

Издательский дом «Плутон»

Журнал об экономических науках «Бенефициар»

ББК Ч 214(2Рос-4Ке)73я431 УДК

378.001

**XXXVIII Международная научная конференция
«Современная экономика»**

СБОРНИК СТАТЕЙ КОНФЕРЕНЦИИ

25 марта 2019

Кемерово

СБОРНИК СТАТЕЙ ТРИДЦАТЬ ВОСЬМОЙ МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
«СОВРЕМЕННАЯ ЭКОНОМИКА»

25 марта 2019 г.

ББК Ч 214(2Рос-4Ке)73я431

ISBN 978-5-8807999-7-1

Кемерово УДК 378.001. Сборник докладов студентов, аспирантов и профессорско-преподавательского состава. По результатам XXXVIII Международной научной конференции «Современная экономика», 25 марта 2019 г. www.beneficiar-idp.ru / Редкол.:

П.И. Никитин - главный редактор, ответственный за выпуск.

Д.С. Лежнин - главный специалист центра кластерного развития ОАО «Кузбасский технопарк», ответственный за первичную модерацию, редактирование и рецензирование статей.

Л.Г. Шутько - кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики КузГТУ, ответственный за финальную модерацию и рецензирование статей.

Л. Л. Самородова - кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики КузГТУ, ответственный за финальную модерацию и рецензирование статей.

Е. Ю. Доценко - кандидат экономических наук, доцент кафедры политической экономии и истории экономической науки, Москва, Российский экономический университетим. Г. В. Плеханова, ответственный за финальную модерацию и рецензирование статей.

Долбня Николай Владимирович - доктор экономических наук, профессор ВАК, профессор Кубанского социально-экономического института.

Джумабеков Кудайберген Уразбаевич - кандидат экономических наук, доцент кафедры "Технологии и экология" Школы права и социальных наук АО "Университет "НАРХОЗ";

Арутюнян Ирэна Вазгеновна - кандидат технических наук, доцент, зав. кафедрой экономики, управления и информационных технологий, Университет Месроп Маштоц

Полесская Ольга Петровна - кандидат экономических наук, Брянский Государственный университет имени академика И.Г. Петровского (БГУ)

Садыралиев Жандаралы - кандидат экономических наук, и.о. доцента, Джалал-Абадский государственный университет.

А.О. Сергеева - ответственный администратор[и др.];

В сборнике представлены материалы докладов по результатам научной конференции.

Цель – привлечение студентов к научной деятельности, формирование навыков выполнения научно-исследовательских работ, развитие инициативы в учебе и будущей деятельности в условиях рыночной экономики.

Для студентов, молодых ученых и преподавателей вузов.

Издательский дом «Плутон» www.idpluton.ru e-mail:admin@idpluton.ru

Подписано в печать 25.03.2019 г.

Формат 14,8×21 1/4. | Усл. печ. л. 4.2. | Тираж 500.

Все статьи проходят рецензирование (экспертную оценку).

Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей.

Авторы статей несут полную ответственность за содержание статей и за сам факт их публикации.

Редакция не несет ответственности перед авторами и/или третьими лицами и организациями за возможный ущерб, вызванный публикацией статьи.

При использовании и заимствовании материалов ссылка обязательна

Оглавление

1. ПРИМЕНЕНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА В СИСТЕМЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ	3
Потапова Ю.О., Рябова Е.А., Сычева Е.А., Лушков С.А.	
2. ОЦЕНКА УРОВНЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ ОСНОВНЫХ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ В УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ	7
Фаюстова Т.О., Тарасова Е.А.	
3. ОЦЕНКА ФИЗИЧЕСКОЙ ДОСТУПНОСТИ ПРОДОВОЛЬСТВИЯ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ.....	11
Фаюстова Т.О., Тарасова Е.А.	
4. ВЕДОМСТВЕННЫЙ ФИНАНСОВЫЙ КОНТРОЛЬ В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ.....	14
Зоткин С.А., Толстоухова А.К.	
5. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ БЮДЖЕТНЫХ РАСХОДОВ.....	18
Коробкина С.И.	
6. РЫНОК СКЛАДСКОЙ ЛОГИСТИКИ В РОССИИ: ОЦЕНКА И ПЕРСПЕКТИВЫ	21
Росси В.Ф.	

Статьи XXXVIII Международной научной конференции «Современная экономика»

Потапова Юлия Олеговна
Potapova Julia Olegovna

Рябова Елена Анатольевна
Ryabova Elena Anatolyevna

Сычева Евгения Александровна
Sycheva Evgenia Alexandrovna

Магистранты Тульского филиала ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», направление «Экономика»

Лушков Сергей Александрович
Lushkov Sergey Aleksandrovich

Магистрант Тульского филиала ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», направление «Торговое дело»

УДК 339.198

ПРИМЕНЕНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА В СИСТЕМЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

APPLICATION OF INTERNET MARKETING TOOLS IN THE PRODUCT DISTRIBUTION SYSTEM AT THE ENTERPRISE

Аннотация: В статье рассматриваются наиболее значимые инструменты, применяемые в практике интернет-маркетинга, что обусловлено развитием рекламного бизнеса и усилением тенденций перехода рекламы в систему онлайн. Авторами приводится характеристика каждого из инструментов, имеющих свои особенности и которые при грамотном комбинировании позволят предприятиям достичь высоких результатов продаж и спроса на свои услуги.

Abstract: The article discusses the most significant tools used in the practice of Internet marketing, due to the development of the advertising business and the increasing trend of advertising transition to the online system. The authors provide a description of each of the tools that have their own characteristics and which, if properly combined, will allow enterprises to achieve high sales results and demand for their services.

Ключевые слова: инструменты, интернет-маркетинг, реклама, бизнес, продукция, сайт, аудитория, продажи, сервис

Keywords: tools, internet marketing, advertising, business, products, website, audience, sales, servic.

Современные экономические условия экономики определяют необходимость использования маркетинговой деятельности каждого предприятия как особый инструмент, способствующий повышению его конкурентоспособности. При этом в любой сфере деятельности, будь то производство кирпича, грузоперевозки, либо телекоммуникации, - руководство предприятия обязано удовлетворить потребности клиента, с максимальным учетом требований современного рынка. Актуальность рассматриваемой проблемы обусловлена тем, что охват потребителей на внутреннем рынке интернет-технологий возрастает с огромной скоростью. Причем наибольшее значение интернет-продвижение имеет для промышленных рынков, так как в основном большее количество промышленных покупателей все чаще самостоятельно занимаются поиском поставщиков товаров, услуг и т., прежде всего именно в Интернете. Именно это обстоятельство связано с необходимостью применения инструментов интернет-маркетинга, что даст возможность в большей степени повысить осведомленность потенциальных клиентов, как о производимой продукции, так и о деятельности самого предприятия, и прежде всего о возможности увеличения продаж. Напомним, что комплексный интернет-маркетинг – это вид деятельности, который направлен на привлечение и удержание клиентов с помощью Интернета. [1] Интернет, как важнейшая составляющая,

информационно-коммуникационных технологий, уже давно вошел в нашу жизнь и существенным образом её изменил [2].

Кроме того, данный аспект имеет и конкурентную практическую значимость, так как для российских специалистов промышленных предприятий, занимающихся маркетингом наиболее важен не «интуитивный выбор инструментария интернет-маркетинга, а более четкий и определенный подход, способствующий успешной интеграции компании в существующей онлайн-среде. Однако, практическое внедрение инструментов интернет-маркетинга в промышленные предприятия, естественно повлечет за собой необходимый пересмотр существующих на предприятии бизнес-процессов, методологических подходов к созданию системы внутреннего контроля и аудита маркетинговой деятельности [3], а также реорганизацию деятельности целых структурных подразделений, а в отдельных случаях – всей бизнес модели, что, очевидно, требует существенных инвестиций [4].

Таким образом, рассмотренные проблемы представляют собой основной барьер в деятельности промышленных предприятий для целей применения инструментария интернет-маркетинга, хотя преимущества в их применении не могут оспариваться. Так, например, в условиях применения вышеназванных инструментов маркетинга, предприятие начинает обладать определенной гибкостью и открытостью для покупателей, приобретает возможности для повышения качества и сервиса обслуживания.

