. [7]

Проанализируем финансовую устойчивость ОАО «Агроном». Основным видом экономической деятельности является выращивание прочих плодовых деревьев, кустарников и орехов. Для этого анализа следует рассмотреть структуру имущества и состав ее формирования.

Таблица 1

Состав и структура имущества ОАО «Агроном»

Вид имущества	2015 г.		2016 г.		2017 г.		Темп роста, %
	Тыс. руб.	%	Тыс.руб.	%	Тыс.руб.	%	
Внеоборотные активы, из них:	407347	61,95	675644	69,48	790098	75,59	193,96
- основные средства	397148	60,39	544638	56,01	774040	74,05	194,90
Оборотные активы из них:	250235	38,05	296732	30,52	255145	24,41	101,96
- запасы	180264	27,41	231228	23,78	225771	21,60	125,24
- дебиторская задолженность	25061	3,81	24442	2,51	20012	1,91	79,85
- денежные средства	17851	2,7	2034	0,21	2012	0,19	11,27
- прочие оборотные активы	27059	4,11	39028	4,01	7350	0,70	27,16
Имущество - всего	657582	100,00	972376	100,00	1045243	100,00	158,95

Исходя из данных, приведенных в таблице, можно сделать вывод, что имущество организации увеличилось на 58,95%. Это обусловлено тем, что величина внеоборотных активов выросла почти в 2 раза, в свою очередь, это произошло за счет роста основных средств на 94%. При этом практически остались неизменны оборотные активы, рассматривая, их динамику можно заметить, что запасы увеличились на 25,24%. Однако дебиторская задолженность уменьшилась на 20,15%, это может быть связано с подъемом платежеспособности контрагента, осуществлением зачета взаимных требований с клиентами, введением строго контроля распределения финансовых потоков и т.д. В структуре имущества организации в 2017 г. наибольший удельный вес занимают основные средства.

Таблица 2

Состав и структура источников формирования имущества ОАО «Ароном»

Источник	2015 г.		2016 г.		2017 г.		Темп роста, %
	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%	
Собственные средства, из них:	588163	89,44	695342	71,51	749284	71,69	127,39
- уставный капитал	450	0,07	450	0,05	450	0,04	100,00
- нераспределенная прибыль	482158	73,32	589337	60,61	643279	61,54	133,42
Заемные и привлеченные средства	30066	4,57	207316	21,32	159920	15,30	531,90
Краткосрочные обязательства, из них:	39353	5,98	69718	7,17	136039	13,02	345,69
кредиторская задолженность	36908	5,61	35804	3,68	26351	2,25	71,40
Источники формирования имущества - всего	657582	100,00	972376	100,00	1045243	100,00	158,95

По данным таблицы видно, что источники формирования имущества за весь период увеличились на 58,95% или на 387661 тыс. руб. Это связано с ростом показателей заемных и привлеченных средств и краткосрочных обязательств в 5 и 3 раза. При этом кредиторская

задолженность сократилась на 29,6%, что говорит об эффективной политики организации. Собственные средства в данном периоде увеличились на 27,39%, за счет роста нераспределенной прибыли.

В практике исследования распознают долгосрочную и текущую платежеспособность. Долгосрочная платежеспособность – умение хозяйствующего субъекта расплачиваться по своим обязательствам в долгосрочной перспективе, умение расплачиваться по краткосрочным – текущая платежеспособность. Фирма является платежеспособной, если она в состоянии реализовать краткосрочные обязательства с применением оборотных активов [1].

На текущую платежеспособность воздействует ликвидность активов, показывающая скорость обращения активов в денежную форму. Чем меньше необходимо времени, чтобы активы обрели денежную форму, тем больше его ликвидность.

По той причине, что в состав оборотных активов входят не только легко реализуемые активы, но и труднореализуемые, компания способна владеть не только большей, но и меньшей ликвидностью. В структуре пассивов акцентируют обязательства разнообразном уровне срочности. Исходя из этого базируется методика оценка ликвидности баланса. [3]

Таблица 3

Анализ ликвидности баланса ОАО «Агроном»

Актив	На начало периода	На конец периода	Пассив	На начало периода	На конец периода	Платежный излишек или платежный недостаток (±)	
A1 - Наиболее ликвидные активы	2034	2012	П1 - Наиболее срочные обязательства	35804	26351	-33770	-24339
A2 - Быстро реализуемые активы	63470	27362	П2 - Краткосрочные пассивы	33914	109488	29556	-82126
A3 - Медленно реализуемые активы	231228	225771	П3 - Долгосрочные пассивы	207316	159920	23912	65851
A4 - Трудно реализуемые активы	675644	790098	П4 - Постоянные пассивы	695342	794284	-19698	-4186

Если сравнивать первые две группы активов и пассивов, то можно оценить текущую платежеспособность на данном этапе. При соотношении третьей группы отображается долгосрочная платежеспособность. Четвертое условие не дает четкого определения, так как его характер считается «балансирующим».

Проанализируем ликвидность баланса ООО «Агроном»

Таблица 4

Оценка ликвидности баланса ООО «Агроном»

Значение	На начало года	На конец года
A1 ≥ П1	2034 < 35804	2012 < 26351
A2 ≥ П2	63470 > 33914	27362 < 109488
A3 ≥ П3	231228 > 207316	225771 > 159920
A4 ≤ П4	675644 < 695342	790098 < 794284

По данным ликвидности баланса видно, что в начале периода не выполняется первое условие, это может говорить о нехватке наиболее ликвидных активов при высокой кредиторской задолженности. Также кроме первого значения не выполняется на конец года и второе, за счет этого организация не способна расплатиться с краткосрочными обязательствами быстро реализуемыми активами. Благодаря оставшимся условиям, которые соблюдаются организация способна находиться в положительном финансовом состоянии.

Далее определим, значение абсолютных показателей финансовой устойчивости. Это коэффициенты, которые определяют состояние запасов (З), а также степень их оснащенности основными источниками формирования. Существуют три основных показателя, с помощью которых можно определить характеристики источников создания запасов: СОС – наличие собственных оборотных средств; СДИ – наличие (излишек или недостаток) собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов и затрат; ОИФЗ – общая величина основных источников формирования запасов и затрат. [11]

Таблица 5

Абсолютные показатели финансовой устойчивости ОАО «Агроном»

Показатель устойчивости	На начало периода	На конец периода
Излишек или недостаток собственных оборотных средств (ДСОС), руб.	-211530	-266585
Излишек или недостаток собственных и долгосрочных источников формирования запасов (ДСДИ), руб.	-4214	-106665
Излишек или недостаток общей величины основных источников формирования запасов (ДОИФЗ), руб.	65504	29374
Недостаток общей величины основных источников финансирования запасов (-ДОИФЗ), руб.	65504	29374

По данным таблицы видно, что ОАО «Агроном» относится к третьему типу МЗ = (0, 0, 1), т.е. неустойчивое финансовое состояние. Организации необходимо привлекать дополнительные источники финансирования, для нормализации финансового состояния.

Получить наиболее детальную оценку финансовой устойчивости организации позволяет анализ ее относительных показателей. В свою очередь их необходимо распределить на основные группы:

- коэффициенты, характеризующие финансовую независимость организации;
- коэффициенты, характеризующие состояние оборотных средств хозяйствующего субъекта;
- коэффициенты, характеризующие состояние основных средств фирмы. [9]

Таблица 6

Относительные показатели (коэффициенты) финансовой устойчивости ОАО «Агроном»

Показатели	На начало периода	На конец периода
I. ПОКАЗАТЕЛИ ФИНАНСОВОЙ НЕЗАВИСИМОСТИ (СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА)		
Коэффициент автономии (коэффициент финансовой независимости)	0,715	0,717
Мультипликатор собственного капитала	0,427	0,341
Коэффициент финансовой задолженности – плечо финансового рычага	0,398	0,395
Коэффициент покрытия инвестиций	0,928	0,870
Коэффициент иммобилизации имущества	0,694	0,756
II. ПОКАЗАТЕЛИ СОСТОЯНИЯ ОБОРОТНЫХ СРЕДСТВ		
Коэффициент маневренности	0,028	-0,054
Коэффициент обеспеченности оборотных (текущих) активов собственными оборотными средствами	0,066	-0,160
Коэффициент обеспеченности материально-производственных запасов величиной собственных оборотных средств	0,085	-0,181
Коэффициент маневренности финансовая устойчивость функционального капитала	3,643	-3,382
Коэффициент соотношения дебиторской и кредиторской задолженностей	0,683	0,759
III. ПОКАЗАТЕЛИ СОСТОЯНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ		
Индекс постоянного актива	0,972	1,054
Коэффициент реальной стоимости имущества	0,932	0,972
Коэффициент износа основных средств	0,256	0,229

Исходя из данных таблицы можно сделать вывод, что относительные показатели финансовой устойчивости ОАО «Агроном» в большинстве случаев попадают под рекомендуемое значение. Так коэффициент автономии на конец года составил 0,717, это говорит о финансовой прочности организации, ее стабильности и независимости от внешних кредиторов. Коэффициент покрытия инвестиций также находится в диапазоне рекомендуемого значения. Коэффициент реальной стоимости имущества на конец года составил 0,972, это говорит о том, что у организации нет необходимости пополнять имущество за счет заемных средств.

При проведении анализа финансовой устойчивости было обнаружено, что показатели имеют значения как выше нормы, так и ниже. По этой причине при разработке мероприятий по увеличению общей рентабельности производства ОАО «Агроном» следует уделить внимание мерам, направленным на повышение рентабельности продаж (повышение объема продаж, уменьшению себестоимости продукции, снижению неиспользуемых активов и т.д.), уменьшению оборачиваемости капитала, а также повышению уровня финансовой устойчивости. Для осуществления данных мероприятий требуется создать ряд блоков.

Первый блок мероприятий содержит следующие мероприятия:

1. Сокращение себестоимости;
2. Увеличение эффективности управления персоналом;
3. Для обеспечения эффективного распределения применения всех ресурсов организации используют преобразование управленческих структур через структурную перестройку.

Следующий блок основан на предоставлении устойчивой реализации, сокращения времени оборачиваемости оборотных активов. Данный блок состоит из следующих мероприятий:

1. Поиск новых видов продукции или увеличении конкурентоспособности;
2. Взымание дебиторской задолженности;
3. Замена изношенного оборудования или смена активов под новую продукцию;
4. Выбор правильной сбытовой политики.

Третий блок содержит предложения по повышению платежеспособности и финансовой устойчивости:

1. Организации необходимо приумножить денежные средства.
2. Из последствий анализа видно, что прослеживается сокращение наиболее ликвидных активов - денежных средств. Отсюда следует, что для улучшения ситуации необходимо увеличить денежные средства, путем уменьшения дебиторской задолженности.

Для увеличения относительных коэффициентов финансовой устойчивости необходимо уменьшить потребность, в заемных источниках финансирования повысив собственные оборотные средства. Для этого необходимо нарастить собственный капитал, путем увеличения объема производства качественной продукции. [5]

Библиографический список

1. Герасименко О. А. Влияние ликвидности на структуру капитала сельскохозяйственных организаций / О. А. Герасименко, М. А. Кургинян // Агропродовольственная экономика. – 2018. – № 4. – С. 36-41.

2. Герасименко О. В. Устойчивое финансовое состояние сельскохозяйственного предприятия – условие его непрерывного и эффективного функционирования // В сборнике: Научное обеспечение агропромышленного комплекса. – 2016. – С. 668-669.
3. Данелян Э. А. Совершенствование методики оценки финансовой устойчивости и платежеспособности на примере санаторно-оздоровительной организации Краснодарского края / Э. А. Данелян, А. В. Захарян // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 8-2 (85). – С. 952-955.
4. Захарян А. В. Основные направления повышения финансовой устойчивости организаций аграрного сектора экономики Краснодарского края / А. В. Захарян. – Ставрополь: Центр научного знания «Логос», 2018. – 58 с.
5. Коломиец О. Н. Стратегический финансовый менеджмент и успех организации / О. Н. Коломиец, О. А. Герасименко // Вектор экономики. – 2019. – № 2 (32). – С. 11.
6. Лобазова В. В. Формирование парадигмы инновационного потенциала организации как основы ее устойчивого финансового развития / В. В. Лобазова, О. В. Герасименко // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 2-2 (67-2). – С. 56-61.
7. Оценка основных механизмов формирования финансовой устойчивости развития организаций аграрного сектора экономики Краснодарского края: Коллективная монография / Под редакцией Н. В. Липчиу. – Краснодар, 2013. Сер. 90 лет Кубанскому ГАУ.
8. Стратегия финансирования инфраструктурных проектов региона / О. А. Герасименко, О. В. Назарова. – Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина. – Краснодар, 2018.
9. Храмченко А. А. К вопросу повышения границ финансовой устойчивости и платежеспособности аграрных формирований / А. А. Храмченко // Экономика и предпринимательство. – 2017. № 2-1 (79). – С. 1048-1051.
10. Безручко А. С. Эмпирические аспекты финансового моделирования в сельскохозяйственных организациях с использованием программных продуктов // А. С. Безручко, О. А. Герасименко, Е. С. Касимова // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 2 (91). – С. 1312-1219.
11. Герасименко О. А. Анализ финансового благополучия сельскохозяйственных организаций и меры по его укреплению / О. А. Герасименко, А. С. Чечелян // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 2 (91). – С. 1164-1170.

УДК 33

Кудашева-Подвойская О.В. Теоретические аспекты изучения факторов успеха инновационных продуктов

Theoretical aspects of studying the success factors of innovative products

Кудашева-Подвойская О.В.

старший преподаватель

кафедры национальной экономики и регионального развития,

факультет экономики,

Рязанский Государственный университет имени С.А. Есенина

Kudasheva-Podolska A.,

senior lecturer Department of national economy and regional development, faculty of economics,

Ryazan state University named after S. A. Yesenin

***Аннотация.** В статье рассматриваются аспекты введения инновационных продуктов на товарный рынок. Детально изучается понятие инновации и предлагается их классификация. Уделяется внимание изучению потребительского поведения и реакции покупателей на товар-новинку. В заключение автором анализируются факторы успеха инновационных товаров.*

***Ключевые слова:** инновации, потребители, потребительское поведение, товары-новинки.*

***Abstract.** The article deals with the aspects of introduction of innovative products on the commodity market. The concept of innovation is studied in detail and their classification is proposed. Attention is paid to the study of consumer behavior and the reaction of buyers to the product-a novelty. In conclusion, the author analyzes the success factors of innovative products.*

***Keywords:** innovations, consumers, consumer behavior, new products.*

Ежедневно на потребительский рынок поступают новые товары и идеи, которые как известно необходимо распространять. Успешное введение товаров-новинок является критической составляющей маркетинга любой фирмы. Ежегодно множество компаний-производителей инновационных товаров вводят на рынок свои продукты. Помимо презентаций нововведений, сюда же следует отнести новые идеи розничных продаж, позиционирование товаров-новинок, модификации успешно имеющих в продаже. В таких условиях некоторые инновационные товары получают признание достаточно крупных сегментов регионального рынка, но большинство из них так и не находят признания потребителей и терпят крах, потому что не способны удовлетворить потребности покупателей в полной мере, в отличие от уже существующих товаров представленных в продаже.

Инновации- это любые идеи или продукты, воспринимаемые потенциальными потребителями как новые.(1) Не следует забывать, что инновационность товаров определяется восприятием существующего рынка, но не объективным измерителем технологического изменения продукта. Для покупателей инновационность продукта непосредственно

соотносится с изменением их потребительского поведения. Организации-производители определяют свой товар-новинку в терминах принявшего его рынка, в перспективе или времени, в течение которого он уже существует на этом рынке. Сами же потребители определяют новинку субъективно, опираясь на свое собственное восприятие и личные имеющиеся суждения. Инновации так же могут быть определены и объективно, на основе независимых по отношению к покупателю критериев. Можно полагать что инновации – это идеи-новшества отличающиеся от уже существующих по качеству, но такое достаточно сложное понятие как качественные отличия понимаются у разных людей по-разному. С точки зрения конкретного потребительского сегмента, инновационные новинки классифицируются по их воздействию на поведение этого сегмента и делятся на непрерывные, динамически непрерывные и прерывистые (дискретные) () их можно видеть на таблице 1 представленной ниже.

Таблица 1

Классификация инноваций

Непрерывные инновации	Содержат в себе совершенствование уже существующих продуктов и требуют незначительных технологических изменений(примером могут быть новые виды сока, новые модели велосипедов, новый сорт творога и т.п)
Динамически непрерывные инновации	Представляют собой существенную модификацию существующих продуктов или создание новых товаров (примером могут быть аудио-плееры с новыми функциями, флэш-карты с большей памятью, натуральные продукты питания)
Прерывистые (дискретные)	Товары-новинки произведенные в результате крупного технологического прорыва требуют от покупателя новых форм потребительского поведения (примером могут служить гиро-скутер, планшет и т.п)



Рисунок 1. Факторы успеха инновационных товаров

Реакцию потребителей на появление инновационных товаров обуславливают определённые показатели, которые представлены на Рисунке 1. Итак, фактор успеха «Сравнительные преимущества новинки» возможно является одним из самых важных, потому что от того в какой степени инновация представляет собой усовершенствование товара и как он выглядит в глазах потребителя зависит многое, в том числе и совершившееся покупка, которая как известно и является основной целью любой коммерческой фирмы – получение прибыли. Примером может здесь быть такой товар как факс, который очевидно более предпочтительнее почте или курьерской службе, т. к. пользоваться им намного удобнее и быстрее. Фактор «Совместимость с существующими товарами» означает, насколько нововведение соотносится с существующими у потенциального потребителя ценностями интересами и т.п. Здесь примером может послужить зубная паста с новыми эффектом, например, отбеливания или оздоровления десен. Сюда же можно отнести и компьютерные системы, обновляющиеся ежегодно, что уже привычно и ожидается обществом. «Степень восприятия новинки» указывают на ее сложность и способность потребителей распознать, насколько эта новая вещь понятна для ее использования, и чем легче покупателю усвоить это, тем выше вероятность того что он ее в конечном счете приобретет. Микроволновая печь здесь является отличным примером, т.к. является сложной техникой, но получила большое распространение за счет простоты ее применения. Необходимо учитывать, что, сложность такой фактор, который сдерживает принятие покупателями новых технологий включая покупки через интернет. «Возможность опробовать продукт» так же важная составляющая - возможность попробовать продукт в действии или на вкус без покупки, безусловно дает дополнительное преимущество товару и все обстоит достаточно просто если речь идет о продуктах питания. Значительно сложнее если это товары длительного пользования, например, холодильное оборудование или стиральная машина. «Степень очевидности результатов использования» отражает наглядность результатов использования после приобретения данного продукта. Если потребители видят выгоды нового продукта невооруженным глазом, то его шансы на успех и скорость распространения повышаются. В этом отношении у материальных товаров есть плюсы перед услугами, равно как у публичных товаров (автомобиль, телефон) перед товарами личного потребления (например, связанными со здоровьем). Как известно покупатели приобретшие новинку одними из первых становятся так называемым лидерами мнений обладая авторитетом в потребительском обществе впоследствии.

Теоретические аспекты изучения введение на рынок инновационный продуктов трактуют определённые правила распространение инноваций на рынке товаров и услуг, на практике же процесс принятия нововведений является непрерывным и безостановочным, где фазы отношения к товару постепенно сменяют друг друга, более того иногда правила смены

этих фаз просто не работают. Не всегда нововведения принимаются рынком на все 100%, благополучное преставление новых товаров имеет большое значение для стратегического успеха компаний-производителей, в связи с этим происходит постоянное совершенствование товарных линеек продуктов с целью поддержания роста удержания позиций, занятых на рынке прежде. Для того что бы совершить инновационный прорыв, следует непрерывно анализировать действующий рынок, на котором работает фирма, системно изучать постоянно изменяющиеся потребительские предпочтения учитывая действия конкурентов, долгосрочно планировать деятельность своей организации. Создание нового инновационного продукта предусматривает четкую распланированную маркетинговую координацию всех подразделений организации, занимающийся непосредственно исследовательско-аналитическими функциями по разработке инновационных товаров.

Библиографический список

1. Удержание потребителя в условиях экономического кризиса: практическое пособие /Л.Н Мамаева, С.Г. Чувакова.-М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2018. -176 с.
2. Маркетинг будущего: диалог сознаний. Общение с потребителями в 21 веке. - М.: ФАИР-ПРЕСС, 2018.-233 с.
3. Поведение потребителей: Учебник/ О.М. Меликян – 4 изд.- Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2016. -280 с.
4. Сергеев В. А., Кипчарская Е. В., Подымало Д. К. Основы инновационного проектирования: учебное пособие. Ульяновск: УлГТУ, 2016. – 246 с.

СЕКЦИЯ 3. МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 33

Старостина У.Я. Развитие электронной торговли в ЮАР

The development of e-commerce in the South African Republic

Старостина Ульяна Яковлевна

Кандидат экономических наук,
доцент кафедры мировой и национальной экономики
Всероссийской академии внешней торговли
Starostina Ulyana Yakovlevna
Ph.D., Associate Professor,
Department of international and national economics
Russian Foreign Trade Academy

Аннотация. Внедрение информационно-коммуникационных технологий, а также рост сетевого взаимодействия повлияло на экономическую и социальную сферы и создало множество новых возможностей, в том числе и для развития электронной торговли. ЮАР – страна с высоким потенциалом, но для развития данного направления необходимо унифицировать и стандартизировать регуляторную базу, в соответствии с международными требованиями.

Ключевые слова: информационно-коммуникационные технологии, цифровая экономика, цифровая платформа, электронная коммерция, электронная торговля, Южно-Африканская Республика.

Abstract. The implementation of the information and communication technologies and the growth of networking have made an impact on economic and social spheres and created new opportunities. Such tendencies also affected the development of e-commerce. The Republic of South Africa is the country with the great potential but in order to proceed with e-commerce development it is necessary to unify and standardize the regulation in accordance with the international requirements.

Keywords: e-commerce, information and communication technologies, digital platform, the Republic of South Africa.

Развитие международной торговли является важным фактором экономического роста и повышения уровня жизни населения. ЮАР, вторая по величине страна на африканском континенте, с огромным потенциалом развития, как с точки зрения географического положения, так и обеспеченности ресурсами. В настоящее время страна демонстрирует положительные изменения международных индексов. По данным Всемирного экономического форума ЮАР заняла 55 позицию из 136 экономик по индексу вовлеченности в международную торговлю в 2016 году, который оценивает политику государств и эффективность работы их учреждений в сфере ведения международной торговли и развития экономического

сотрудничества.¹ Так, например, по глобальному индексу конкурентоспособности (Global Competitiveness Index), страна заняла в 2018 году 67 место из 140 экономик, а также 85 место по внедрению информационно-коммуникативных технологий (ИКТ).² Количество пользователей интернета неуклонно растет: в 2014 году они составляли 49 %, в 2016 году - 51,9 %, в 2018 году – 54 % от всего населения страны. Прогнозируется, что к 2021 году количество интернет - пользователей составит 60 % населения страны.³

Развитие ИКТ и рост сетевого взаимодействия создало множество новых возможностей для страны, тем самым изменив способ ведения бизнеса. До 2000 года в ЮАР не существовало ни одного нормативного документа, регулирующего электронную коммерцию и электронную торговлю. Впервые правительство опубликовало «Green Paper 2000», в которой подчеркивалась важность электронной коммерции и электронной торговли в контексте глобализации. В документе обосновывалась необходимость создания нормативно-правовой базы для совершения электронных транзакций, с точки зрения их конфиденциальности и безопасности, установление правил, регулирующих электронную коммерцию для населения, расширение информационной инфраструктуры. Также было выделено, что электронная торговля охватывает вопросы налогообложения, таможенных пошлин, прав интеллектуальной собственности, защита данных, защита прав потребителей, аутентификация, юрисдикция, соблюдение электронных контрактов и сообщений и т.д.⁴ Позже, в 2007 году был принят The National Information Society and Development Plan (Национальный план развития информационного общества), и в 2012 году The National Integrated ICT Policy Colloquium (была создана правительственная комиссия для разработки ИКТ).⁵ Данные документы послужили основой реформирования экономики в области электронной торговли.

По исследованиям ЮНКТАД, в 2018 году ЮАР заняла 77 позицию из 151 экономик по индексу B2C E-commerce, а на африканском континенте 2 место.⁶ Однако, всего 7,9 % населения старше 15 лет осуществили покупки онлайн в магазинах, и 13 % от общего количества интернет-пользователей стали eShoppers в 2018 году.

На территории ЮАР можно выделить три основные платформы электронной коммерции:

¹ Режим доступа: The Global Enabling Trade Report 2016. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GETR_2016_report.pdf

² Всемирный экономический форум [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2018/country-economy-profiles/#economy=ZAF>

³ Trade Barriers in South Africa [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.globaltrade.net/t/business/text/South-Africa/Trade-Policy-Trade-Barriers--in-South-Africa.html>

⁴ A Green Paper on Electronic Commerce for South Africa [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://www.sbs.ox.ac.uk/cybersecurity-capacity/system/files/Review_Report_e-commerce_cybercrime%20and%20cybersecurity_final_0.pdf

⁵ South Africa's E-Commerce Policy [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.etransactionslaw.uct.ac.za/node/508514>

⁶ UNCTAD B2C E-commerce Index 2018

- UAfrica является южноафриканской технологической компанией, которая предлагает облачную электронную коммерцию услуг для малого и среднего бизнеса (модель B2B);
- Shopify – это международная облачная электронная коммерция e – коммерция решения поставщик и система управления заказами Предлагаемые услуги включают (модель B2C);
- BidorBuy – платформа большого количества продавцов и покупателей, посещающих платформу сайта (модель C2C).

ЮАР становится лидером на африканском континенте по цифровым доходам, особенно это касается модели B2B, чему способствует увеличение принимаемых решений путем использования облачных технологий с получением доступа посредством мобильных систем.

Таблица 1

Модели e – commerce в компаниях-лидерах

Модели e - commerce	Компании-лидеры
B2C e-commerce marketplace	Shopify, Payfast safarinow, Takealot
C2C e-commerce	BidorBuy
B2B e-commerce	Alibaba, UAfrica, Yuppie Chef, Safarinow Travelground Zando

Источник: Status, Opportunities and Challenges of BRICS e-commerce

http://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/Publications/BRICS%20E-commerce%20_Status%20Opportunities%20and%20Challenges_22AUG2017_final.pdf

Республика заняла 2 место среди стран Африки по использованию покупателями онлайн системы для осуществления покупок, и в частности, по индексу B2C - 3 место. Таким образом, в 2017 году от количества всех покупателей только 13 % осуществляют онлайн шоппинг.⁷ Существует большой потенциал в использовании модели B2C в электронной коммерции, поскольку онлайн-транзакции составили всего около 1 % от общих розничных продаж.⁸

⁷ UNCTAD B2C E-commerce Index 2018 FOCUS ON AFRICA

[Электронный ресурс] // Режим доступа: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tn_unctad_ict4d12_en.pdf

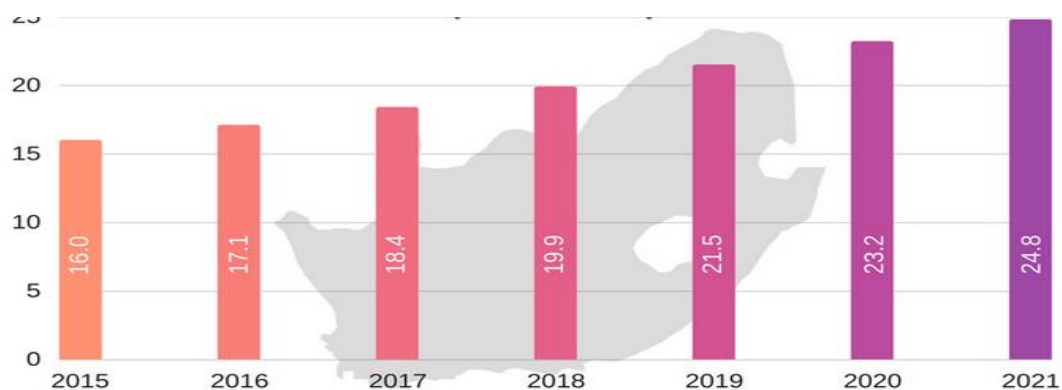


Рисунок 1. Количество онлайн покупателей в ЮАР (в млн. человек)

Источник: [Электронный ресурс] // Режим доступа:

<https://www.eshopworld.com/blog/south-africa-ecommerce-insights-2017/>

На рисунке 1 показано, что к 2021 году четвертая часть населения будет осуществлять покупки онлайн.

Для ЮАР характерно неравномерное распределение онлайн-покупателей по стране. Лидирует провинция Гаутенг, в которой 45 % населения являются пользователями электронной торговли.⁹ В отдаленных районах, где традиционные каналы распределения слишком дорогие, электронная торговля демонстрирует устойчивый рост в розничной среде.