Практика показала, что интернет-маркетинг во многом позволяет более эффективно реализовывать проблемы бизнес-планирования и бизнес-задач, в число которых могут включаться такие, как дополнительный канал коммуникации с целевой аудиторией, клиентами и партнерами, повышение узнаваемости, осведомленности и ценности бренда [5]. Более того, использование инструментов интернет-маркетинга позволяет в полной мере иметь статистическую информацию об эффективности маркетинговой кампании предприятия. Рассматриваемая система во многом позволяет предприятию в режиме онлайн эффективно реагировать на появляющиеся изменения в структуре, как спроса, так и предложения продукции. Кроме того интернет-маркетинг имеет возможность предложить новые решения и завоевать серьезное внимание потенциального покупателя, и что самое важное: прозрачность показателей выше, чем у традиционных инструментов (клик – переход – покупка) [6]. Представляется, что базовые инструменты интернет-маркетинга можно представить следующим образом (Рис.1)

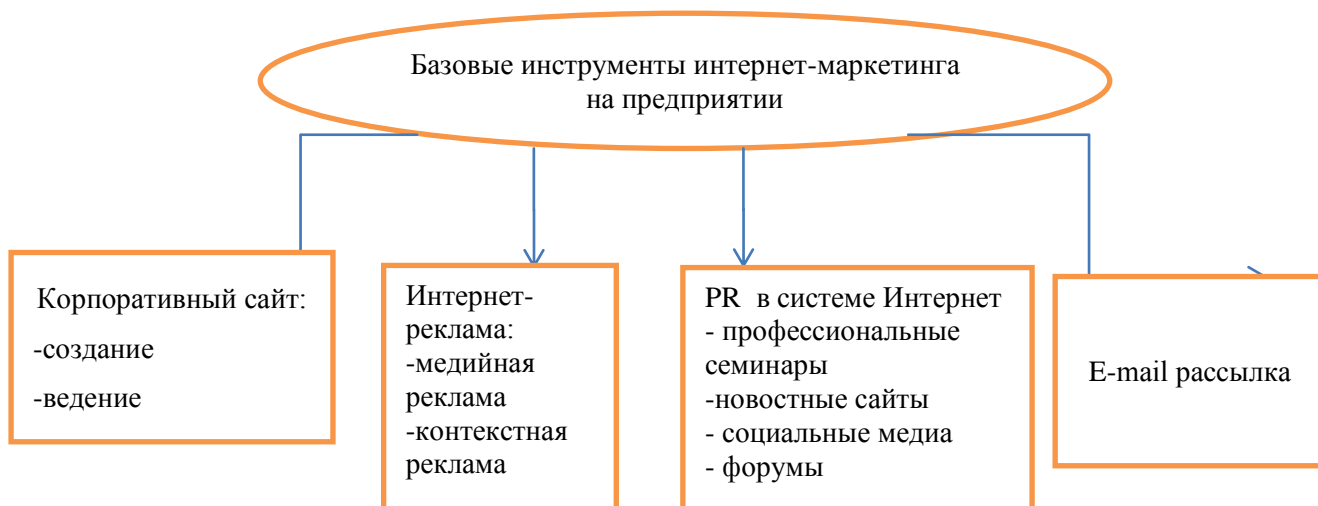


Рис.1.Базовые инструменты интернет-маркетинга на предприятии.

Представленные инструменты рассматриваемого вида маркетинга присущи промышленным предприятиям, осуществляющим свою деятельность на промышленных рынках. Основными факторами, повлиявшими на формирование данных инструментов, являются, прежде всего, те изменения, которые происходят в функции потребления самих потребителей: снижение значимости географической сегментации, изменение методов закупок и повышение значимости и качества сервиса. Безусловно, в данном контексте большое значение имеют и технологические возможности самих инструментов-интернет, позволяющие решать актуальные маркетинговые проблемы предприятия.

Характеризуя особенности представленных инструментов интернет-маркетинга, рассмотрим преимущества каждого из них, применительно к промышленному предприятию с учетом особенностей каждого из них и характеристикой представляемого материала и системой подачи. В частности, корпоративный сайт начинает формироваться именно с началом маркетинговой деятельности предприятия в сети Интернет, контент которого является основным источником информации о компании. При этом следует обратить внимание на целевую аудиторию, что и поможет сформировать разделы сайта. Целевая аудитория – это те покупатели, для которых предназначен товар или услуга. Целевая аудитория не только имеет желание приобрести товар, но и физически имеет такую возможность. Например, если сайт рассчитан на три аудитории – клиентов, журналистов, инвесторов, то на сайте необходимо сделать три раздела – соответственно «Каталог товаров», «Пресс-центр», «Для инвесторов/акционеров». К этим разделам можно прибавить и другие: «О компании», «Контактная информация», «Производство» или «Кадровая и социальная политика». Например, в случае «Пресс-центра» - это новости компании, пресс-релизы, интервью и выступления руководителей, отчеты, контакты сотрудников, ответственных за PR предприятия. Немаловажным фактором является наполнение сайта контентом, а также поддержание актуальной информации о ценах, ассортименте и контактной информации. Для обеспечения высокого и качественного целевого притока на web-сайт предприятия целесообразно использовать такой инструмент интернет-продвижения как SEO-продвижение (SEO – Search Engine Optimization) - поисковое продвижение сайта) для повышения уровня и позиций сайта по заранее отработанным запросам.

Рассматриваемый инструмент продвижения заключается в выполнении «оптимизатором» работ и действий с web-сайтом заказчика, которые способствуют улучшению соответствия его внутреннего содержимого алгоритмам ранжирования в поисковых системах, а также в повышении «веса» web-сайта в Интернете.. И действительно, самым желанным и важным посетителем сайта является тот покупатель, с которым можно вступить во взаимовыгодный диалог для целей решения потребителем проблем, ответить профессионально на все интересующие его вопросы. Общеизвестным мировым лидером в этом сегменте является Google, однако среди российских пользователей большей популярностью по-прежнему пользуется Яндекс. Ежедневная аудитория Яндекса, по данным собственной статистики [7], составляет более 30 миллионов человек, из них около 22 миллионов используют поиск. Среди них практически всегда найдутся те люди, с которыми нам бы хотелось вступить в деловые отношения. Именно поэтому появляется необходимость в такой услуге, как поисковое продвижение. Бизнес-сайты предназначены в большей мере для тех участников B2B рынка, которые предоставляют более универсальные товары и услуги (торговое оборудование, аутсорсинг, консалтинг).

Таким образом, преимуществом размещения интернет-рекламы является высокое доверие, лояльность аудитории, а также большая посещаемость. Следующим инструментом интернет-маркетинга является медийная и контекстной рекламе, которая зависит от интересов пользователей. Именно это и является основным преимуществом контекстной рекламы по сравнению с остальными видами рекламы. Контекстная реклама размещается в Яндекс. Директ, который является системой для размещения поисковой и тематической контекстной рекламы. Медийная реклама - вид рекламы, которая ориентирована на зрелищное восприятие аудиторией и которая разрабатывается с использованием специальных приемов привлечения внимания читателей и может включать текст, логотип компании, фотографии и другие изображения, указывать местоположение на карте и т.п. Могут быть следующие типы медийной рекламы: имиджевая реклама (реклама торговой марки, бренда); товарная реклама (реклама конкретного продукта); торговая реклама (реклама места продаж, акции, распродажи).

Третьим базовым инструментом является PR в Интернете, позволяющему проследить тенденции потребительского доверия к отзывам и информации от самих потребителей или других независимых источников. В связи с этим данный блок интернет-маркетинга должен быть включен в каналы коммуникации для промышленных предприятий: это профессиональные форумы, новостные сайты, вебинары, телеконференции и даже социальные сети. Безусловно, профессиональные форумы во многом помогают решать ряд задач:

- рекомендовать продукты компании;
- отслеживать отзывы клиентов;
- собирать информацию о возможных заказах и будущих проектах компании;
- отслеживать

конкурентов;

- отвечать на часто задаваемые вопросы о продукции и компании.

Важным инструментом является и такой инструмент, как социальные медиа. Так, по данным исследования Nielsen современный человек в среднем проводит до 25% своего времени в социальных медиа (социальных сетях, блогах, социальных СМИ и т.д.). Популярность данного вида интернет-ресурсов и их инновационная специфика открывают перед маркетологами целый ряд возможностей, которые просто невозможно игнорировать [8]. И последним инструментом интернет-маркетинга является E-mail рассылка, которая во многом позволяет промышленным компаниям быть в контакте со своими потенциальными и существующими клиентами и партнерами, часто напоминая о себе, ненавязчиво предлагая свою продукцию. Следовательно, грамотно построенная система и стратегия email-маркетинга, позволит, во-первых, организовать «разбросанную» целевую аудиторию на тематических ресурсах, сообществах и блогах, подписав её на рассылку; во-вторых, сформировать имидж компании как надежного партнера через прямое общение с потенциальными клиентами; в-третьих избежать лишних поездок и встреч.

Таким образом, условия современного рынка предопределили необходимость создания маркетинговой деятельности на каждом предприятии с применением базовых инструментов интернет-маркетинга, позволяющих осуществить быстрый поиск новых клиентов, проинформировать их большую аудиторию о продукте и увеличении продаж. Рассматриваемые инструменты позволят повысить имидж компании у целевой аудитории, с учетом возможности обратной связи о текущих клиентах, а также позволят проинформировать клиентов о предстоящих событиях и специальных предложениях. Достижение оптимального эффекта от грамотного воздействия инструментов интернет-маркетинга во многом может быть достигнуто при определении правильных целей и грамотно сформулированных задач руководством предприятия.