В ЮАР наиболее предпочтительными способами оплаты являются кредитные карты, банковские карты, банковские переводы и PayPal, но чаще всего используются специальные кредитные карты для онлайн-покупок. Однако, если интернетом пользуется уже половина населения страны, то платежными картами всего 14 %, что является фактором, тормозящим развитие электронной торговли.

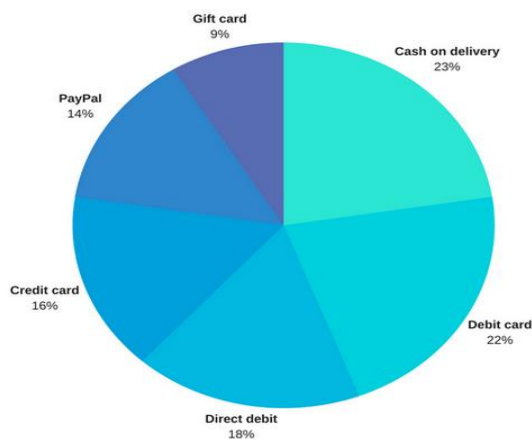


Рисунок 2. Предпочтения оплаты покупок в ЮАР в 2017 году

⁹ Export [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.export.gov/article?id=South-Africa>

Как видно из рисунка 2, 23 % южноафриканцев предпочитают расплачиваться наличными деньгами, 22 % дебетовыми картами. Из-за роста мошенничества с кредитными картами Ассоциация платежей Южной Африки обязалась использовать 3D Secure, представляющую собой дополнительную меру защиты данных банковской карты, которая применяется при совершении операций через интернет. Для оплаты покупки или услуги онлайн требуется указать код, затем происходит идентификация и проходит оплата.

Таким образом, можно выделить факторы, тормозящие расширение участия южноафриканского населения в электронной коммерции:

- отсутствие платежных карт не позволяет многим людям совершать покупки в Интернете;
- потребители обеспокоены безопасностью, особенно связанной с мошенничеством с кредитными картами;
- потребители обеспокоены пригодностью товара и проблемами с возможностью его возврата.

Южноафриканцы приобретут больше доверия к электронной торговле, если правительство ЮАР примет Закон «О защите прав потребителей - пользователей Интернета», что положительно скажется на электронной коммерции в целом в стране.

Интернет дает возможность потребителям иметь больше информации о товаре, сравнивать цены, а также обеспечивает доставку товаров и услуг до двери.

Особенностью является то, что субъекты B2B торговли также принимают участие в B2C связях. В результате оба типа клиентов используют как потребительские, так и B2B-сайты для покупки товаров и услуг для своих компаний или отдельных лиц (примером может быть сайт Alibaba, представляющий рынок B2B).

Электронная коммерция B2C открывает возможность для производителей получать более высокую прибыль. Однако такая форма торговли требует использования почтовых или иных экспресс-служб доставки, осуществляющих доставку товара непосредственно потребителю. В этом случае необходимо находить новые методы упрощения процедур торговли и регулирования, в том числе процедур оформления.

В стране создаются новые электронные платформы. Примером может служить подразделение компании Transnet – (Transnet National Ports Authority -TNPA), которая в 2017 году запустила новую, полностью интегрированную платформу для электронной коммерции. Новая система «Order to Cash» заменяет девятилетнюю клиентскую систему PortsOnline от TNPA для онлайн-оформления грузовой документации. Новая платформа электронной коммерции предоставляет клиентам TNPA 24-часовой доступ к портам и дает возможность использовать средства самообслуживания с ограниченной административной зависимостью от TNPA.

Платформа предлагает функции самообслуживания, в которой клиенты могут регистрироваться, поддерживать свои профили, размещать заказы на продажу, просматривать текущие кредитные лимиты и загружать счета-фактуры и выписки.¹⁰

В ЮАР наиболее востребованными являются южноафриканские сайты для осуществления электронной торговли. Лидирует на рынке южноафриканский сайт Gumtree.co.za, на долю которого приходится 23 % рынка, затем следует Olx.co.za – 11 %.¹¹

Для трансграничных онлайн-покупок, 27 % южноафриканских интернет-пользователей покупают с американских сайтов, 19 % - с азиатских и 14 % - с европейских. Американская версия Amazon.com является третьим сайтом по посещаемости электронной коммерции в Южной Африке.¹²

Основным товаром электронной коммерции в ЮАР является медиапродукция, включая книги, компакт-диски, DVD-диски и игры. Около половины всех трансграничных покупок приходится в совокупности на развлечения, видеоигры, программное обеспечение и учебные предметы.

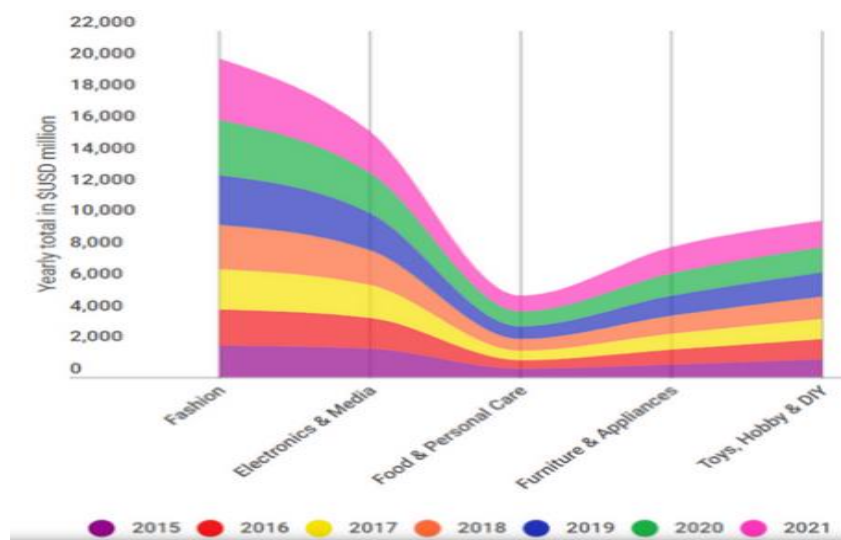


Рисунок 3. Категории продуктов, приобретаемых онлайн в ЮАР

Источник: Eshopworld [Электронный ресурс] // Режим доступа:

<https://www.eshopworld.com/blog/south-africa-ecommerce-insights-2017/>

Общий доход от электронной коммерции в Южной Африке по всем категориям продуктов составил 2,69 млрд. долларов США, и ожидается, что к 2021 году он вырастет до 4,7 млрд. долларов США. В настоящее время компания Electronics & Media является ведущей, на

¹⁰ South Africa: Transnet launches e-commerce platform [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.itnewsafrika.com/2017/08/south-africa-transnet-launches-e-commerce-platform/>

¹¹ THE E-COMMERCE HIGHWAY [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.iberglobal.com/files/2016/ecommerce_smes_itc.pdf

¹² The E-Commerce Highway [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.iberglobal.com/files/2016/ecommerce_smes_itc.pdf

долю которой приходится 964,2 млн. долларов США. Как ожидается, к 2021 году электроника и медиа, по-прежнему, будут самой покупаемой онлайн-категорией с доходом 1,38 млрд. долларов США. Вторая категория «Мебель и техника» составила 553,7 млн. долларов США, а ожидаемый доход к 2021 году - 1,07 миллиарда долларов США.¹³

Южноафриканцы проводят достаточно много времени в интернете, исследуя лучшие цены и изучая рекомендации по продукту в социальных сетях, предпочитая онлайн-акции и купоны. Набирают популярность такие онлайн-продажи, как «черная пятница», «кибер-понедельник», которые предоставляют возможность розничным торговцам привлечь больше клиентов. Наибольшее распространение получают платформы социальных сетей, которые используют как рекламные площадки более 90 % южноафриканских крупных брендов.¹⁴

В настоящее время на национальном рынке электронной торговли развивается конкурентная среда, что приводит, в том числе, к слияниям и поглощениям компаний. Примером может служить южноафриканская компания Takealot, которая оперирует на рынке электронной торговли с 2011 года, а в 2012 году выкупила службу доставки Mr Delivery, тем самым решив вопрос доставки товара.¹⁵ Цель Takealot – лидировать на национальном рынке и выйти за пределы страны. В 2015 году Takealot поглотила другую крупную площадку, Kalahari, в расчёте на удвоение своей клиентской базы.

Таким образом, предприятия более конкурентоспособны, если они обеспечены доступом к интернет-технологиям, ориентированным на бизнес. В ЮАР в малом и среднем предпринимательстве более половины предпринимателей (55 %) на ранней стадии создания бизнеса используют новейшие технологии по сравнению с другими африканскими странами, которые в среднем составляют 45 %.¹⁶ Благодаря электронной коммерции южноафриканские розничные торговцы имеют уникальные возможности для роста прибыли и расширения клиентской базы достаточно экономичным способом. Для работы на сайтах предпринимателям необходимо зарегистрироваться в Комитете по делам потребителей, который регулирует электронную коммерцию. В противном случае, если местный или иностранный поставщик не зарегистрирован, то он не имеет права поставлять товары или услуги в страну.

Рост электронной коммерции привел к росту объемов виртуальной почтовой почты. Многие товары, заказываемые по Интернету, доставляются потребителям в посылках, в том числе и в удаленные регионы. Поэтому, одним из основных факторов развития электронной торговли, является внедрение инновационных продуктов и услуг на базе ИКТ с целью

¹³ Eshopworld [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.eshopworld.com/blog/south-africa-ecommerce-insights-2017/>

¹⁴ Trade Barriers in South Africa [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.globaltrade.net/f/business/text/South-Africa/Trade-Policy-Trade-Barriers-in-South-Africa.html>

¹⁵ Кремниевая саванна: Какие стартапы Африки получают самые щедрые инвестиции [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://secretmag.ru/trends/players/hot-african-startups.htm>

¹⁶ SOUTH AFRICA REPORT 2016/2017 [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.gemconsortium.org/country-profile/108>

соединения сетей всех почтовых служб в мире.

Развитие электронной торговли может стать своеобразным драйвером экономического роста страны, поскольку упростит ведение бизнеса, с одной стороны, а с другой, будет содействовать созданию дополнительных рабочих мест, так как в цепочке создания стоимости электронной торговли необходимы различные услуги.

В 2016 году электронная коммерция составила всего 1 % сектора розничной торговли в стране, что указывает на огромный потенциал для роста. В настоящее время основными странами трансграничного южноафриканского экспорта в рамках электронной коммерции являются: Китай - 8,3 %, США - 8,1 % и Индия - 7,8 % от общего объема экспорта.¹⁷

В ЮАР практически отсутствуют международные соглашения, целью которых является регулирование и гармонизация трансграничных транзакций электронной коммерции. Таким образом, в стране законодательно не регулируются договорные правоотношения между потребителем (заказчиком) и предпринимателем, порядок оплаты товаров или услуг посредством электронных платежей в рамках региональных и двусторонних торговых соглашений.

Электронная коммерция характеризуется специфическими факторами образования добавленной стоимости. На конференции в Оттаве в 1998 году впервые были выработаны основные принципы налогообложения электронной коммерции, которые, в основном, повторяли традиционные принципы налогообложения: удобство взимания для налогоплательщика, эффективность и экономичность администрирования, минимизация возможностей ухода от налогов и предоставление одинаковых условий всем налогоплательщикам. Провозглашалось недопущение дискриминации в налогообложении электронной коммерции по сравнению с традиционным бизнесом, а также между отдельными видами электронной коммерции.

В 2016 году был завершен пересмотр Рекомендаций ОЭСР по защите потребителей в электронной коммерции 1999 года и разработано Руководство по совершенствованию защиты прав потребителей в электронной коммерции в таких сферах, как торговля товарами, содержащими цифровой контент, мобильные и онлайн платежи, мобильная коммерция, незаконное использование учетных записей.

В 2013 году стартовал план действий ОЭСР по противодействию размыванию налогооблагаемой базы и выводу прибыли из-под налогообложения BEPS (Base Erosion and Profit Shifting) по просьбе стран G20. А в 2014 году ОЭСР опубликовала для обсуждения Рекомендации по налогообложению электронной коммерции и выработке унифицированных правил. Однако данные инициативы касались в основном усиления контроля за уплатой налогов

¹⁷ THE E-COMMERCE HIGHWAY [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.iberglobal.com/files/2016/ecommerce_smes_its.pdf

по месту их получения через модернизацию Соглашений об избежании двойного налогообложения, а также расширения обмена странами информации о налогоплательщиках.

Уход от НДС стало достаточно распространенным явлением с развитием интернет-торговли. В версии 2015 года ОЭСР предложила идентифицировать схемы «цифрового» ухода от НДС в электронной торговле и изменять национальные законодательства так, чтобы НДС уплачивался по месту конечного потребления товаров.

Фактически приобретение товаров посредством электронной торговли размывает государственные границы между странами. Поэтому, необходимо стандартизировать общие подходы к налогообложению электронной торговли с использованием автоматического обмена налоговой информацией. Примером может служить разработанный Стандарт по автоматическому обмену финансовой информации (Common Reporting Standards (CRS)), разработанный ОЭСР в 2014 году для организаций финансового рынка. В рамках Стандарта страны обязаны посредством налоговых органов обмениваться информацией о счетах иностранных резидентов, что обеспечит прозрачность налогообложения. ЮАР обязалась участвовать в автоматическом обмене налоговой информацией (AEOI), и к 2016 году ОЭСР завершила оценку конфиденциальности страны, чтобы обеспечить готовность к реализации AEOI. Стандарт обмена данными о налогоплательщиках ОЭСР в автоматическом режиме применяется с 2018 года.

Таким образом, ЮАР имеет громадный потенциал для интенсивного развития, благодаря стремительному росту информационно-коммуникационных технологий и интернета, о чем свидетельствует повышение международных индексов страны. Развитие цифровизации охватывает экономические и социальные сферы жизни. Для развития электронной торговли и использования передовых технологий необходимо создать регуляторную базу, в соответствии с международными стандартами, для унификации и упрощения процедур, связанных с вопросами налогообложения, защиты прав потребителей и других.

Библиографический список

1. Всемирный экономический форум [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2018/country-economy-profiles/#economy=ZAF>
2. A Green Paper on Electronic Commerce for South Africa [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://www.sbs.ox.ac.uk/cybersecurity-capacity/system/files/Review_Report_e-commerce_cybercrime%20and%20cybersecurity_final_0.pdf
3. Eshopworld [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.eshopworld.com/blog/south-africa-ecommerce-insights-2017/>

-
4. Export [Электронный ресурс] // Режим доступа:
<https://www.export.gov/article?id=South-Africa>
5. Кремниевая саванна: Какие стартапы Африки получают самые щедрые инвестиции [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://secretmag.ru/trends/players/hot-african-startups.htm>
6. South Africa's E-Commerce Policy [Электронный ресурс] // Режим доступа:
<http://www.etransactionslaw.uct.ac.za/node/508514>
7. SOUTH AFRICA REPORT 2016/2017 [Электронный ресурс] // Режим доступа:
<http://www.gemconsortium.org/country-profile/108>
8. South Africa: Transnet launches e-commerce platform [Электронный ресурс] // Режим доступа:
<http://www.itnewsafrika.com/2017/08/south-africa-transnet-launches-e-commerce-platform/>
9. Trade Barriers in South Africa [Электронный ресурс] // Режим доступа:
<http://www.globaltrade.net/f/business/text/South-Africa/Trade-Policy-Trade-Barriers--in-South-Africa.html>
10. The E-Commerce Highway [Электронный ресурс]. Режим доступа:
http://www.iberglobal.com/files/2016/ecommerce_smes_itc.pdf
11. The Global Enabling Trade Report 2016. [Электронный ресурс]. Режим доступа:
http://www3.weforum.org/docs/WEF_GETR_2016_report.pdf
12. UNCTAD B2C E-commerce Index 2018 FOCUS ON AFRICA
[Электронный ресурс] // Режим доступа:
https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tn_unctad_ict4d12_en.pdf

СЕКЦИЯ 4. ЛОГИСТИКА

УДК 662.767.1; 656.025.4

Вилаев Р.А., Буйлова М.В. Оценка целесообразности приобретения подвижного состава, использующего СПГ в качестве топлива автотранспортными предприятиями Калининградской области

Expediency consideration of acquisition of rolling stock using LNG as fuel by motor transport enterprises of Kaliningrad region

Вилаев Рудольф Андреевич

студент

Балтийский федеральный университет им. И. Канта

Научный руководитель:

Буйлова Мария Валерьевна

старший преподаватель

Балтийский федеральный университет им. И. Канта

Vilaev Rudolf Andreevich

Student

THE IMMANUIL KANT BALTIC FEDERAL UNIVERSITY

Buylova Marya Valerievna

Senior lecturer

THE IMMANUIL KANT BALTIC FEDERAL UNIVERSITY

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы целесообразности обновления парка подвижного состава международных автотранспортных предприятий Калининградской области за счет приобретения транспортных средств, работающих на сжиженном природном газе. Результаты приведенных расчетов могут быть использованы при разработке стратегии экономического развития предприятий работающих в сфере международной транспортной логистики.

Ключевые слова: сжиженный природный газ, криогенная автомобильная заправочная станция, метан, логистика, международные автомобильные грузоперевозки, Калининградская область.

Abstract. The article discusses the feasibility of fleet renewal of rolling stock of international transportation organizations of the Kaliningrad region due to the acquisition of vehicles running on liquefied natural gas. The results of these calculations can be used to develop a strategy for the economic development of enterprises working in the field of international transport logistics.

Keywords: liquefied natural gas, cryogenic automobile gas station, methane, logistics, international road freight, Kaliningrad region.

Транспорт — одна из важнейших сфер в экономике любого государства. В настоящее время наблюдается, как правительство России целенаправленно проводит политику по увлечению объема экспорта. Стоит отметить, что к 2025 году прогнозируется рост объема перевозок экспортных товаров более чем на 30% [1]. Для увеличения показателей конкурентоспособности на собственном рынке при соотношении 50/50 (паритетные договоры) необходимо увеличивать уровень подвижного состава российских автомобильных

перевозчиков. В связи с этим актуальным считается вопрос об обновлении парка подвижного состава автотранспортных предприятий России.

Для организации международных автомобильных грузоперевозок (далее – МАП) необходимо иметь допуск от Ространснадзора. По статистике 10 тысяч транспортных компаний в Российской Федерации (далее – РФ) занимаются МАП, для выполнения потребностей рынка используется 55 тысяч единиц подвижного состава.

Калининградская область – единственный регион России, где для обеспечения грузоперевозок с другими субъектами РФ требуется соблюдение международных норм, так как регион является анклавом, и чтобы доставить груз в другой регион РФ сухопутным путем, необходимо пересекать государственную границу. Большинство транспортных компаний работают по договору с ассоциацией международных автомобильных перевозчиков. В Калининградской области МАП осуществляют 1300 компаний и имеют в общей сложности около 9 тысяч единиц подвижного состава, что составляет 13% и 16% соответственно от общего количества России.

Наиболее востребованными маршрутами МАП у транспортных компаний Калининградской области являются перевозки по двухсторонним договорам с соседними государствами – Польша и Литва. Стоит отметить, что наибольшая плата за перевозку предоставляется по однотипным договорам с Германией, Испанией и Францией. Их доля в общем грузообороте между Европейским союзом (далее – ЕС) и Калининградской областью значительно меньше. Такое положение объясняется не достаточными показателями среднего возраста и стандартов экологичности подвижного состава, а так же высокой стоимостью дизельного топлива в Европе. Динамика цены на дизельное топливо в России и Германии предоставлена на рис. 1. Для анализа динамики приведена статистика цен в Германии, так как государство входит в список стран с наибольшей платой за перевозку для Калининградской области и имеет средний показатель стоимости дизельного топлива среди стран Европы.

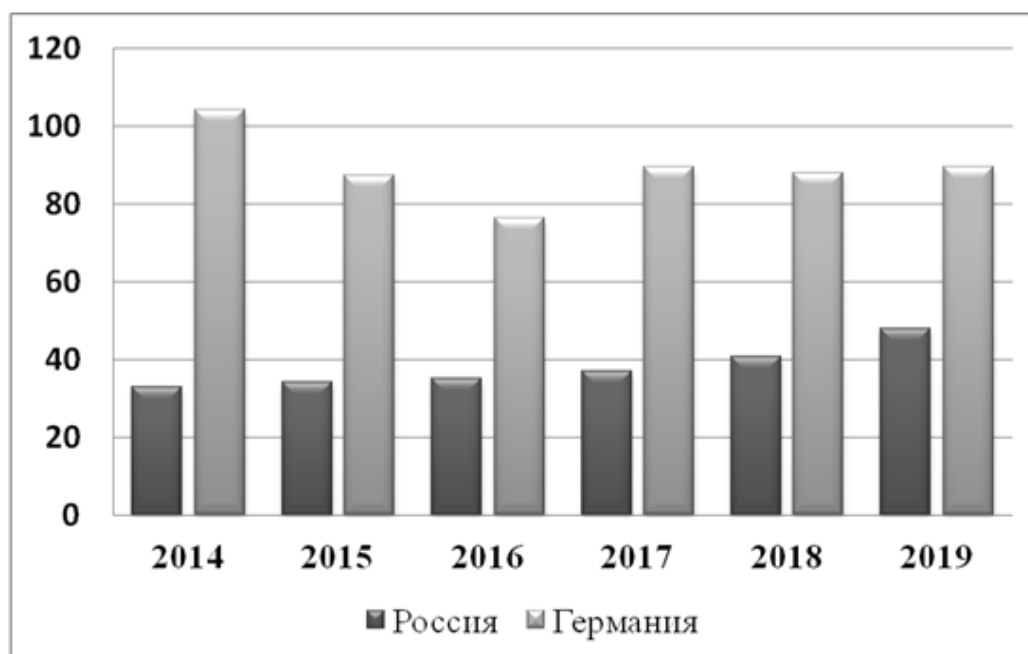


Рисунок 1. Динамика розничных цен на дизельное топливо в рублях для России и Германии (2014-2019 г.)^{18, 19}

Согласно данным аналитического агентства «Автостат» 62,9% грузового автотранспорта в РФ не удовлетворяет нормам токсичности Euro-2²⁰, а в тоже время нормам Euro-4 и выше соответствуют менее 20% грузового подвижного состава. Кроме того, по результатам исследования «Автостата» 65% грузовых автомобилей в России, находятся в эксплуатации более 15 лет²¹. В то же время общероссийский классификатор основных фондов относит автотранспортные средства специального назначения к пятой амортизационной группе, и устанавливает срок полезного использования 7-10 лет. Выше сказанное подтверждает, что для повышения конкурентоспособности российских перевозчиков на международном уровне необходимо искать новые инструменты совершенствования транспортных процессов, в частности использовать современные типы подвижного состава, потребляющего более дешевые виды топлива.

¹⁸ Динамика розничных цен на дизельное топливо в рублях для России // Котировки // Экономика // Яндекс.Новости // ООО «ЯНДЕКС». 2019. URL: <https://news.yandex.ru/quotes/213/20010.html> (дата обращения: 01.04.2019).

¹⁹ Динамика изменения цен на топливо в Германии // autotraveler.ru. 2019. URL: <https://autotraveler.ru/germany/dinamika-izmenenija-cen-na-benzin-v-germanii.html#.XK36CEPVLIU> (дата обращения: 01.04.2019).

²⁰ Структура российского парка транспортных средств по нормам токсичности // ООО «Автомобильная статистика». 2019. URL: <https://www.autostat.ru/news/38216/> html (дата обращения: 06.03.19).

²¹ Ключевые показатели российского парка грузовиков // ООО «Автомобильная статистика». 2019. URL: <https://www.autostat.ru/infographics/34981/> (дата обращения: 10.03.19).

Президент РФ Путин В.В. в ходе прямой линии 2018 года отметил, что в качестве замещения дизельного источника энергии, газомоторное топливо приоритетнее электромобилей по экологическим критериям²².

Исторически, под газомоторным топливом принимался искусственный сжиженный углеводородный газ, а именно пропанобутановая смесь, но в связи с низким уровнем безопасности, громоздкостью топливных баков при не большом запасе хода данный вид топлива редко использовался для грузовых автотранспортных средств. Так же в России почти 40 лет в качестве газомоторного топлива используется компримированный природный газ (далее – КПГ) в сжатом состоянии, который при использовании имеет примерно такие же недостатки, но отличается более низкой ценой и повышенным уровнем безопасности. Такой природный газ на 95% состоит из метана. Стоит отметить, что источником метана являются не только природные залежи, но метан можно получать из возобновляемых источников путем переработки органики. С развитием техники появились эффективные способы сжижения природного газа и использования его в качестве топлива для двигателей внутреннего сгорания грузовых автомобилей.

Преимуществами сжиженного природного газа (далее – СПГ; LNG - Liquefied Natural Gas) перед КПГ являются: в два-три раза больше запас хода автомобиля без дозаправки; более производительные массогабаритные показатели топливных баков; осуществимость транспортирования СПГ в места с отсутствием магистральных газопроводов [2]. Кроме того, для осуществления заправки автомобиля КПГ потребуется на 40% больше времени, чем для заправки дизельным топливом или СПГ. Для автомобилей, выполняющих рейсы на большие расстояния, это имеет существенное значение.

Ключевыми проблемами повсеместного внедрения грузового автотранспорта, работающего на СПГ, являются:

1. недостаточная проработка нормативной и правовой базы для автотранспортных средств, работающих на СПГ по:
 - таможенному регулированию процедуры пересечения государственных границ,
 - сервису,
 - хранению,
 - эксплуатационным показателям;
2. ограничение мощности по производству сжиженного природного газа и отсутствие возможности создания данных производств в некоторых регионах РФ.

²² Autonews // АО «Росбизнесконсалтинг». 2019. URL: <https://www.autonews.ru/news/5ad758a69a79470e7b3b96e5?ruid=uUjIA1wjcd+DGJEiAwZcAg> (дата обращения: 18.04.19).

3. отсутствие полномасштабной сети заправочной инфраструктуры СПГ.
4. ценообразование на СПГ, в качестве газомоторного топлива.
5. недоступность для специалистов – практиков научно-технических изданий, связанных с производством и использованием СПГ на транспорте.
6. отсутствие вторичного рынка для покупки или продажи подвижного состава, работающего на сжиженном природном газе.

Вышесказанные недостатки объясняются тем, что автотранспортные средства, работающие на СПГ, являются на данный момент техническими достижениями автомобилестроения и не распространены для использования в РФ. Данные модели автомобильного подвижного состава представлены практически только иностранными автопроизводителями.

В то же время использование СПГ в грузовых автоперевозках – это средство снижения регламентируемых выбросов, в частности парниковых газов. Ежегодно приблизительно 40% загрязняющих веществ выбрасывает автомобильный транспорт²³. Применение автомобилей, работающих на СПГ, снизит количество образования токсичных веществ: оксидов азота - на 15-20 %, диоксида углерода на – 10-15 %. Новые модели седельных тягачей, использующие СПГ в качестве моторного топлива, имеют самый высокий стандарт экологичности Euro - VI и этим превосходят свои дизельные аналоги [3].

Следует сравнить последние разработки производителей седельных тягачей, работающих на сжиженном природном газе:

1. Volvo FH LNG²⁴ – модель 2017 года. Немецкая компания использует двигатель G13C, который потребляет 90-95% сжиженного газа и примерно 5-10% дизельного топлива для воспламенения газа. При нехватке запаса газа автомобиль сможет продолжить движение чисто на дизельном топливе при минимальных оборотах.
2. IVECO Stralis NP460 LNG²⁵ – итальянская модель 2018. Имеет чисто газовый 13-литровый 460-сильный мотор. Возможны несколько вариаций топливных баков (CNG; CNG+LNG; LNG).
3. Scania G340 LNG²⁶ – шведская модель тягача 2018 года. Установлен двигатель, который работает так же, как и IVECO по циклу Отто и создан на основе новейшей платформы 9-литровых двигателей.

²³ СПГ в автомобильном транспорте // Интернет-портал «Энергетика. ТЭС и АЭС / Всё о тепловой и атомной энергетике». 2018. URL: <http://tesiaes.ru/?p=7767> (дата обращения: 06.02.2019).

²⁴ Каталог продукции производителя седельных тягачей Volvo Group Россия. 2017. URL: <https://www.volvotrucks.ru> (дата обращения: 10.12.2018).

²⁵ Каталог продукции производителя седельных тягачей Iveco. 2018. URL: <https://www.iveco.com> (дата обращения: 10.12.2018).

²⁶ Каталог продукции производителя седельных тягачей Scania AB. 2018. URL: <https://www.scania.com> (дата обращения: 10.12.2018).