Библиографический список:

1. <http://memosales.ru/internet-marketing/onlajnovye-instrumenty>.
2. Егорушкина Т.Н., Панферова Е.В., Швецов С.А. Интернет-маркетинг как инструмент повышения эффективности бизнеса в условиях интернет-среды. Научно-методический электронный журнал Концепт. 2016. №Т2. С.191-195.
3. Медведева Т.В., Егорушкина Т.Н., Панферова Е.В., Швецов С.А., Этова Е.В. Научно-методический электронный журнал Концепт. 2015. №9. С.41-45.
4. Кузнецова Ю.В. Новые способы продвижения товаров: современные формы маркетинговых коммуникаций в России. [Текст]: Вестник Евразии. – 2006. - №2
5. Тарасова Н.Е., Анипченко А.А. Особенности Интернет-рекламы на рынке b2b. [Текст]: Актуальные вопросы экономических наук. - 2015. - №46
6. Демичева Е. В. Использование Интернет-маркетинга в системе продвижения продукции металлургического предприятия. [Текст]: Известия ВолгГТУ. - 2011. - №12.
7. Романенкова О.Н. SEO-продвижение как эффективный инструмент интернет-маркетинга. [Электронный ресурс]. - Стратегии бизнеса. 2014. №1 (3).
8. Онлайн исследования в России 2.0. [Текст]: Под редакцией Шашкина А.В., Девятко И.Ф., Давыдова С.Г. М.: РИЦ «Северо Восток», 2010.

Фаюстова Татьяна Олеговна**Fayustova Tatiana Olegovna**

магистрант ФГБОУ ВО Ульяновский ГАУ им. П.А. Столыпина, экономический факультет,
направление «Экономика»

Тарасова Елена Александровна**Tarasova Elena Aleksandrovna**

к.э.н, доцент кафедры «Экономика, организация и управление на предприятии» ФГБОУ ВО
Ульяновский ГАУ им. П.А. Столыпина

УДК 338.43

ОЦЕНКА УРОВНЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ ОСНОВНЫХ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ В УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

EVALUATION OF THE LEVEL OF CONSUMPTION OF BASIC FOODSTUFFS IN THE ULYANOVSK REGION

Аннотация: В статье выполнен анализ потребления населением Ульяновской области основных продуктов питания, в том числе домашними хозяйствами. Выявлено соотношение фактического потребления пищевых продуктов с рациональными нормами, дана оценка степени достижения рациональных норм, в том числе по составу и калорийности потребляемых продуктов питания.

Abstract: The article analyzes the consumption of basic foodstuffs by the population of the Ulyanovsk region, including households. The ratio of actual consumption of food products with rational norms is revealed, the degree of achievement of rational norms, including the composition and caloric content of consumed food is estimated.

Ключевые слова: продовольственное обеспечение, потребление пищевых продуктов, уровень потребления продовольствия, нормы потребления.

Keywords: food supply, food consumption, level of food consumption, consumption norms.

Обеспечение населения продуктами питания, в соответствии с рациональными нормами, отвечающими современным требованиям здорового питания, является важным фактором повышения качества жизни населения и достижения продовольственной безопасности региона. Утвержденные Приказом Министерства здравоохранения РФ № 614 от 19.08.2016 г. нормы, обеспечивают расчетную среднелюдовую потребность в пищевых веществах и энергии, пищевое разнообразие населения [1].

Проведем оценку уровня фактического потребления пищевых продуктов населением в динамике 2013-2017 гг. и в сопоставлении с рациональными нормами, а также для получения более детальной информации рассмотрим сведения о потреблении продуктов питания, полученные на основе обследования бюджетов домашних хозяйств Ульяновской области (таблица 1).

Согласно приведенным данным, наблюдается незначительно увеличение потребления хлебных продуктов (на 3 кг) и овощей (на 4 кг) по сравнению с предыдущим годом. Неизменным остается потребление мяса и мясопродуктов (63 кг), сахара и кондитерских изделий (42 кг) по сравнению с предыдущим годом в целом по населению области. Потребление продуктов питания в домашних хозяйствах снижается в 2017 г. по всем видам продукции.

Таблица 1 – Потребление основных продуктов питания (в расчете на душу населения) в год

	рац. норм а	2013	2014	2015	2016	2017	2017 г.	
							к 2016 г. (+-)	% к рац. нормам
Население Ульяновской области								
Потребление мяса и мясопродуктов, кг.	73	69	68	62	63	63	0	86,3
Потребление молока и молочных продуктов, кг.	325	240	230	209	207	204	-3	62,8
Потребление яиц, шт.	260	278	264	236	247	245	-2	94,2
Потребление сахара и кондитерских изделий, кг	24	42	41	40	42	42	0	175,0
Потребление картофеля, кг.	90	110	111	117	118	102	-16	113,3
Потребление овощей и продовольственных бахчевых культур, кг	140	100	101	103	105	109	+4	109,0
Потребление хлебных продуктов, кг.	96	107	106	94	97	100	+3	104,2
Все домашние хозяйства								
Потребление мяса и мясопродуктов, кг.	73	74,7	77,7	78,2	82,6	81,8	-0,8	112,1
Потребление молока и молочных продуктов, кг.	325	283,4	279,2	285,6	300,9	262,5	-38,4	80,8
Потребление яиц, шт.	260	198	216	211	236	228	-8,0	87,7
Потребление сахара и кондитерских изделий, кг	24	30,1	30,4	29,9	33,1	29,8	-3,3	124,2
Потребление картофеля, кг.	90	64,8	63,5	61,1	62,5	59,1	-3,4	65,7
Потребление овощей и продовольственных бахчевых культур, кг	140	98,3	101,0	111,1	121,3	104,1	-17,2	74,4
Потребление хлебных продуктов, кг.	96	94,9	94,3	91,5	94,9	88,4	-6,5	92,1

Сравнительный анализ соотношения фактического потребления пищевых продуктов с рациональными нормами по Ульяновской области (таблица 2) выявил, что только по трем основным группам продовольствия (картофель, сахар и хлебные продукты) фактический уровень потребления достиг или превышает рекомендуемые нормы, в то время как по остальным рациональные нормы не достигнуты. Однако, данные по домашним хозяйствам значительно расходятся с данными по балансовым расчетам.

Недостаточное потребление наиболее ценных в пищевом отношении продуктов питания компенсируется потреблением менее ценных продуктов. Именно по причине низкой платёжеспособности население области меньше нормы потребляет мяса и мясопродуктов, молока и молокопродуктов, овощей; больше нормы потребляет картофеля, хлебных продуктов. Отмечается, что потребление хлеба в пищу напрямую зависит от экономической ситуации и уровня жизни [2;8].

Таблица 2 – Соотношение фактического потребления пищевых продуктов с рациональными нормами

	2013	2014	2015	2016	2017
Население Ульяновской области					
Потребление мяса и мясопродуктов	94,5	93,2	84,9	86,3	86,3
Потребление молока и молочных продуктов	73,8	70,8	64,3	63,7	62,8
Потребление яиц	106,9	101,5	90,8	95,0	94,2
Потребление сахара	175,0	170,8	166,7	175,0	175,0
Потребление картофеля	122,2	123,3	130,0	131,1	113,3

Потребление овощей и продовольственных бахчевых культур	71,4	72,1	73,6	75,0	77,9
Потребление хлебных продуктов	111,5	110,4	97,9	101,0	104,2
Все домашние хозяйства					
Потребление мяса и мясопродуктов	102,3	106,4	107,1	113,1	112,0
Потребление молока и молочных продуктов	87,2	85,9	87,9	92,6	80,8
Потребление яиц	76,1	83,1	81,1	90,8	87,7
Потребление сахара	125,4	126,7	124,6	137,9	124,2
Потребление картофеля	72	70,6	67,9	69,4	65,7
Потребление овощей и продовольственных бахчевых культур	70,2	72,1	79,3	86,6	74,3
Потребление хлебных продуктов	98,9	98,2	95,3	98,9	92,1

Наряду с натуральными показателями потребления отдельных продуктов питания для более детального анализа исчисляется калорийность продуктов в среднем за сутки в расчете на члена домашнего хозяйства, устанавливается состав пищевых веществ в продуктах, содержание в них белков, жиров и углеводов.

Для анализа уровня энергетического содержания рациона питания населения (таблица 3) использовались материалы выборочного обследования домашних хозяйств Ульяновской области, проведенных Ульяновскстатом [3].

Таблица 3 – Состав пищевых веществ и калорийность потребленных продуктов питания в домашних хозяйствах (в среднем на 1 чел., в год)

	норма	2013	2014	2015	2016	2017
Состав пищевых веществ и калорийность суточного рациона:						
Белки, г.	82	75,2	75,8	75,5	78,9	74,8
Жиры, г.	95	103,0	102,8	102,9	109,3	103,9
Углеводы, г.	417	331,5	328,6	321,4	343,3	318,9
Килокалорий - всего	2850	2565,6	2553,8	2525,1	2684,7	2521,4
В том числе в продуктах животного происхождения в % от общей калорийности суточного рациона	н/д	32,8	33,5	34,2	34,4	34,4

Согласно данным таблицы следует вывод, что содержание белков и углеводов в суточном рационе жителей области ниже рекомендуемых медицинских норм, а потребление жира превышает рациональный уровень [4;18]. Таким образом, калорийность рациона обеспечивается за счет избыточного использования в пище жиросодержащих продуктов: колбасных изделий, яиц, майонеза, мясных полуфабрикатов, однако рацион остается низкокалорийным по сравнению с рекомендуемыми нормами.

Можно сделать вывод о том, что рацион питания населения Ульяновской области недостаточно сбалансирован по важнейшим и необходимым для жизни и здоровья продуктам. Рацион населения области должен содержать пищевые продукты в рациональных объемах и соотношении полезных элементов, что будет способствовать улучшению здоровья населения области.

Основной задачей в решении проблемы обеспечения населения продовольствием является создание условий для производства основных продуктов питания в необходимых объемах, высокого качества, а также их доступность для населения [5;52].

Библиографический список:

1. Приказ Министерства здравоохранения Российской Федерации от 19.08.2016 № 614 «Об утверждении Рекомендаций по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающих современным требованиям здорового питания» [Электронный ресурс] // Министерство здравоохранения Российской Федерации – URL: <https://www.rosminzdrav.ru/opendata/7707778246-normpotrebproduct> (дата обращения: 17.03.2019)

2. Улезько А.В. Развитие ресурсной базы регионального продовольственного рынка: монография /А.В. Улезько, Д.И. Бабин.– Воронеж: ФГБОУ ВО Воронежский ГАУ, 2016. –168 с.

3. Ульяновская область в цифрах. 2018: Крат. стат. сб. – Ул., 2018 – 144 с.

4. Шагайда Н.И., Никулин А.М., Узун В.Я., Троцук И.В., Шишкина Е.А. Мониторинг состояния продовольственной безопасности России в 2014-2016 гг. / Шагайда Н.И., А.М. Никулин, Узун В.Я., Троцук И.В., Шишкина Е.А. Институт прикладных экономических исследований РАНХиГС. – М.: Изд-во «Дело», 2018. - 78 с.

5. Водясов П.В. Комплексная оценка уровня доступности продовольствия для населения // Эпоха науки. 2018. №13. с. 47-52.

6. Тарасова, Е.А. Вопросы развития региональной экономики / Е.А. Тарасова, Е.А. Погодина, О.М. Ягфаров // Материалы Международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы аграрной науки и образования», посвященной 65-летию Ульяновской ГСХА. 2008. т.7 ч.1-2, 360с.

Фаюстова Татьяна Олеговна
Fayustova Tatiana Olegovna

магистрант ФГБОУ ВО Ульяновский ГАУ им. П.А. Столыпина, экономический факультет,
направление «Экономика»

Тарасова Елена Александровна
Tarasova Elena Aleksandrovna

к.э.н, доцент кафедры «Экономика, организация и управление на предприятии» ФГБОУ ВО
Ульяновский ГАУ им. П.А. Столыпина

УДК 338.43

ОЦЕНКА ФИЗИЧЕСКОЙ ДОСТУПНОСТИ ПРОДОВОЛЬСТВИЯ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

ASSESSMENT OF PHYSICAL AVAILABILITY OF FOOD FOR THE POPULATION OF THE ULYANOVSK REGION

Аннотация: В данной статье рассматривается соотношение производства и потребления основных продуктов питания в Ульяновской области. Рассчитан уровень обеспеченности необходимыми продуктами питания собственного производства для выявления физической доступности продовольствия для населения.

Ключевые слова: объем производства, потребление продуктов питания, оценка самообеспеченности, доступность продовольствия

Abstract: This article discusses the ratio of production and consumption of basic foods in the Ulyanovsk region. The level of provision with necessary food of own production for identification of physical availability of the food for the population is calculated.

Keywords: production, food consumption, self-sufficiency assessment, food availability

Одной из главных проблем обеспечения населения продуктами питания в достаточном объеме и ассортименте является недостаточная физическая доступность продуктов питания. Важную роль играют объемы и структура производства, потребления (таблица 1) и соответственно величина самообеспеченности основными продуктами питания [1;484].

Данные таблицы показывают увеличение производства картофеля и овощей в динамике 2013-2017 гг. Также, как и производство, увеличилось потребление овощей и бахчевых культур, что положительно влияет на здоровье населения. Однако, по остальным продуктам наблюдается тенденция к снижению объемов производства.

Для более детального анализа необходимо сопоставить объемы производства и потребления продуктов питания (таблица 2). Для определения уровня самообеспеченности Ульяновской области необходимо выявить те виды, продовольствия, ресурсов которых недостаточно для их потребления населением в нормативных объемах, соответствующих рациональным нормам, рекомендованным Минздравом РФ [2].

Данные таблицы показывают, что наблюдается несоответствие потребления населением мяса и объемов его производства в области, что увеличивает зависимость продовольственного рынка от импорта. Несмотря на увеличение объемов производства и незначительное снижение потребления, недостаток производства молока и молочных продуктов по области в 2017 г. составляет 27,9 кг.

Уровень обеспеченности по яйцу, начиная с 2014 года, вышел за рамки минимально необходимого уровня обеспеченности. Также, начиная с 2014 года, наблюдается положительная динамика показателей самообеспеченности по овощам и бахчевым культурам, данный показатель превысил минимальный уровень в 2016 и 2017 г. 101,4 % и 115,7% соответственно. Таким образом, область в избытке обеспечивает население овощами собственного производства (в 2017 г. на 17,1 кг.).

Таблица 1 – Производство и потребление основных продуктов питания в Ульяновской области (в расчете на душу населения)

Продукты питания	рекоменд. норма	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2017 г. в % к 2013 г.
Производство, кг							
Мясо и мясопродукты		64,7	52,8	48,8	53,2	51,7	79,9
Молоко и молочные продукты		209,8	183,4	167,2	172,1	176,1	83,9
Яйцо (штук)		312	252	202	212	205	65,7
Овощи и бахчевые культуры		78,1	84,4	92,3	106,5	126,1	161,5
Картофель		183,0	166,7	189,9	185,7	188,9	103,2
Потребление, кг							
Мясо и мясопродукты	73	69	68	62	63	63	91,3
Молоко и молочные продукты	325	240	230	209	207	204	85,0
Яйцо (штук)	260	278	264	236	247	245	88,1
Овощи и бахчевые культуры	140	100	101	103	105	109	109,0
Картофель	90	110	111	117	118	102	92,7

Таблица 2 - Оценка самообеспеченности населения Ульяновской области основными продуктами питания

Продукты питания	2013г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2017 г. к 2013 г. (+-)
Уровень обеспеченности, %						
Мясо и мясопродукты	93,8	77,6	78,7	84,4	82,1	-11,7
Молоко и молочные продукты	87,4	79,7	80,0	83,1	86,3	-1,1
Яйцо	112,2	95,4	85,9	85,8	83,7	-28,5
Овощи и бахчевые культуры	78,1	83,6	89,6	101,4	115,7	+37,6
Картофель	166,4	150,2	162,3	157,4	185,2	+18,8
Избыток (+), недостаток (-) производства, кг						
Мясо и мясопродукты	-4,3	-15,2	-13,2	-9,8	-11,3	недостаток
Молоко и молочные продукты	-30,2	-46,6	-41,8	-34,9	-27,9	недостаток
Яйцо (штук)	+34	-12	-34	-35	-40	недостаток
Овощи и бахчевые культуры	-21,9	-16,6	-10,7	+1,5	+17,1	избыток
Картофель	+73	+55,7	+72,9	+67,7	+86,9	избыток

Несмотря на достаточно высокое потребление картофеля, область имеет возможность обеспечить население данным видом продукта за счет ежегодного увеличения его производства. В динамике 2013-2017 гг. Ульяновская область была в избытке обеспечена картофелем (в 2017 г. на 82,5%).

Анализ уровня обеспеченности выявил, что более 80% потребляемой продукции является продукция собственного производства, что согласно критериям свидетельствует о том, что физическая доступность продуктов питания обеспечивается на минимальном уровне потребления. Однако, с учётом того, что фактический уровень потребления определенных продуктов (мясо и мясные продукты, молоко и молочные продукты, яйца и овощи) ниже рекомендуемых стандартов, область не может в полной мере обеспечить население качественным продовольствием за счет собственного производства.

Рост сельскохозяйственного производства обеспечил рост потребления и изменение рациона питания населения. Потребление наиболее ценных продуктов животного происхождения и овощей

увеличивается при сохранении потребления картофеля и хлеба. Необходимо следовать рекомендуемым критериям для обеспечения физической доступности продовольствия населению Ульяновской области в отношении основных продуктов питания, путем наращивания объемов производства определенных продуктов питания [3;97].