В таблице 1 приведены основные характеристики данных моделей седельных тягачей. При осуществлении выбора подвижного состава необходимо учитывать не только тип и расход топлива конкретной моделью, но и объемы баков.

Таблица 1

Сравнительная характеристика автомобилей-тягачей, работающих на СПГ

Наименование характеристики		Volvo FH LNG	IVECO Stralis NP460 LNG	Scania G 340 LNG
Вид топлива		СПГ+ дизельное топливо	СПГ	СПГ
Мощность, л.с.		420	460	340
Крутящий момент, Нм		2100	2000	1600
Расход топлива	л./100 км - СПГ	47	33,8	39,2
	л./100 км - ДТ*	2,5	-	-
Объем бака	л. - СПГ	495	540	470
	л. - ДТ	170	-	-
Запас топлива, км.		1000	1600	1200
Допустимая нагрузка на переднюю ось, кг.		7100	7500	8000
Допустимая нагрузка на заднюю ось, кг.		13000	11500	11500
Полная масса, т.		44	46	40
Разрешенная максимальная масса, кг.		19500	18000	16000
Класс экологичности		Euro 6		
Примерная стоимость, руб.		12 320 000	10 780 000	11 300 000

*ДТ – дизельное топливо

На сегодняшний день СПГ - это самое высокотехнологичное и экономически эффективное решение для грузоперевозок. Природный газ является одним из наиболее распространенных и востребованных первичных энергоносителей. По прогнозу Международного энергетического агентства, потребление природного газа в мире может вырасти до 4 трлн. куб. м. уже к 2022 году²⁷. По данным Росстата, в 2017 году спрос на природный газ для транспорта составил 600 млн. куб. м. Министерство энергетики РФ разработало стратегию развития потребления природного газа транспортом до 3,8 млрд. куб. м. и выделила на ее реализацию 175 млрд. руб. до 2024 года. Планируется увеличить общий парк газовых машин примерно до 1 млн. ед. и расширить газозаправочную сеть на 1,4 тыс. станций. К 2030 году, по планам Минэнерго, спрос автотранспортом на природный газ может увеличиться до 10 млрд. куб. м. Тогда парк автомобилей, использующие метан должен

²⁷ Использование природного газа в качестве моторного топлива // ООО «Газпром экспорт». 2018. URL: http://www.gazpromexport.ru/files/Gas_Motor_Fuel_2018_RU.pdf (дата обращения: 10.03.2019).

превысить 2,5 млн. ед. [4]. По оценкам аналитиков к 2025 г. спрос стран ЕС на СПГ для двигателей внутреннего сгорания ориентировочно составит 27 млрд. куб. м. При данных обстоятельствах у российского СПГ открываются хорошие экспортные возможности²⁸.

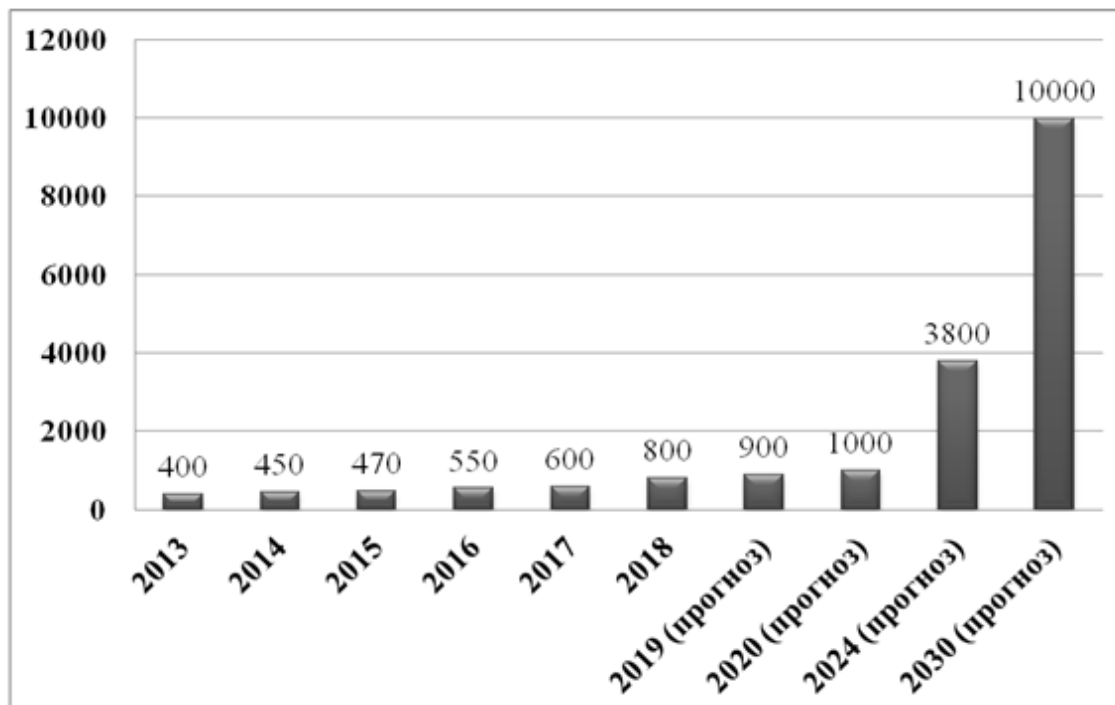


Рисунок 2. Показатели потребления сжиженного природного газа автотранспортом в России

Стоит отметить, что по итогам 2018 года Россия заняла 3 место по росту производства сжиженного природного газа. На первом месте в рейтинге аналитического агентства Refinitiv оказалась Австралия, далее следуют США²⁹.

Развитие индустрии СПГ происходит в двух основных векторах развития: крупнотоннажное и малотоннажное производство СПГ. В России по объему обработки преобладают крупнотоннажные, которые образуются в местах добычи газа. Однако для территориальных масштабов РФ необходимо создавать малотоннажные производства СПГ. Такие производства должны быть расположены в районах прохождения газопровода, т.е. в регионах, географически перспективных для реализации СПГ потребителю, в качестве моторного топлива [5].

В Калининградской области с 2018 года работает комплекс по производству и отгрузке сжиженного природного газа. Калининградский комплекс обеспечивает поставку газа в

²⁸ Газ на газ не приходится // Новости // Официальный оператор RCC.ru — ЗАО «Креон Энерджи». 2018. URL: <http://rcc.ru/article/gaz-na-gaz-ne-prihoditsya-64327#astart> (дата обращения: 15.02.2019).

²⁹ Россия заняла третье место в рейтинге мировых лидеров по росту производства СПГ // СПГ // Новости // Журнал "Gasworld Россия и СНГ". 2019. URL: <https://gasworld.ru/ru/news/Ing/rossiya-zanyala-trete-mesto-v-reytinge-mirovyh-liderov-po-rostu-proizvodstva-spg/> (дата обращения: 12.03.2019)

Польшу, Чехию и Эстонию и является примером и одним из флагманов производственного объекта для развития рынка газомоторного топлива и автономной газификации³⁰. Данный фактор является конкурентным преимуществом транспортных компаний региона для покупки техники, работающей на СПГ.

Положительный экономический эффект для всех сторон использования СПГ, в качестве топлива для двигателей внутреннего сгорания вносит постановление Правительства РФ от 30 ноября 2018 года №1442. Согласно данному постановлению следует отмена государственного регулирования цен на природный газ, реализуемый ПАО «Газпром» с применением технологий сжижения и регазификации [6]. В процессе реализации данного постановления возможен рост использования СПГ.

Реализация СПГ потребителям происходит в основном через криогенные автомобильные заправочные станции (далее - КриоАЗС), на которых транспортные средства заправляются природным газом в жидком состоянии [7]. На территории ЕС работают приблизительно 150 заправок - СПГ, и большинство из них в юго-западной части ЕС³¹. Лидерами в Европе по количеству КриоАЗС в стране являются: Испания более 30 ед., а по количеству на единицу площади территории Нидерланды [8]. В России менее 10 подобных заправок, которые могут реализовать СПГ для грузовых транспортных средств. По данным Минэнерго, в 2019 году на строительство новых газовых заправок и переоборудование транспорта в РФ будет выделено около 4 млрд. рублей. Ведь, переход небольших транспортных компаний на технику, работающей на СПГ произойдет только при полноценном распространении заправочной инфраструктуры СПГ во всех регионах РФ. Срок окупаемости капитальных затрат на строительство газозаправочной станции по статистике составляет более 10 лет³². ООО "Газпром газомоторное топливо" разработало криоблок, который составлен из блока сжижения газа и модуля для заправки автомобилей. Все оборудование помещается в 45-футовый контейнер и может быть транспортирован в любую географическую точку, что повышает уровень эффективности применения СПГ на транспорте.

На рис. 3 указаны заправочные станции Западной Европы, реализующие СПГ в качестве моторного топлива. Для создания карты использовался картографический сервис Scribble maps³³. Единичный знак заправки обозначает точное расположение заправочной

³⁰ «Газпром газомоторное топливо» повышает эффективность объектов малотоннажного СПГ // Новости отрасли // ООО «Газпром газэнергосеть». 2017. URL: <http://www.gazpromlpg.ru/?id=33&news=3829> (дата обращения: 08.03.2019)

³¹ Verflüssigtes Erdgas – neue Energie für Schiff und LKW // Shell Deutschland. Перевод с немец. яз. Сжиженный природный газ - новая энергия для кораблей и грузовиков // Shell Германия. 2019. URL: https://www.shell.de/medien/shell-publikationen/shell-ling-studie/_jcr_content/par/toptasks.stream/1550153767627/ea33b94a155bb3723a4f93e1404ca49eea22135952e95207e843cb647e62d1da/ling-studie-web-red.pdf (дата обращения: 02.04.2019).

³² Газета № 207 (2931) (2611) // АО «Росбизнесконсалтинг». 2018. URL: <https://www.rbc.ru/newspaper/2018/11/26/5bf551d19a794705c3f0d95d> (дата обращения: 10.03.2019).

³³ Картографический сервис «Scribble Maps». 2019. URL: <https://www.scribblemaps.com/create> (дата обращения: 10.02.2019).

станции, а числовое значение означает количество заправок в данном районе, без привязки к границам стран.



Рисунок 3. Карта действующей заправочной инфраструктуры СПГ Западной Европы

Согласно техническим характеристикам седельных тягачей, работающих на СПГ (табл. 1) и карте заправок-СПГ Западной Европы (рис. 3) можно сделать вывод, что осуществление МАП из Калининградской области по направлениям стран Евросоюза является более приоритетным, что повысит некоторые показатели экономического развития региона. Калининград ежегодно должен обеспечивать от 0,2 до 1% экономического роста РФ. Данный показатель, необходимо выполнять и за счет устранения логистических ограничений при экспорте товаров с использованием автотранспорта [9].

К тому же Калининград вошел в состав городов международного проекта «Голубой коридор-2017» (рис. 4), предусматривающий организацию пробега автомобилей на природном газе с Санкт-Петербурга до Лиссабона (Португалия). Автопробег создан для популяризации использования природного газа на транспорте. Данный фактор подтверждает целесообразность использования техники, работающей на СПГ в грузовых перевозках из Калининградской области.

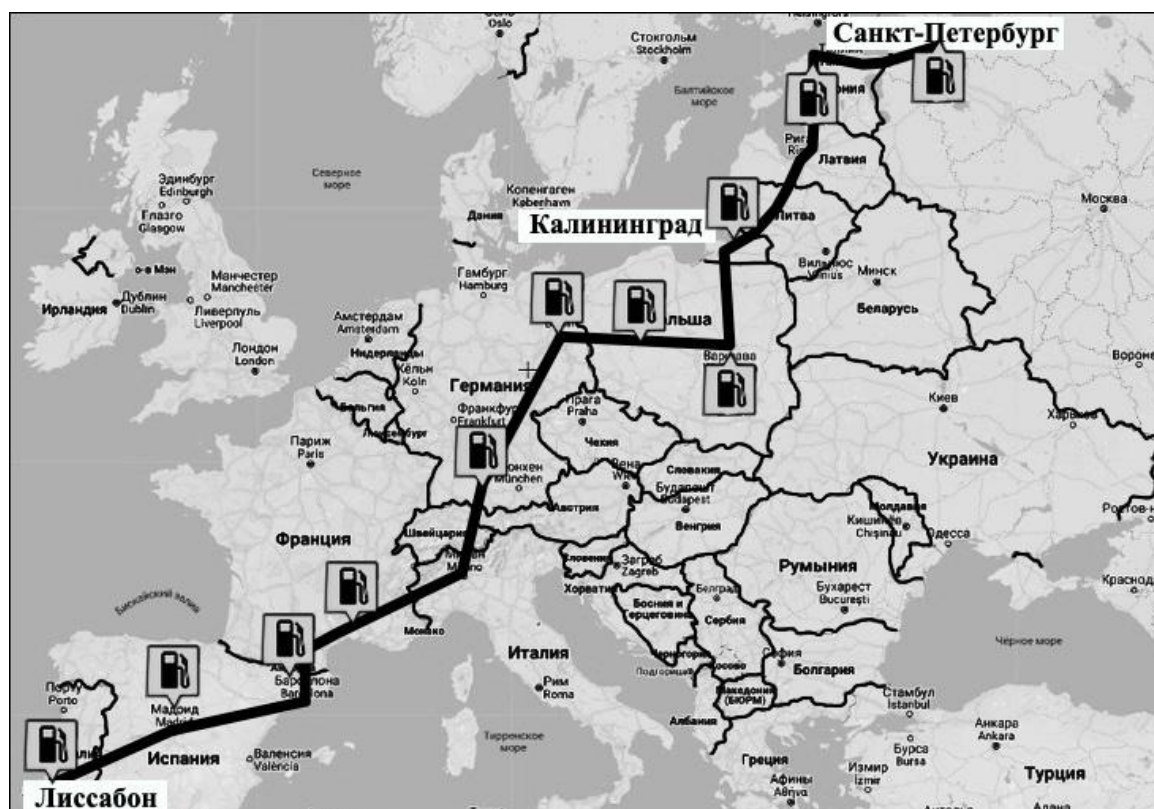


Рисунок 4. Международный проект: «Голубой коридор-2017»

Стоит учесть, что для транспортных компаний одним из основных показателей эффективности нового подвижного состава являются его экономические показатели эксплуатации. В России компании, занимающиеся автомобильными грузоперевозками, расходуют более 30% от общей суммы эксплуатационных издержек на покупку дизельного топлива.