Библиографический список:

1. Tarshilova L.S. ANALYSIS OF FOOD SECURITY IN THE REGION / L.S. Tarshilova, Zh.K Erzhanova // Magazine Fundamental research. – 2017. – № 9 (part 2) – P. 482-486

2. Приказ Министерства здравоохранения Российской Федерации от 19.08.2016 № 614 «Об утверждении Рекомендаций по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающих современным требованиям здорового питания» [Электронный ресурс] // Министерство здравоохранения Российской Федерации – URL: <https://www.rosminzdrav.ru/opendata/7707778246-normpotrebproduct> (дата обращения: 17.03.2019)

3. Миненко А.В. Оценка доступности продовольствия для населения (на примере молока и молокопродуктов) // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2018. №10-2. с. 97-99. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-dostupnosti-prodovolstviya-dlya-naseleniya-na-primere-moloka-i-molokoproductov> (дата обращения: 20.03.2019).

4. Ульяновская область в цифрах. 2018: Крат. стат. сб. – Ул., 2018 – 144 с.

5. Ягфаров, О.М. Россия и ВТО: угрозы, преимущества и новые возможности в аграрном секторе (региональный аспект): монография /О.М. Ягфаров, Е.А. Тарасова, М.Г. Конюшева. - Ульяновск: УГСХА им. П.А. Столыпина, 2014. -280 с.

Зоткин Сергей Андреевич
Zotkin Segrey Andreevich

Толстоухова Александра Константиновна
Tolstoukhova Alexandra Konstantinovna

Студенты Сибирского института управления – филиала РАНХиГС, факультет экономики и финансов, направление «Экономическая безопасность»

УДК 338.2

ВЕДОМСТВЕННЫЙ ФИНАНСОВЫЙ КОНТРОЛЬ В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

DEPARTAMENTAL FINANCIAL MONITORING IN THE ECONOMIC SECURITY SYSTEM

Аннотация: Статья посвящена некоторым вопросам ведомственного финансового контроля как элемента системы экономической безопасности страны. Рассмотрены виды и формы финансового контроля и их особенности.

Annotation: This article focuses on some issues of Departmental Financial Monitoring as an item of the country's economic security system. Types, forms of financial monitoring, and their features are considered.

Ключевые слова: контроль, финансовый контроль, государственный финансовый контроль, экономическая безопасность.

Keywords: monitoring, financial monitoring, State financial monitoring, economic security.

В Российской Федерации в настоящее время активно реализуются различные федеральные целевые и государственные программы, которые финансируются за счет государственного бюджета РФ. Значительные объемы бюджетных средств из года в год выделяются на финансирование социальной политики, национальной экономики, обеспечение национальной обороны и правоохранительной системы.

Проблема состоит в том, что наряду с ростом финансирования увеличивается и количество финансовых правонарушений, в том числе нарушения требований бюджетного законодательства, включающие в себя использование средств бюджета не по целевому назначению, неэффективному, нерациональному использованию и т.п.

Актуальность данной темы состоит в том, что финансовый контроль способствует выявлению и пресечению финансовых нарушений и нарушений требований на законодательном уровне. Финансовый контроль в системе экономической безопасности нацелен на эффективное и рациональное использование бюджетных средств по их целевому назначению, что в целом призвано способствовать эффективности экономики страны в целом.

Целью данной статьи является изучение финансового контроля в системе экономической финансовой безопасности. В соответствии с целью задачей в данной статье будет изучение ведомственного финансового контроля.

Деятельность любой организации подлежит контролю со стороны вышестоящих ведомств. Ведомственный финансовый контроль помогает своевременно выявить и устранить нарушения, допускаемые в различных сферах хозяйствования учреждения.

В зависимости от того, кто проводит инспектирование предприятия, можно выделить два вида контроля:

1. Ведомственный.
2. Вневедомственный.

Ведомственный вид — это проверка, которую проводит учредитель (ведомство, учредившее организацию). Проще понять различия в этих понятиях на примере. Если в поликлинику приходят проверяющие из вышестоящей инстанции, относящейся к Министерству здравоохранения, и проверяют, например, качество предоставляемых услуг и соблюдение норм, установленных законодательством в сфере охраны здоровья, — это ведомственный контроль качества медицинской помощи.

Порядок осуществления ведомственного контроля устанавливается специально разработанными в каждой государственной структуре нормативными актами. Однако вне зависимости от того, какое ведомство осуществляет ревизию, цели и типы его не меняются. Кроме того, существуют общепринятые правила проведения таких мероприятий.

Если же в поликлинике проводится ревизия со стороны налоговых органов, Пенсионного фонда, СЭС — это вневедомственное инспектирование. Также вневедомственную проверку качества медицинской помощи в медицинской организации могут проводить страховые компании, медицинские ассоциации (например, Российская медицинская ассоциация или Национальная медицинская палата) и Общество по защите прав потребителей.

Далее более подробно рассмотрит особенности ведомственного государственного финансового контроля.

Ведомственный финансовый контроль осуществляется вышестоящими государственными структурами в отношении нижестоящих. Целью таких проверок является мониторинг финансово-хозяйственной деятельности предприятия, а также выявление нарушений, связанных с незаконным использованием средств.

Ведомственный контроль преследует следующие задачи:

1. Проверка соответствия деятельности нижестоящих структур требованиям законодательства.

2. Выявление и предотвращение нарушений нормативных актов.

3. Внедрение мер по эффективному использованию материальных ресурсов.

4. Выявление неиспользуемых ресурсов.

Из перечисленных задач вытекают функции ведомственного контроля. Они могут варьироваться в зависимости от нормативно-правовых актов, разработанных в отдельных Министерствах в отношении подведомственных проверяющих органов, но общая концепция работы таких структур заключается в следующем:

- планирование и проведение проверок;
- координация работы проверяющих органов;
- разработка нормативных документов, регламентирующих ревизии;
- анализ, выявленных нарушений;
- обеспечение надзора за устранением нарушений;
- подготовка отчетов о выполненной работе.

В системе ведомственного контроля различают два вида проверок:

- плановые;
- внеплановые.

Плановые ведомственные проверки проводятся на основании ежегодного плана. В нем указывается список проверяемых организаций, даты ревизий и структура, ответственная за них. Обычно план размещается на официальном сайте администрации региона.

Внеплановые ревизии проводятся, в случае если в вышестоящую инстанцию поступил сигнал о том, что на подведомственном предприятии нарушаются какие-либо нормы законодательства или же, руководитель не представил отчет об устранении ранее выявленных нарушений. О такой ревизии необходимо оповещать не позже, чем за 1 день до ее начала.

Если ведомственный контроль осуществляется в отношении нижестоящих структур, то внутренние проверки проводятся специально созданными комиссиями внутри предприятия. Обычно ответственность за проведение таких ревизий ложится на руководителей, работников бухгалтерии или специально созданного надзорного подразделения, которое подчиняется руководителю. Проверка осуществляется в соответствии с инструкцией, утвержденной на предприятии, поскольку общих методических рекомендаций по ее проведению в настоящее время не существует. Ее цель:

- обеспечение правильного функционирования всех структур организации;
- оценка рациональности расходования всех материальных ресурсов;
- оценка правильности ведения учета, подготовки отчетности и расчета с сотрудниками.

Опираясь на принятую в РФ подведомственность, главные администраторы бюджетных доходов контролируют деятельность участников процесса на федеральном уровне и в субъектах РФ, а те в свою очередь осуществляют контроль операций получателей средств соответствующих бюджетов.

Существуют такие формы государственного финансового контроля (ст. 265 БК РФ):

- предварительный, осуществляемый в процессе обсуждения и согласования проектов и решений по бюджету или другим финансовым аспектам;
- текущий, проводимый непосредственно в ходе исполнения бюджетов, деятельности компаний;
- последующий, осуществляемый при утверждении отчетности об исполнении бюджетов.

Как правило, организуется предварительный контроль в период, когда решения по формированию доходных смет и расходованию средств только подготавливаются, т.е. во время, предшествующее утверждению документов и проведению планируемых мероприятий. Подобный контроль актуален перед выполнением финансового мероприятия, например, при подготовке производства для приема госзаказа. Его цель – обеспечение продуктивного использования ресурсов, пресечение неправомерных действий по их расходованию.

Текущий контроль преследует те же цели – непосредственно при ведении деятельности соблюсти все аспекты финансовой дисциплины. На базе данных управленческого, оперативного, бухгалтерского учета и проводимого наблюдения эта форма контроля пресекает совершение финансовых нарушений, снижая риски финансовых потерь. Отметим, что во множестве случаев подобный контроль не обособлен в отдельную форму, а считается одним из этапов предварительного.

Последующий контроль проводится по факту уже свершившихся операций. Он необходим в качестве дополнительной проверки законности проведенных мероприятий и соблюдения установленных лимитов.

Кроме того, виды и методы финансового контроля предполагают контроль внутренний (производимый ведомственными структурами) и внешний, проводимый государственными или муниципальными контролирующими структурами.

Основными методами финансового контроля являются ревизия и проверка. У них одинаковые цели – контролирование установленных законодательных норм РФ при ведении хозяйственной деятельности, достоверности учета и обоснованности операций в соответствии с действующими нормами, согласованными сметами и другой рабочей документацией, но характеристики заметно отличаются.

Ревизия предполагает осуществление контролирующих действий сплошным порядком. Т. е. проверяются все документы, оформленные по каждой операции в рассматриваемом периоде, анализируются на предмет законности и правильности их фиксации в учете, а также контролируется фактическое исполнение операций, тем самым реализуется принцип комплексности ревизии.

Под проверкой же подразумевается единичное контролирующее действие, охватывающее ограниченный период времени, либо исследование какого-то одного аспекта деятельности. Ей присущ выборочный характер, и не исключена возможность выпадения из поля зрения проверяющего какого-либо факта, влияющего на итоги проверки.

Проверки разделяются на:

- выездные (проводимые на территории проверяемого объекта) и камеральные (проходят по месту нахождения контролирующего органа, который запрашивает необходимые документы);
- оперативные, т.е. нацеленные на общее улучшение деятельности;
- тематические, целью которых является освещение одного или нескольких аспектов;
- углубленные, т.е. охватывающие обширный круг вопросов;
- проверки, осуществляемые в рамках проведения ревизии вышестоящей организации.

Они проводятся в разрезе отдельных вопросов, а их результаты входят в акт ревизии вышестоящего предприятия.

Однако ревизии и проверки как методы государственного финансового контроля сходны между собой по признакам:

- полноты охвата – полные (по всем направлениям) и частичные (по отдельным аспектам);
- глубины осуществления – сквозные (проводимые одновременно во всех подразделениях выше- и нижестоящих организаций) и локальные (на одном подразделении или на нескольких, но по различной тематике);
- относительно плана – плановые и внеплановые (при установлении нарушений, по предписанию следственных, вышестоящих и других структур);

- степени охвата – сплошные (по всем операциям за рассматриваемый период), выборочные (по той части операций, которая подпадает под проверку) и комбинированные (одна часть из сторон деятельности проверяется сплошным порядком, другая – выборочным);
- очередности исследований – первичные, дополнительные и повторные;
- характера проверяемого материала – документальные и фактические (проверка реальности исполнения операции).

Методы муниципального финансового контроля, как ревизия, так и проверка, нацелены на проведение контролируемых действий по соответствию использования средств в соответствии с утвержденными сметами, по их целевой направленности, обеспечению сохранности денежных ресурсов, обоснованности расходования бюджетных средств, своевременности расчетов с бюджетом и фондами, формированию прибыли и ее распределению.

По результатам ревизии комиссия составляет акт, в котором указываются выявленные нарушения, а также рекомендации по их устранению.

Таким образом, ведомственный и внутрихозяйственный финансовый контроль — два инструмента, способствующих оптимизации работы предприятия. Финансовый контроль выступает эффективным способом, благодаря которому обеспечивается повышение результативности расходования бюджетных средств, устойчивый баланс бюджетов всех уровней, что в свою очередь позволяет обеспечивать эффективность системы государственных финансов.

Библиографический список:

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации: федер. закон от 31 июля 1998 г. № 145-ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации – 1998. – № 31. – Ст. 3823.
2. Красикова А.А., Куклина С.К. Развитие системы государственного финансового контроля в России // Студенческий: электрон. научн. журн. 2018. № 21(41).
3. Мустафина А.И. Проблемы и перспективы развития государственного финансового контроля в России // Молодежный научный форум: электр. сб. ст. по мат. VI междунар. студ. науч.-практ. конф. № 5(6).
4. Шепелев Д. Р. Государственный финансовый контроль в России: проблемы и перспективы // Экономическая наука и практика: материалы V Междунар. науч. конф. (г. Чита, апрель 2017 г.). — Чита: Издательство Молодой ученый, 2017. — С. 53-57.
5. Хапсировов Т.М. Проблемы и пути совершенствования государственного финансового контроля в Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elib.fa.ru/art2018/bv1095.pdf>. – Загл. с экрана.

Коробкина Софья Ивановна
Korobkina Sofia Ivanovna

Студент Сибирского института управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы, факультет экономики и финансов, направление «Экономическая безопасность»

УДК 336.14

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ БЮДЖЕТНЫХ РАСХОДОВ

THEORETICAL ASPECTS OF EVALUATING THE EFFECTIVENESS OF BUDGET EXPENDITURES

Аннотация: В данной статье рассматриваются теоретические оценки эффективности использования бюджетных расходов, а также особенности оценки их эффективности.

Annotation: This article discusses the theoretical assessment of the effectiveness of the use of budget expenditures, as well as the features of the assessment of their effectiveness.

Ключевые слова: оценка эффективности, критерии эффективности, эффективность, государственный сектор, бюджетные расходы.

Keywords: performance evaluation, performance criteria, efficiency, public sector, budget expenditures.

На современном этапе одной из важнейших проблем является повышение эффективности бюджетных расходов. Это более сложная проблема, в сравнении с коммерческим сектором, поскольку необходимо оценить не только экономическую эффективность, но и социальную, научную, экологическую и другие.

Целью данной работы является оценка эффективности бюджетных расходов. Для достижения поставленной цели нами были определены следующие задачи:

- 1) определить сущность понятия бюджетных расходов;
- 2) выявить особенности оценки эффективности бюджетных расходов;

Бюджетные расходы – это денежные средства, которые выплачиваются из бюджета для финансового обеспечения задач и функций государства и местного самоуправления.

Предоставление бюджетных средств осуществляется в формах:

- ассигнования для содержания бюджетных учреждений;
- средства для оплаты товаров, работ и услуг, которые выполняются физическими и юридическими лицами по муниципальным и государственным контрактам;
- трансферты населению, связанные с обязательной выплатой населению;
- ассигнования в случае, если какие-либо государственные полномочия передаются на другие уровни власти;
- ассигнования для компенсации дополнительных расходов, которые возникают при решениях, принятых органами власти. Они приводят к увеличению расхода или уменьшению дохода;
- бюджетные кредиты юридическим лицам (включаются налоговые кредиты, отсрочки и рассрочки по уплате налогов и платежей и других обязательств);
- субвенции и субсидии для физических и юридических лиц;
- инвестиции в уставный капитал действующих или снова создаваемых юридических лиц;
- бюджетные ссуды, дотации, субвенции и субсидии бюджетам других уровней бюджетной системы РФ, государственным внебюджетным фондам;
- выданные кредиты иностранным государствам;
- средства на погашение долговых обязательств.

Главным звеном в бюджетной сфере является эффективность бюджетных расходов.

Зачастую эффективность связывают с экономностью, рациональностью, результативностью. Так, например, в Бюджетном кодексе РФ под результативностью и эффективностью понимается расходование бюджетных средств, соответствующее одному из следующих условий: достижение результата с использованием минимального объема средств, либо достижение наилучшего результата с использованием определенного бюджетом объема средств.

В большом экономическом словаре под эффективностью понимается как результат деятельности, программ и мероприятий, которая характеризуется отношением полученного экономического эффекта, к затратам факторов, ресурсов, обусловившим получение этого результата, достижение наибольшего объема производства с применением ресурсов определенной стоимости. А социальная эффективность там рассматривается как соотношение полученных благоприятных социальных результатов к затратам на их достижение [1].

И.И. Мазур пишет, что эффективность использования бюджетных средств находится не всегда самыми традиционными показателями действенности решений по типу: «затраты-выпуск» или «затраты-результат», но чаще по соотношению результатов и ресурсов, которые использовались для достижения стратегических целей политической системы и реализации общих государственных интересов [2].

Органы государственного контроля на своей практике характеризуют эффективность как соотношение между результатами использования бюджетных средств и затратами на их достижение, которое в себя включает определение экономичности, результативности и продуктивности использования государственных средств.

Целесообразно сделать вывод о том, что при оценке эффективности использования бюджетных средств необходимо учитывать не только экономическую составляющую, которая связывает объемы бюджетных услуг и затраты на их предоставление, но и другие составляющие эффективности.

Рассмотрев мнения некоторых авторов - экономистов, можно сформировать те методы, которые помогают измерить эффективность расходов бюджетных средств (рис.1).