Эффект экономии от использования природного газа достигается за счет стоимостной разницы дизельного топлива и СПГ при соразмерном среднем объеме расхода топлива [10]. Рыночная стоимость на дизельное топливо в России выросла более чем на 30% за период с 2014 - 2019 год (рис. 1). На природный газ цена выросла на 13%. Средняя цена СПГ в Европе 75-80 рублей³⁴, при этом дизельное топливо стоит более 110 рублей. Разница с дизтопливом составляет 32% соответственно; в России СПГ 14-18 рублей³⁵, дизтопливо 47 рублей, то есть меньше на 65-70% соответственно.

Руководство ООО "Газпром газомоторное топливо" в январском интервью 2019 года отметил, что цена на СПГ не поднимется выше 50% от стоимости дизельного топлива. Данные

³⁴ Map of Cng and Lng stations in Europe. Перевод с англ.яз. - Карта заправочных станций КПГ и СПГ в Европе. 2019. URL: <http://cng-europe.com/lng-gnl-terminals-europe/> (дата обращения: 08.02.2019).

³⁵ Автомобильное топливо «EcoGas». 2018. URL: <http://eco-gas.ru> (дата обращения: 10.02.2019).

показатели сдерживаются, для того, чтобы сократить транспортные затраты компаний, тем самым увеличив их доход, а следовательно и налоговые отчисления. Дополнительно появятся новые стимулы для роста экономики страны.³⁶

Для комплексной оценки эффективности применения природного газ в качестве моторного топлива в современных экономических условиях был произведен расчет расхода топлива на примере маршрута: «Калининград – Берлин – Калининград». Общая протяженность маршрута составляет 1260 км. Для сравнения экономических показателей был добавлен условный дизельный тягач с расходом топлива в 36 л./100 км. Итоги расчета представлены в таблице 2. Для расчета использовалась цена топлива на январь 2019 года.

Таблица 2

Данные расхода топлива на маршруте: «Калининград – Берлин - Калининград»

Наименование показателя	Вид топлива	Ед. изм.	Volvo FH LNG	IVECO Stralis NP 460 LNG	Scania G340 LNG	Дизельный тягач
Количество топлива	СПГ	л.	653	470	545	-
	ДТ	л.	35	-	-	500
Стоимость	-	Руб.	16920	6005	8338	21641

На основании данных расчетов можно констатировать, что некоторые модели седельных тягачей, работающих на СПГ экономичнее дизельных аналогов по расходу топлива в 2-3 раза. Данный показатель, получается, из-за возможности преодолеть весь маршрут рейса на одной заправке топливного бака и разницы в стоимости топлива.

Анализируя экономическую эффективность седельных тягачей, работающих на СПГ необходимо рассмотреть статью расходов - ремонт, связанный с заменой деталей. Использование природного газа в качестве топлива для двигателей внутреннего сгорания снижает интенсивность коррозии и износа деталей по сравнению с дизельным топливом или бензином. Данный эффект вызван тем, что газ не вымывает пленку моторного масла с внутренних стенок цилиндра двигателя при холодном пуске. Моторы, работающие на природном газе, по статистике производителей проходят на 20% больше, чем дизельные [11]. Срок службы свечей увеличивается на 40%, а расход моторного масла уменьшается на 10-15%³⁷.

Стоит отметить, что срок окупаемости капитальных вложений на приобретение модели магистрального тягача, работающего на СПГ, составляет от 3 до 6 лет [12], что равносильно сроку окупаемости дизельного аналога.

³⁶ Интервью с Михаилом Лихачевым, главой ООО "Газпром газомоторное топливо" // Новости // Официальный оператор RCC.ru — ЗАО «КРЕОН ЭНЕРДЖИ». 2019. URL: <http://rcc.ru/article/mihail-lihachev-glava-quot-gazprom-gazomotorное-toplivoquot-cherez-chetyre-goda-srednyaya-zagruzka-agnks-vyrastet-s-tekuschih-27-do-70-67214#astart> (дата обращения: 13.03.2019).

³⁷ Использование природного газа на транспорте // motusvita.ru. 2018. URL: <https://motusvita.ru/use-of-natural-gas-in-transport-gas-engine-fuel-will-there-be-a-real-balance-change/> (дата обращения: 08.01.2019).

Дополнительным положительным экономическим фактором использования СПГ в качестве моторного топлива является невозможность провести несанкционированные изъятия природного газа из топливного бака. При использовании автомобилей, работающих на дизельном топливе или бензине, по оценкам руководителей транспортных компаний 5% от общего количества заправленного топлива пропадает из-за краж или мошеннических действий. При стандартных показателях расхода в год, автомобиль на дизельном топливе тратит 56 000 литров, а 5% от этого показателя составляет около 135 тысяч рублей.

Грузовые автомобили, работающие на СПГ на 1/3 раза экономичнее дизельных моделей, если маршруты перевозки пролегают по территории Европы. По результатам исследования компании Fiat Powertrain Technologies³⁸ общая стоимость владения подвижным составом, работающего на дизельном топливе составляет 0,42 €/км, а у его аналога на СПГ - только 0,28 €/km ³⁹ . Использование СПГ на транспорте - это решение приоритетной государственной задачи по переводу транспорта на газомоторное топливо [13] и одновременно максимальная прибыль для транспортной компании, учитывая низкую стоимость природного газа, государственное субсидирование.

Калининградская область имеет перспективную экономическую специализацию, такую как транспортировка [14] и с учетом географического расположения необходимо развивать инструменты по повышению конкурентоспособности автомобильных грузоперевозчиков на международном рынке. Реализация предложений, рассмотренных в статье, а именно обновление парка подвижного состава калининградскими перевозчиками в пользу автотранспортных средств, использующих СПГ в качестве топлива, повысит показатели экономического развития региона в сфере МАП.

Библиографический список

1. Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года. Распоряжением Правительства Российской Федерации от 13 февраля 2019 г. № 207-р. стр. 28.
2. Arteconi A., Polonara F. LNG as vehicle fuel and the problem of supply: The Italian case study. Energy Policy, 2016, No. 62, P. 503–512.
3. Новая техника на СПГ. Транспорт на альтернативном топливе № 5 (53), 2016. стр. 69-71.

³⁸ Официальный интернет-сайт компании FPT Industrial S.P.A. a brand of CNH Industrial Via Puglia, 15 10156 Turin – Italy. 2019. URL: <https://www.fptindustrial.com/global/en> (дата обращения: 04.03.2019).

³⁹ 11th NGV Rally BLUE CORRIDOR-2017 Iberia – Baltia.// Новости // gazpronin.ru. 2017. URL: http://gazpronin.ru/BC2017_Media-Guide.pdf (дата обращения: 24.02.2019).

-
4. Пронин Е.Н. Итоги и планы // gazpronin.ru. 2018. URL: http://gazpronin.ru/20181224_Results_Plans.pdf (дата обращения: 01.02.2019).
 5. Кондратенко. С.Е. Газомоторное топливо. Перспективы применения сжиженного природного газа в качестве моторного топлива в России. Газовая промышленность №4, 2017. стр. 76.
 6. О вопросах ценообразования на рынке сжиженного природного газа, Постановление правительства Российской Федерации от 30 ноября 2018 года №1442.
 7. Метан, СПГ, КПГ // Журнал "Gasworld Россия и СНГ". Сентябрь - Октябрь 2016. Выпуск № 51.
 8. European CNG & LNG stations maps. The Natural & bio Gas Vehicle Association (NGVA Europe). 2019. URL: <http://www.ngva.eu/stations-map/> (дата обращения: 09.01.2019).
 9. Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года. стр. 2, 11.
 10. Грязнов М.Б. Применение газомоторного топлива в Российской Федерации: проблемы и перспективы, Вестник Финансового Университета, 2013. с. 21 – 31.
 11. Сжиженный природный газ (LNG) как автомобильное топливо // Автомобильный онлайн журнал «Автоновичёк». 03.11.2017. URL: <http://avtonov.info/szizennj-prirodny-gaz-lng> (дата обращения: 19.01.2019)
 12. Пронин Е.Н. СПГ на автотранспорте Европы, Транспорт на альтернативном топливе, 2017. стр. 66-75.
 13. Перечень поручений по итогам совещания по вопросу расширения использования газа в качестве моторного топлива // Документы // Администрация Президента России. 2018. URL: <http://kremlin.ru/acts/assignments/orders/57402>
 14. Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года. стр. 35.

СЕКЦИЯ 5. МАРКЕТИНГ

УДК 33

Коробейник А.А., Жук А.Н. Маркетинговые особенности туристического продукта г. Пятигорска

Marketing features of tourist product of the city of Pyatigorsk

Коробейник Анна Александровна,

Жук Алина Николаевна,

Ставропольский государственный аграрный университет

Научный руководитель:

Агаларова Е.Г., к.э.н., доцент кафедры экономической теории и экономики АПК,

Ставропольский государственный аграрный университет

Korobeynik Anna Aleksandrovna,

Zhuk Alina Nicolaevna,

Stavropol State Agrarian University

Scientific adviser: Agalarova E.G., PhD,

Associate Professor of economic theory,

Stavropol State Agrarian University

***Аннотация.** В статье рассматриваются особенности туристического продукта в городе Пятигорск, а также проблемы маркетинговой деятельности этого города.*

***Ключевые слова:** маркетинг, город, туристический продукт, история территории.*

***Abstract.** This article discusses the features of the tourist product in the city of Pyatigorsk, as well as the problems of the marketing activities of this city.*

***Keywords:** marketing, city, tourist product, history of the territory.*

Крупные и малые исторические города России традиционно насыщены большим количеством культурных брендов, которые становятся благодатной основой для формирования туристского продукта. Каждый культурный бренд включает в себе определенный сегмент художественного пространства, который может быть представлен туристам в форме увлекательного рассказа, ставшего прообразом сформированного на его основе туристского продукта. Художественное пространство всегда передает образ времени и преподносится в определенном жанре, формируя идею создаваемого туристского продукта. Обобщая и систематизируя уже имеющиеся в настоящее время методические и технологические подходы к формированию туристских продуктов на основе использования культурно-исторического пространства в сочетании с временными параметрами, можно отметить, что сложилась целая линейка жанров, к которым можно отнести следующие: ландшафтную историю, историческую прогулку, литературную экскурсию.

Рассмотрим использование указанных жанров при формировании туристских и экскурсионных продуктов в рамках культурно-исторического пространства города Пятигорска.

Ландшафтная история территории – представляет собой последовательный рассказ о развитии территории с точки зрения особенностей освоения и специфики использования природного и культурно-исторического ландшафта. Таким образом, история территории включает и историческую прогулку, и литературную экскурсию. Ниже представлена таблица, где выделены основные этапы развития городского туристического продукта.

Таблица 1

Этапы развития туристического продукта г. Пятигорска

Этапы	Описание
1 этап (1789г.)	Основание Пятигорска, начало научных исследований
2 этап (1822г.)	Прибытие генерала А.П.Ермолова, начало городского строительства
3 этап (1900г.)	Открытие гидропатического заведения
4 этап (1920г.)	Создание Бальнеологического института

Так, в 1789 г. по указу Екатерины Второй начинается строительство крепости Горячие Воды, которое позже станет именоваться Пятигорском. В скором времени Пятигорье начинают посещать известные ученые, путешественники, писатели. Одним из первых, кто посетил эту местность был П.Памас, он составил подробное описание Горячей воды с ее источниками, а также провел научное исследование источника Нарзан и Провал. Эти природные источники стали привлекать все больше медиков, ученых, и после продолжительных исследований, Александр Первый присвоил им государственное значение.

С прибытием генерала А.П.Ермолова в город, начинается активное благоустройство. В 1822 по распоряжению Ермолова была учреждена особая строительная комиссия и приглашены архитекторы братья Джузеппе и Джованни Бернардацци. Им принадлежат такие великолепные творения, как казенная гостиница (Ресторация), Николаевские ванны (Лермонтовские), офицерский дом для бедных офицеров (курортная поликлиника). Ими устроен цветник, Емануелевский парк, Казенный сад, грот Дианы, беседка Золова арфа, проложена дорога до вершины горы Машук. Все эти здания настоящее произведение искусства, которое в настоящее время находится в ветхом состоянии, а что-то и вовсе разрушено и давно забыто.

Такие известные художественные деятели как Л.Н.Толстой и М.Ю. Лермонтов, были частыми гостями Пятигорска. У подножия горы Машук состоялась дуэль, между великим русским поэтом М. Ю. Лермонтовым и Н. С.Мартыновым. М.Ю. Лермонтов был убит, а его имя теперь навечно связано с Пятигорском. Место дуэли и памятник поэту теперь являются туристическим маршрутом, ради которого люди приезжают со всей страны, а также из-за границы. Также, на территории города находится уникальный государственный музей заповедник М. Ю. Лермонтова, позволяющий увидеть обстановку и сохранившийся в первозданном состоянии дом, где прожил свои последние месяцы великий русский поэт.

В 1900 г. в Пятигорске было открыто гидропатическое заведение, при Ново-Сабанеевских ваннах оборудован элетро-световой лечебный кабинет, а в Казенном саду было выстроено здание химической лаборатории. В это время была построена Лермонтовская галерея, которая стала лучшим украшением Николаевского цветника, разбиты новые парки, значительно увеличен дебит минеральной воды. В 1914 году была построена Романовская грязелечебница, процедуры, которые в ней проводились, были эффективней, чем за границей.

В 1920 году в Пятигорске был основан Бальнеологический институт с клиникой. В штат сотрудников вошли такие выдающиеся профессора как В.А. Александров, В.В. Владимирский, Е.А. Ларин, А.И. Огильви, Н.Н. Славянов, А.А. Лозинский и многие другие. Подобных институтов в то время ни у нас в стране, ни за границей не было. В четырех клиниках Бальнеологического института, организованных в каждом городе-курорте, в его лабораториях развернулись широкие экспериментальные и клинические исследования, позволившие начать детальное изучение лечебного действия различных типов минеральных вод на организм человека. Уже через несколько лет институтом были даны первые научно обоснованные методики курортного лечения больных с различными заболеваниями. Поэтому, одновременно с проведением лабораторных исследований, началось строительство санаторно-курортных комплексов.

Город Пятигорск уже более трех веков привлекает множество любителей лечения минеральными водами, да и вообще отдыха на фоне потрясающих видов, возвышающихся возле города горных массивов. С города открывается удивительная панорама на Главный кавказский хребет.

Такое расположение города, а также наличие прямо на территории города источников целебных минеральных вод, пробивающихся через каменистые породы, сделало город очень популярным у туристов, так как здесь можно не только отдохнуть и полечиться минеральной водой, но и отправиться в путешествие по горным маршрутам.