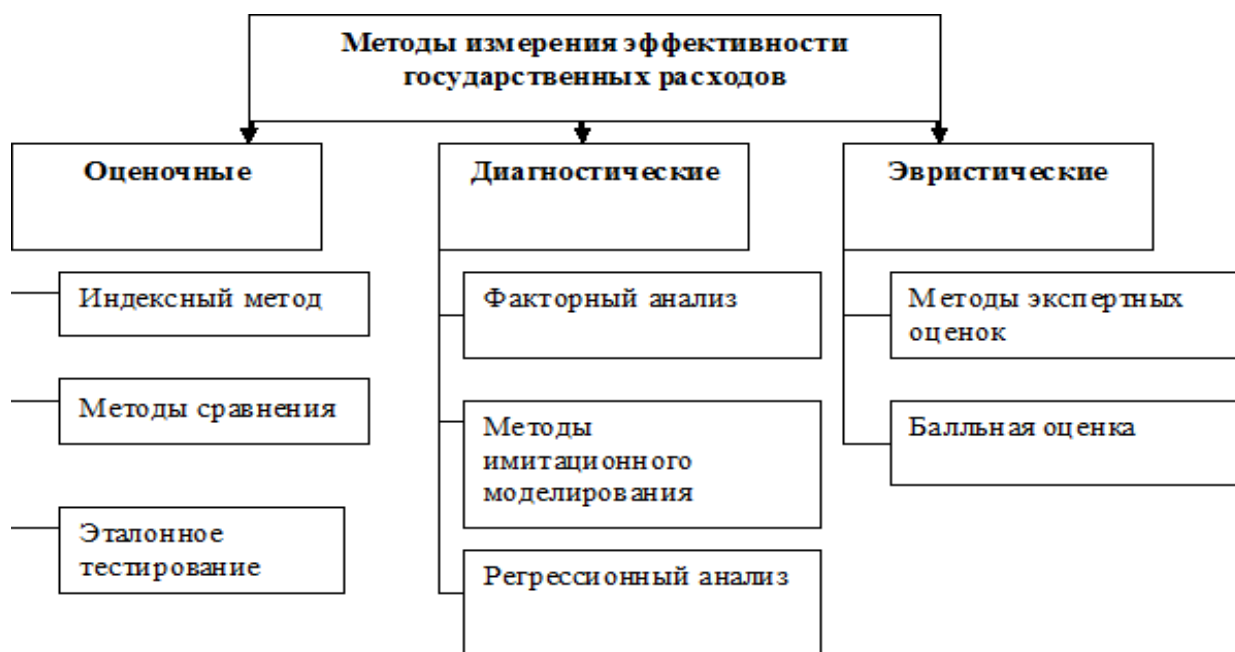


Рисунок 1. Методы для измерения эффективности государственных расходов

Необходимо сказать о том, что в настоящее время большую популярность имеют методы сравнения. Для того чтобы измерить результативность расходов государства, как части эффективности использования бюджетных расходов, чаще всего используется эталонное тестирование. Оно основывается на сравнении важных (ключевых) индикаторов выполнения с уже установленными или нормативными показателями, либо с подобными показателями другой организации.

Социальные эффекты являются составляющими общей эффективности и измеряются при помощи множества методов экспертных оценок.

Для повышения качества управления государственными и муниципальными финансами и формирования современной системы управления необходимо:

- разрабатывать стратегии расходования бюджетных средств на долгосрочную перспективу;
- организовывать бюджетный процесс, основываясь на принципе безусловного исполнения действующих расходных обязательств;

- повышать результативность расходов бюджетных средств посредством их ориентации на достижение итогового результата самым эффективным способом;

- увеличивать уровень самостоятельности и ответственности главных распорядителей, разрабатывать и внедрять методы и процедуры оценки качества финансового менеджмента на ведомственном уровне, развивать внутренний аудит, укреплять финансовую дисциплину. [3]

Чтобы повысить качество и эффективность деятельности бюджетных учреждений, доступность государственных и муниципальных услуг, нужно разрабатывать мероприятия, которые направлены на улучшение правового положения, то есть необходимо принимать большое количество нормативных актов, обеспечивающих переход к новым формам учреждений.

В заключении можно сказать, что, несмотря на то, что повышению эффективности расходования бюджетных средств руководством страны, регионов и муниципальных образований уделяется большое внимание, результативная система оценки эффективности на сегодня не выработана.

Библиографический список:

1. Борисов А. Б. Большой экономический словарь//под редакцией Борисова А.Б. - М.: Книжный мир, - 2009г. - С. 350.

2. Мазур И.И., Шапиро В.Д., Ольдерогге Н.Г. Эффективный менеджмент.// М.: Высшая школа, - 2015.- С. 500.

3. Слепов В. А., Шуба В. Б., Бурлачков В. К.Приоритетные направления развития межбюджетных отношений // Финансы. - 2017. - N 3. - С. 67.

Росси Валерия Франковна
Rossi Valeria Frankovna

Магистр Государственного Университет Управления, Институт открытого образования,
направление «Менеджмент», специализация «Транспорт и логистика»

E-mail: valeriarossi@mail.ru

УДК 658.78

РЫНОК СКЛАДСКОЙ ЛОГИСТИКИ В РОССИИ: ОЦЕНКА И ПЕРСПЕКТИВЫ

WAREHOUSE LOGISTICS MARKET IN RUSSIA: ASSESSMENT AND PROSPECTS

Аннотация: в настоящей работе будет рассмотрено актуальное состояние рынка складской недвижимости в Российской Федерации. Кроме того, будет приведено сравнение обеспеченности складскими площадями в Москве и на территории других европейских городов, а также будут представлены количественные изменения спроса и предложения, а также характер спроса на складские помещения в динамике. В заключении будут представлены выводы по основным трендам рынка складской логистики в России и перспективы развития рынка.

Abstract: In this paper, the current state of the warehouse real estate market in the Russian Federation will be considered. In addition, will be made a comparison of the availability of warehouse space in Moscow and on the territory of other European cities, as well as quantitative changes in demand and supply, as well as the nature of demand for warehouse space over time. In conclusion, will be presented conclusions on the main trends of the warehouse logistics market in Russia and market development prospects.

Ключевые слова: склад, складская логистика, рынок складских площадей в РФ, спрос и предложение на рынке складской недвижимости в РФ

Keywords: warehouse, warehouse logistics, warehouse market in the Russian Federation, supply and demand in the warehouse real estate market in the Russian Federation

Российский рынок транспортно-логистических услуг постоянно развивается, но, при этом, все еще ощутимо отставание от западного рынка и нерешенность некоторых стратегически важных задач. О не самом лучше состоянии логистического рынка свидетельствует рейтинг Всемирного банка, в котором логистическая отрасль России традиционно занимает не самые высокие позиции (например, в 2014 году страна заняла 90-е место из 160).

Изучение состояния рынка складской логистики представляется актуальным в условиях наблюдаемого в последние годы затянувшегося экономического кризиса, т.к. помимо компаний, деятельность которых так или иначе включает в себя транспортировку и логистику, существует также очень много организаций, которые напрямую функционируют в отрасли логистики.

Исходя из данных Всемирного банка, в которых сказано, что затраты на логистику в России выше, чем в других странах, а также отстает общая эффективность логистики, можем заключить, что у российских предприятий есть потребность в оптимизации своих логистических процессов (в том числе, это относится и к складской логистике).

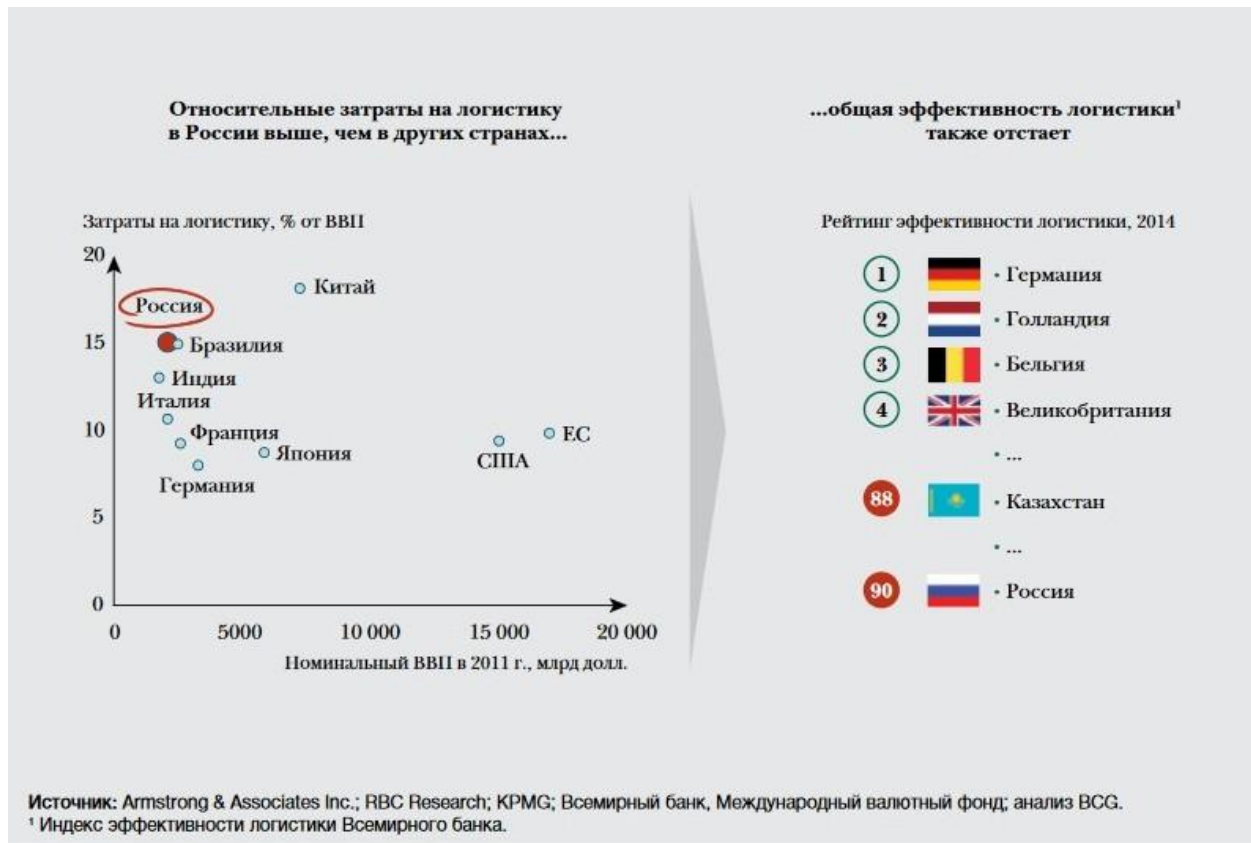


Рис. 1. Сравнительная эффективность логистики в России и в зарубежных странах на 2014 год