Достопримечательности Пятигорска многочисленны. Благодаря фильму «12 стульев» озеро «Провал» стало популярным. Это удивительное творение природы, выточившей достаточно большую пещеру на дне которой, как бы в провале, располагается два соленых минеральных озера, по приданиям способных излечить любую болезни у тех, кто искупается в озерной воде.

В настоящее время органы власти поддерживают деятельность таких памятников как «Провал» и место дуэли М.Ю. Лермонтова. Но не уделяется никакого внимания туристическим маршрутам. Можно разработать множество маршрутных линий, благодаря которым туристы посетили бы памятные места истории развития города, исследования минеральных источников. Восстановив все лечебные учреждения, которые создавались еще в прошлом веке, можно дать городу вторую жизнь. Люди будут приезжать не на один день, т.к. больше в

городе без достаточной инфраструктуры и отсутствия мест культурного и туристического отдыха делать будет нечего.

Поэтому, пиар-компания города должна быть направлена:

- 1) на облагораживание территории;
- 2) на создание мест общественного питания, где открывались бы красоты Кавказского Хребта, Машука и Эльбруса;
- 3) провести реконструкцию древнейших лечебных учреждений, где отдыхали и лечились царская семья Романовых, известные медики, писатели и поэты, выдающиеся полководцы.

Некоторые учреждения оставить как музеи, а остальным вернуть былую жизнедеятельность. Таким образом, продвижение туристического продукта города Пятигорска – это:

- 1) история развития;
- 2) экология города;
- 3) лечебные учреждения;
- 4) природные источники;
- 5) памятники культуры.

Таким образом, город Пятигорск имеет огромное наследие, которое необходимо развивать и поддерживать. Однако, на мой взгляд, существует проблема муниципального и государственного управления. На протяжении последних двадцати лет город-курорт нуждается в финансировании, маркетинговом продвижении, а также реформировании системы ценностей культурного наследия.

Библиографический список

1. Skorobogatykh I., Malova D., Musatova Z., Agalarova E. Marketing management of sustainable development of territories in Russia // American Journal of Applied Sciences. 2016. Т. 13. № 2. С. 152-162.
2. Агаларова Е.Г. Маркетинговый подход к управлению территориальными образованиями // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2009. № 6.
3. Агаларова Е.Г., Антонова И.Ю. Конкурентные преимущества и позиционирование региона / В сборнике: Актуальные проблемы социально-экономического развития СКФО. Ставропольский государственный аграрный университет. 2015. С. 6-10.
4. Агаларова Е.Г., Косинова Е.А. Брендинг инструмент повышения конкурентоспособности территории / В сборнике: Стратегия устойчивого развития: актуальные вопросы и тенденции 2013. С. 4-7.
5. Региональная модель развития: детерминанты экономики и маркетинга / Агаларова Е.Г., Аливанова С.В., Алтухова Л.А., Антонова И.Ю., Беликова И.П., Богданова С.В., Горлов С.М., Довготько Н.А., Еременко Н.В., Ермакова А.Н., Ермакова Н.Ю., Казарова А.Я., Коршикова М.В., Кочергин А.В., Косинова Е.А., Кriuлина Е.Н., Лазарева Н.В., Левушкина С.В., Медведева Л.И., Пономарева Е.А. и др. Ставрополь, 2014.

СЕКЦИЯ 6. МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 33

Лулева А.Ю. Инновации кадровой политики на предприятии

Innovation personnel policy in the enterprise

Лулева Ангелина Юрьевна,

Магистрант,

Российский государственный гуманитарный университет

Luneva Angelina Yurievna,

Master student

Russian State University for the Humanities

Аннотация. Для современной экономики характерна высокая скорость изменений. Эти изменения влияют на деятельность организации. Поэтому успех и долгосрочная устойчивость предприятий во многом определяется способностью его адаптации к ускоряющейся и усложняющейся динамике изменений, происходящих во внутренней и внешней среде функционирования, что требует приспособления к этой среде. Человеческий фактор играет важную роль в деятельности организации. От руководителей требуется эффективное управление, а точнее эффективная кадровая политика. Правильно выбранная кадровая политика способствует реализации стратегических целей предприятия.

Ключевые слова: кадровая политика, инновация, мотивация.

Abstract. The modern economy is characterized by a high rate of change. These changes affect the activities of the organization. Therefore, the success and long-term sustainability of enterprises is largely determined by its ability to adapt to the accelerating and increasing complexity of the dynamics of changes occurring in the internal and external environment of operation, which requires adaptation to this environment. The human factor plays an important role in the activities of the organization. Managers are required to manage effectively, or rather to have an effective personnel policy. Properly selected personnel policy contributes to the implementation of strategic goals of the enterprise.

Keywords: personnel policy, innovation, motivation.

По определению, кадровая политика организации – «это целостная и объективно обусловленная конкурентоспособностью организации система работы с персоналом, объединяющая различные формы, методы и модели кадровой работы и имеющая целью создание сплоченного, ответственного и высокопроизводительного коллектива, способного адекватно реагировать на постоянно меняющиеся требования внешней и внутренней среды». Выделяют следующие виды кадровой политики:

1. открытая – направленная на привлечение работников со стороны;
2. закрытая – сотрудники со стороны привлекаются только на низшие должности;
3. активная – соответственно стратегии организации в области управления персоналом;
4. пассивная – отсутствие какой-либо программы развития;

5. реактивная – предусматривает контроль над негативным состоянием, включает в себя разработку мер при решении проблем, связанных с кадровым планированием;

6. превентивная – предполагает наличие определенных прогнозов развития кадровой ситуации при отсутствии средств для влияния на них у компании.

Выделяют следующие задачи кадровой политики:

1.обеспечение компании высококвалифицированным персоналом с высокой квалификацией и мотивацией к работе;

2. эффективное использование навыков и опыта каждого работника и определение его потенциальных возможностей;

3.создание всех необходимых условий для удовлетворения потребностей персонала;

4.мотивировать работников к сохранению благоприятного климата на предприятии;

5. поддерживать интерес к общей цели среди работников.

Наиболее важной задачей кадровой политики, считается постоянное и всестороннее развитие кадров с учетом интересов каждого рабочего. Важным аспектом являются экономические стимулы, которые заставляют персонал улучшать свои навыки и умения. Соответственно становится неотъемлемой частью управления кадрами скоординированная система оплаты труда работников. Поэтому для увеличения эффективности труда необходимо устанавливать справедливое вознаграждение за труд работников.

В целом кадровая политика нацелена на создание определенной системы работы с кадрами, ориентированной на получение социального и экономического эффекта. Существуют различные альтернативы реализации кадровой политики. Кадровая политика может носить как общий (в отношении предприятия), так и частный характер (основываясь на решении более узких задач на уровне подразделений, групп работников и категорий персонала). Кадровая политика формирует требования к рабочей силе на стадии найма, а также отношение к целенаправленному воздействию на развитие различных сторон занятой рабочей силы, отношение к внутрифирменному движению кадров.

Кадровая политика должна быть разработана в соответствии с корпоративной культурой компании, т.к. это положительно скажется на ее проведении. Основы кадровой политики, принципы работы с кадрами могут корректироваться в процессе деятельности. Это предполагает, что кадровая политика должна быть гибкой.

В последнее десятилетие на многих российских предприятиях утвердилось практика проведения мониторинговых исследований социально-эмоциональной сферы жизнедеятельности организации. В целях совершенствования кадровой политики в данной сфере диагностике и анализу подвергаются степень удовлетворенности персонала трудом, уровень его лояльности к организации, степени вовлеченности работников в дела предприятия. Полученная в ходе подобной оценки информация позволяет менеджменту организации и

сотрудникам службы управления персоналом разработать систему мероприятий, которые позволяют снизить кадровые риски предприятия, повысить эффективность кадровой политики.

Для повышения уровня удовлетворенности трудом необходимо принятие решений именно в данных элементах кадровой политики. Улучшение организации труда предполагает налаживание коммуникаций между подразделениями, улучшение их взаимодействия, формирование системы вертикальных коммуникаций и систем обратной связи. Корректировка существующей кадровой политики должна осуществляться по следующим направлениям: совершенствование системы оплаты труда; улучшение информированности персонала о происходящем в компании посредством привлечения внимания сотрудников к корпоративному сайту и многотиражке; создание у сотрудников ощущения их важности, значимости, незаменимости для организации через формирование бережного отношения к собственному персоналу.

Инновационные изменения в системе управления персоналом

Новая система управления персоналом должна учитывать и компилировать потребности в кадрах, которые способны формировать, монтировать и использовать инновации. Во-первых, для инновационного развития необходимо присутствие специального персонала, способного генерировать инновационные мысли. Помимо этого, только в современной рыночной конкурентной атмосфере могут быть внедрены такие инновационные идеи.

Кадровые инновации (нововведения в кадровом менеджменте или инновационный кадровый менеджмент) рассматривается в наше время как подсистема общей системы управленческих инноваций в организации.

Инновации в системе управления персоналом, можно расположить на основе центральных процессов персонал-менеджмента:

- методы формирования персонала (кадровый маркетинг, case-интервью, тестировка, headhunting, интервью по компетенциям, e-recruitment и др.);
- методы оценки и проверки знаний персонала (assessment-центр, метод «360 градусов», coaching и др.);
- методы высвобождения персонала (лизинг персонала, outsourcing, outstuffing и др.);
- методы работы с персоналом на текущий момент (грейдинг персонала, стресс-менеджмент, управление конфликтами и др.);
- методы обучения и модернизации персонала (coaching, teambuilding, ролевые и деловые игры, управление знаниями и др.)

Одним из эффективных способов активизации текущей инновационной активности персонала, являются инновационные площадки, которые обеспечивают возможность передачи информации о настоящих разработках. Кроме того, есть возможность внедрения инноваций, включая поиска финансирования и построения рабочих групп в рамках сотрудничества и взаимодействия на инновационной площадке.

Инновация для предприятия реализуется следующим образом. Необходимо создать «Биржу идей» — это единый механизм работы с инновационными и рационализаторскими предложениями, выполненный в форме раздела корпоративного портала. Данный проект необходимо запустить сначала на внутреннем портале предприятия, а затем и на внешнем портале для клиентов. Любой сотрудник может зайти в «Биржу идей» и поместить там свою инновацию. После этого группа специально отобранных экспертов ее рассматривает. Авторы тех идей, которые признаны успешными и будут использованы в работе предприятия, получают вознаграждение, соответствующее 10% от будущего экономического эффекта от его внедрения.

Инновационные разработки в системе управления персоналом:

1. «Корпоративный университет» – определенная система обучения работников, которая подразумевает использование традиционных форм бизнес-образования.
2. «Карьерный портал» – представляет собой интернет-ресурс, в котором каждому сотруднику предоставляется возможность пробовать себя в веб-тестах и веб-играх. Для разных категорий пользователей могут быть сформированы информационные разделы, блоги и сообщества.
3. «Виртуальная школа» – это внутренний портал компании, где сотрудники фирмы способны обучаться в режиме онлайн (использовать дистанционные программы, участвовать в вебинарах и деловых играх и, выслушивать лекции специалистов и т.д.).
4. «Социальная карта сотрудника» – программа мотивации, при которой сотрудникам начисляются на виртуальный счет определенные бонусы, величина которых зависит от должности сотрудника и его разработок. В течение года сотрудник способен выбирать и отмечать наиболее передовые для него льготы, учитывая заранее установленную дифференциацию их стоимости и др.

В современных условиях инновационного развития появляются новые подходы к мотивации персонала. Старые методы мотивации оказываются неэффективными. Особенностью инновационного подхода к мотивации персонала является то, что его задачей является построение системы, соответствующей реализации всего комплекса организационных целей компании.

При внедрении следующих инновационных методов стимулирования персонала мы сможем добиться:

1. Экономические стимулы всех типов. Одним из инновационных методов является аналитическая система оплаты труда. Ее особенностью считается дифференцированная оценка в базах сложности выполняемой работы с учетом квалификации исполнителя, физических усилий и условий труда. Чтобы понять релятивную ценность каждой работы, каждого должностного положения, а также, помогает определить «рыночную стоимость» должности и построить объективную, справедливую систему оплачивания труда, понизить текучесть кадров, сделать оптимальным численность персонала.

2. Управление по целям. Предполагается, что у работника есть определенные, связанные с деятельностью организации, достижение которых автоматически приводит к повышению заработной платы или другому поощрению. Новым методом управления персоналом может быть нетрадиционная компенсация, включающая в себя плату за результаты и знания, премирование работников за увеличение объема условно чистой продукции в расчете на одну единицу заработной платы, премирование работников за сэкономленное рабочее время в человеко-часах, вознаграждение за продолжение образования, премии за рационализаторские предложения.

Библиографический список

1. Маслова В.М. Управление персоналом: учебник и практикум для академического бакалавриата / В.М. Маслова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 492с.
2. Коробко В. И. Теория управления: учебное пособие для обучающихся (для укрупненной группы специальностей 080000/38.00.00 "Экономика и управление") / В. И. Коробко. – М.: Издательство Московского гуманитарного университета, 2014. – 412 с.
3. Хазанова Д. Л. Управление персоналом коммерческой организации: учебное пособие / Д. Л. Хазанова, М. А. Блюм, Д. Н. Малышев. – Тамбов: Изд-во ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2013. – 112с.
4. Одегов Ю. Г. Кадровая политика и кадровое планирование: учебник и практикум для академического бакалавриата / Ю.Г. Одегов, М.Г. Лабаджан. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 444 с.
10. Агакеримова Ф. Т. Кадровая политика как фактор удовлетворенности трудом персонала // Экономика, управление, финансы: материалы VII Междунар. науч. конф. (г. Краснодар, февраль 2017 г.). – Краснодар: Новация, 2017. – С. 76-78.
5. Хасанов И.И. Совершенствование кадрового планирования в организации // Символ науки. 2015. № 4. С. 133-135.
6. Долженко Р.А. Инновации в системе управления персоналом организации // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. 2013. №1 (99). С. 149-153.
7. Шубина Н.А. Материальное и нематериальное стимулирование труда: организационный опыт и общественное мнение // Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки: сб. ст. по мат. XXIII междунар. студ. науч.-практ. конф. № 8(23). URL: [http://sibac.info/archive/economy/8\(23\).pdf](http://sibac.info/archive/economy/8(23).pdf) (дата обращения: 04.06.2018)
8. Долженко Р.А. Инновации в системе управления персоналом организации // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. 2013. №1 (99).

СЕКЦИЯ 7. ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

УДК 33

Арсланова З.А., Ровенский Ю.А. Современные особенности банковского кредитования реального сектора экономики

Modern features of bank lending to the real economy

Арсланова З.А.

РЭУ им. Г.В. Плеханова

Научный руководитель: **Ровенский Ю.А.**

д.э.н., профессор

кафедра Финансовые рынки

РЭУ им. Г.В. Плеханова

Arslanova Z.A.

REU them. G.V. Plekhanov

Scientific adviser: Yu.A. Rovensky

Doctor of Economics, Professor

Department of Financial Markets

REU them. G.V. Plekhanov

Аннотация. С развитием в нашей стране рыночных отношений, появлением предприятий различных форм собственности (как частной, так и государственной, общественной) особое значение приобретает проблема четкого правового регулирования финансово-кредитных отношений субъектов предпринимательской деятельности. У предприятий всех форм собственности все чаще возникает потребность привлечения заемных средств для осуществления своей деятельности и извлечения прибыли. Наиболее распространенной формой привлечения средств является получение банковской ссуды по кредитному договору.

Ключевые слова: банковский кредит, кредитор, функции кредита, кредитная система.

Abstract. With the development of market relations in our country, the emergence of enterprises of various forms of ownership (both private and public, public), the problem of a clear legal regulation of financial and credit relations between business entities takes on particular importance. Enterprises of all forms of ownership increasingly need to attract borrowed funds to carry out their activities and make a profit. The most common form of raising funds is to obtain a bank loan under a loan agreement.

Keywords: bank loan, lender, credit functions, credit system.

Развитие рыночных отношений, появление новых частных и государственных предприятий в современных условиях оказывает немаловажное влияние на развитие всего государства, в частности на появление проблем в сфере четкого правового регулирования финансово – кредитных отношений субъектов предпринимательской деятельности. Так осуществление деятельности предприятий неразрывно связано с привлечением заемных средств, для и происходит использование банковских ссуд по кредитным договорам.

Кредит – такой вид экономических отношений между заемщиком и кредитором, который фиксируется документально, когда свободная сумма выдается по определенному условию (залог), под определенные проценты[9, С.11]. Участниками данных отношений выступают кредитор и заемщик. Они являются главными субъектами кредитных отношений.

Кредитор – лицо, передающее материальные средства во временное пользование, тогда заемщик – лицо их получающее. человек, Основная задача заемщика – заключается в своевременном возврате кредита. [3, С.377].

Специфические условия, на которых предоставляется кредит, составляют основные принципы кредитования (рис.1).

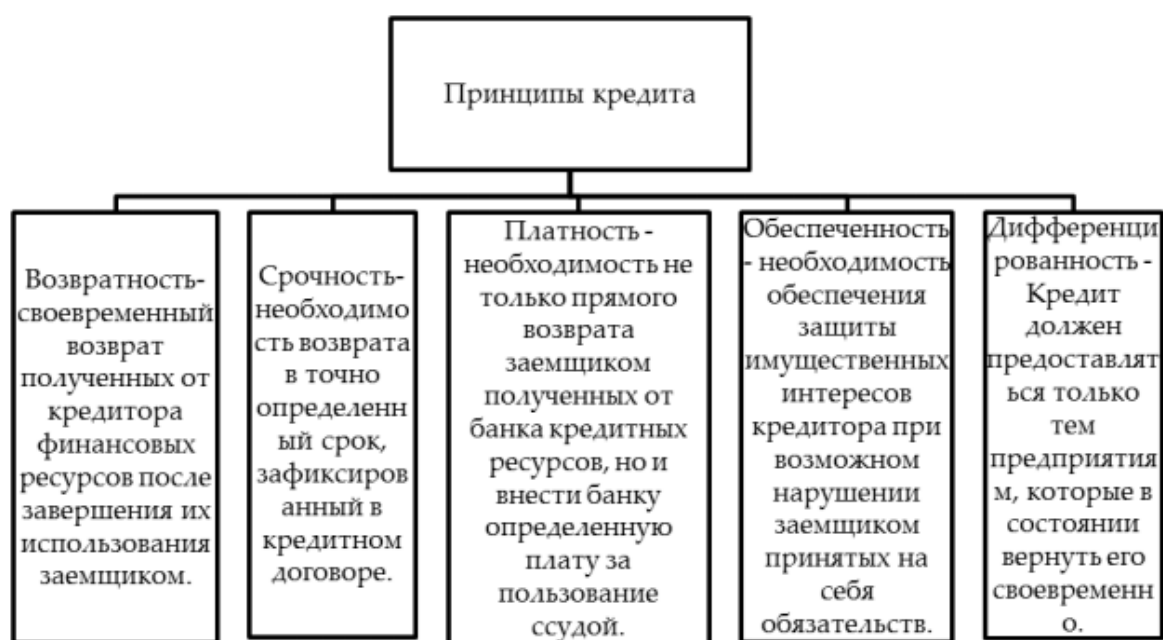


Рисунок 1. Основные и дополнительные принципы кредита

Эффективность системы пользования заемными средствами проявляется посредством возложенных на нее функций, на основании которых и определяется экономическая сущность кредита (табл.1).

Таблица 1

Функции кредита

Функции	Основные черты
1	2
Перераспределительная функция	Кредиты позволяют перераспределять денежных средств между различными фирмами, районами и отраслями.
Эмиссионная функция	Благодаря кредитам действительные деньги могут заменяться кредитными, такими как банкноты, кредитные операции (безналичные расчетные).
Контрольная функция	Кредит позволяет осуществлять контроль за целевым и выгодным использованием средств. Причем люди, не эффективно использующие свои деньги в роли кредита, могут достигнуть больших убытков в результате обесценивания капитала. В то же время заемщики, неэффективно использующие выданный кредит, может прийти к несвоевременной уплате кредита, что в конечном итоге приводит к разорению и банкротству.
Регулятивная функция	Центральный банк России регулирует объем кредитных денег, функционирующих в какой-то конкретный промежуток времени. Кроме этого именно Центральный Банк имеет право на определение минимально уровня процент кредита, выдаваемый банками.

Исходя из представленных в таблице 1 данных, можно сделать вывод, что в основе сущности кредита положены грамотно построенные отношения, возникающие между кредитором и заемщиком, базирующихся на взаимовыгоде. При этом каждому из участников данного процесса кредитования принадлежит особое место.

Стоит отметить, что в кредитную систему Российской Федерации входят: Центральный банк РФ, коммерческие банки и иные кредитно-расчетные центры (в случае двухуровневой банковской системы)[4, С.96].

На сегодняшний день Центральным банком РФ могут быть представлены такие виды кредитов, как овернайт, ломбардные и внутридневные кредиты.

Рассмотрим каждый из них более подробно.

Однодневный расчетный кредит (overnight) — денежные средства, которые Центральный банк может выдать другой кредитной организации для выполнения определенных операций. Основная цель таких кредитов поддержание и регулирование ликвидности банковской системы в пределах общего объема выдаваемых кредитов, которую определяет Банк России.

Кредиты по залогу также имеют свою классификацию на внутридневные кредиты. Такой кредит может быть погашен за счет текущих поступлений на корреспондентский счет банка или переоформляется в конце данного дня в кредит овернайт[7, С.145]. Основная цель выдачи данного кредита - реализация коммерческим банком расчетов в конце операционного дня путем зачисления на его корреспондентский счет суммы кредита и списания средств с его корреспондентского счета по исполненным платежным документам, находящимся в расчетном подразделении Банка России[11, С.66].

Еще один из видов кредита – ломбардный. Применение ломбардного кредита связано с предоставлением ссуд под залог депонированных в банке ценных бумаг. В узком понимании данный вид кредита предполагает краткосрочный кредит, предоставляемые Центральным банком кредитным организациям под залог.

Рассматривая другие виды кредита в России, следует назвать следующие (рис.2):

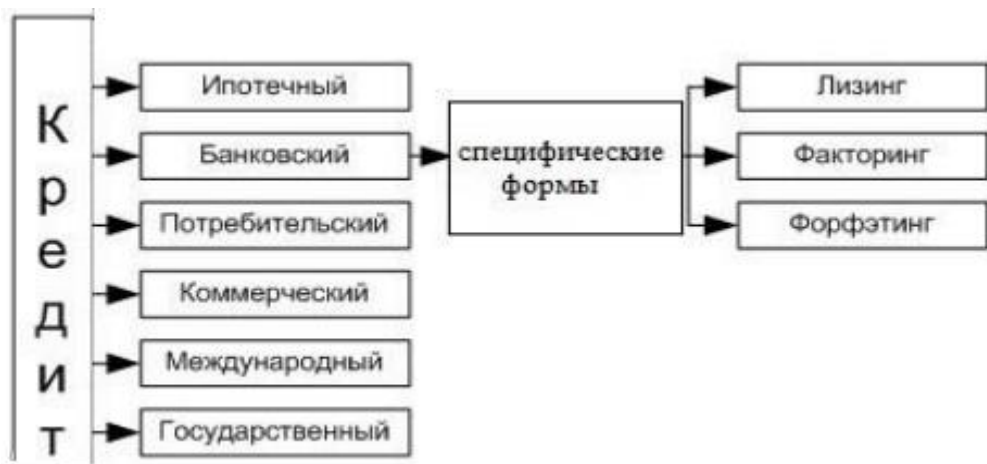


Рисунок 2. Виды кредитов

Государственный кредит – совокупность денежно-кредитных отношений, при которых в качестве кредиторов и заемщиков могут выступать различные государственные субъекты. При дефиците бюджетных средств или при их недостатке заемщиком денежных средств может быть государство, посредством их привлечения через облигационные займы. В лице государства заемщиком выступает министерство финансов соответствующего уровня власти. Являясь кредитором, государство осуществляет регулирование денежно-кредитных отношений в обществе в лице Центрального Банка.

Потребительский кредит. Основное отличие данного вида кредита проявляется в двух формах его предоставления: товарной и денежной. Основным заемщиком данного вида кредитования выступают физические лица, так как он ориентирован на решение потребительских вопросов. Причем основная цель заключается в расширении и увеличении производственной деятельности путем стимулирования потребления со стороны населения товаров и услуг.

Коммерческий кредит. Основная особенность данного вида кредитования – товарная форма, причем зачастую за счет отсрочки по платежу. Коммерческий кредит – частое явление в современных условиях развития экономики.

Ипотечное кредитование – это кредитование под залог недвижимого имущества, используемого в качестве обеспечения возвратности кредитных средств [5, С.262].

Банковский кредит – на сегодняшний день это основной и самый распространенный вид кредита. Кредитором может быть банк либо другое учреждение, обладающее для этого специальной лицензией, выданной Центральным банком РФ. В качестве заемщика в данном случае может выступать любое юридическое или физическое лицо. Отличительная черта банковского кредита проявляется в том, что чаще всего банком используются не собственные, а привлеченные денежные средства.

Банковский кредит, в свою очередь, так же подразделяется на пассивный и активный. При пассивном банковском кредите банк выступает в качестве заемщика, а в первом в качестве кредитора. Банк имеет право на осуществление кредитных отношений, то есть брать и выдавать кредиты, в том числе и с другими кредитными организациями. Кредитные отношения возможны и с Центральным банком России в случае выполнения конкретных активных или пассивных функций. В такой ситуации применяется межбанковское кредитование. Если рассматривать другие предприятия, организации, учреждения и физические лица, то здесь отмечается несколько иной характер, так как банк в основном всегда принимает сторону, дающую кредит.

Инвестиционный кредит - это такая разновидность кредитования, средства которой ориентированы на совершенствование производственной сферы, ее расширение, в том числе и внедрение новых планов. Основная отличительная черта такого вида проявляется в его долговечности, тогда как выделение заемных средств непосредственно связано с решением конкретных задач, при этом возможна отсрочка долга [10, С.215].

Следовательно, предоставление кредита – один из наиболее распространенных на сегодняшний день ускорения оборачиваемости денежного капитала, что оказывает немаловажное влияние на функционирование национальной денежно-кредитной системы страны.

Библиографический список

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14- ФЗ (ред. от 29.06.2015) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.07.2015), дата обращения (27.05.2018)
2. Инструкция Банка России от 03.12.2012 N 139-И (ред. от 18.06.2015) "Об обязательных нормативах банков" (Зарегистрировано в Минюсте России 13.12.2012 N 26104) (дата обращения: 27.05.2018)
3. Громов Р.М. Понятие, функции кредита и его формы // Молодой ученый – 2015. – № 22. – С. 377 – 379
4. Дворецкая А. Е. Деньги, кредит, банки: учебник для академического бакалавриата / А. Е. Дворецкая. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 480 с.

5. Дышекова А. М. Государство и современное ипотечное кредитование. 2012 – С. 262–264.

6. Климович, В.П. Финансы, денежное обращение и кредит: учебное пособие / В.П. Климович. – Москва: Инфра-М, 2015. – 336с.

7. Катасонов В. Ю. Деньги, кредит, банки: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Ю. Катасонов [и др.] ; под ред. В. Ю. Катасонова, В. П. Биткова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2015. – 499 с. – (Серия : Бакалавр. Академический курс).

8. Комиссарова М.В. Существенные условия потребительского кредита // Банковское дело.-2016.- №1.- С. 62-69.

9. Лаврушин О.И. Банковское дело. Учебник / Под ред. О.И. Лаврушина - 2-е изд.,-М.: Финансы и статистика, 2016.- 477 с.

10. Носова Т.П., Порубель Т.В. Основные виды кредитов в Российской Федерации, их особенности и отличительные черты// XII международная научно-практическая конференция | МЦНС «НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ».- 2017. – С. 212-215.

11. Сорокин А.В. Общая экономика: бакалавриат, магистратура, аспирантура. Учебник - М.- Берлин Директ-Медиа, 2016 г. – 640 с.

Электронное научное издание

**Страны, регионы, отрасли и предприятия:
актуальные вопросы развития экономики, управления и финансов**

сборник научных трудов по материалам
X Международного экономического форума молодых ученых

15 апреля 2019 г.

По вопросам и замечаниям к изданию, а также предложениям к сотрудничеству
обращаться по электронной почте mail@scipro.ru

Подготовлено с авторских оригиналов



ISBN 978-0-359-61164-5

90000



Формат 60x84/16. Усл. печ. Л 3.8. Тираж 100 экз.

Lulu Press, Inc. 627 Davis Drive Suite 300

Morrisville, NC 27560

Издательство НОО Профессиональная наука

Нижний Новгород, ул. М. Горького, 4/2, 4 этаж, офис №1