Как один из важнейших недостатков, ограничивающих рост и развитие логистической отрасли в России, можно выделить отсутствие качественной и эффективной логистической инфраструктуры, т.е. неподготовленность рынка складской логистики к тому спросу и задачам, которые ставит перед ним активно развивающаяся отрасль. К примеру, в России недостаточно эффективно работают мультимодальные транспортно-логистические терминалы (центры), что серьезно ограничивает развитие логистики. Подобные терминалы широко распространены в Европе и Америке – они позволяют серьезно оптимизировать логистические цепочки и сократить время грузопереработки и перевозки грузов. Комплексы оборудованы таким образом, что груз можно без затруднений перемещать между разными видами транспорта, а также между отдельно взятыми складами. Грузы группируются по частям, поэтому есть возможность создавать специальные группы товаров с отсроченным до удобного момента временем перевозки. Таким образом, появляется возможность эффективно использовать средства перевозки, оптимизируя их расписание движения.

По обеспеченности складскими площадями также существует заметное отставание от западных коллег. Даже на самом развитом с точки зрения складской инфраструктуры рынке – в Москве – обеспеченность складами в разы ниже, чем в столице любой западной страны. Очевидно, что в других регионах России ситуация не лучше, чем в столице.

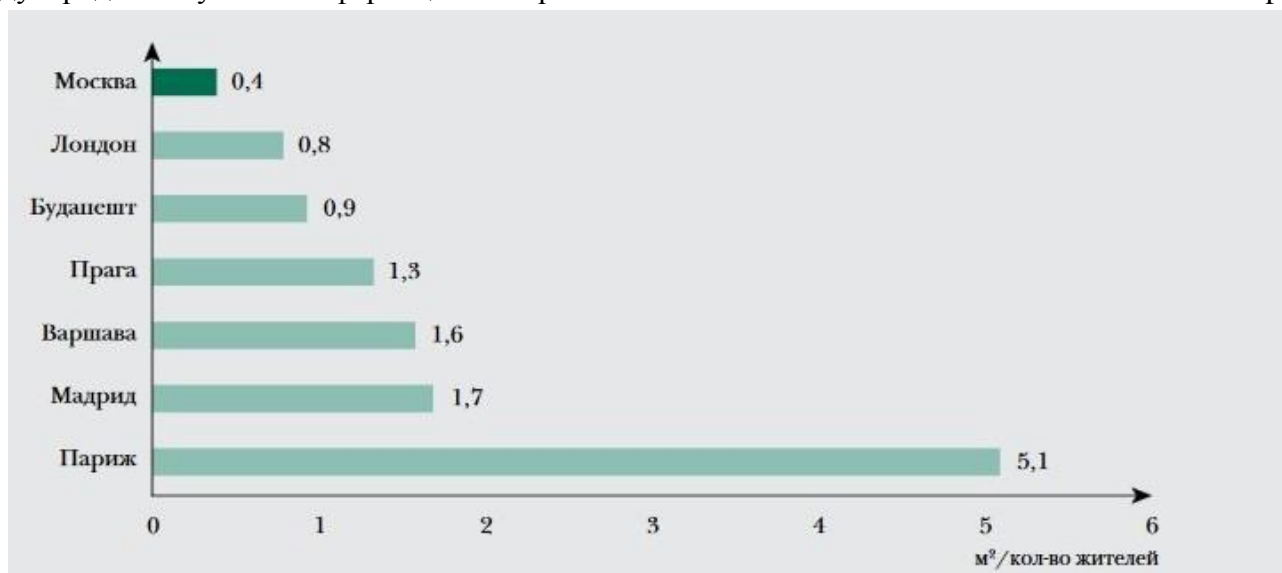


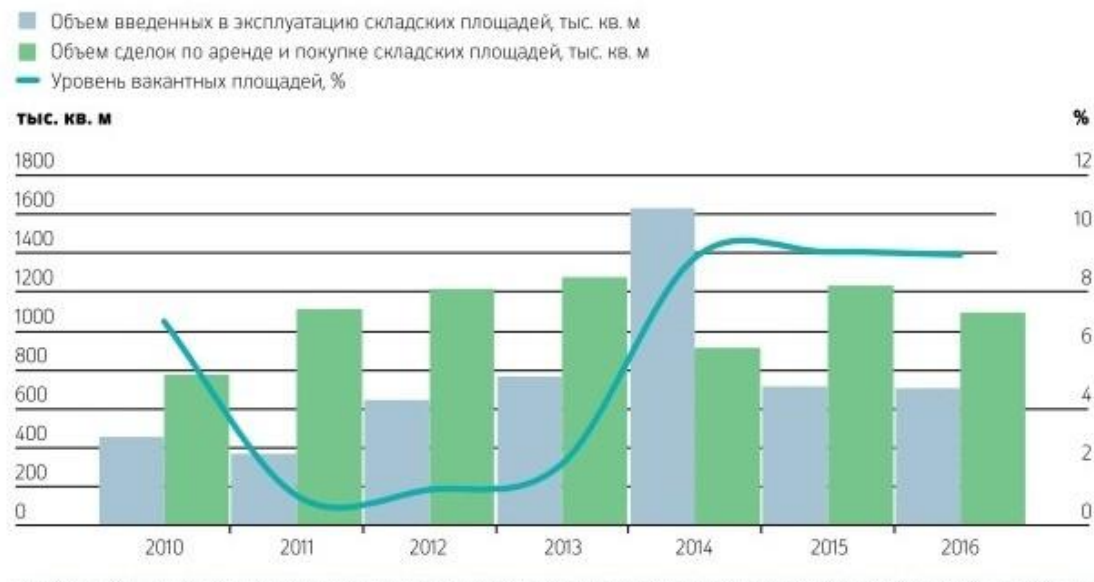
Рис. 2. Обеспеченность складскими площадями в Москве и на территории европейских городов

Помимо недостаточного количества складов, существует также и проблема функциональности существующих площадей. Многие существующие склады могут обеспечить лишь хранение товара, и это является проблемой, т.к. на сегодняшний день необходимы не просто площади с возможностью хранить товар до его востребования, нужны логистические центры с возможностями распределения грузов, комплектации заказов, упаковки и кодировки товаров. В связи с недостатком таких центров, многие отдельно взятые организации, не являющиеся логистическими по направлению деятельности, вынуждены развивать собственную логистику. Следствием того, что логистика не является основным профилем организаций, является то, что осуществляется логистический процесс недостаточно профессионально.

В последнее десятилетие наблюдается стремительное развитие ритейла. Соответственно, большое количество ритейлеров нужно обеспечить качественными логистическими услугами и, в частности, современными складскими помещениями. Несмотря на последние несколько «кризисных» для экономики лет, в течение которых произошел своеобразный естественный отбор игроков на рынке, и их количество уменьшилось, спрос на качественные склады все еще превышает предложение. Сегодня сфера складской логистики в России является достаточно динамичной отраслью, но ее развитие затрудняется высокой стоимостью проектов.

Как уже было отмечено раньше, в последнее время заметна тенденция возросшего интереса к роботизированным складам. Не обошла данная тенденция и российский рынок. Особенно данное явление имеет место в крупных компаниях, сфера деятельности которых находится в тех областях, где снижение влияния человеческого фактора положительно сказывается на работе склада. Принципиально важно наличие такого склада у компаний, хранящих вредную для здоровья человека продукцию, также желательно иметь роботизированный склад в случае, если продукция на нем требует некомфортных для человека условий хранения. Однако, в настоящее время использование роботизированного склада не сильно распространено, т.к. труд человека стоит меньше, чем моторизированный и программный продукт, и подавляющее большинство компаний предпочитает экономить в краткосрочной перспективе, не задумываясь о том, что в долгосрочной перспективе использование роботизированного склада может оказаться намного экономичнее.

Что касается общего состояния рынка складской недвижимости в России, ситуацию в целом до сих пор нельзя назвать удовлетворительной. Объем ввода в эксплуатацию складской и коммерческой недвижимости в прошлом году был по-прежнему меньше, чем спрос на нее. По данным Knight Frank, в прошлом году на рынке появилось 700 тыс. кв. м складов, при том что компании взяли в аренду 1 млн кв. м и купили 1,1 млн кв. м. При этом, большую часть спроса обеспечивали крупные производственные и логистические компании, в то время как спрос со стороны ритейлеров упал на 11% по Московскому региону [1, 30-33]. В других регионах страны наблюдается падение как минимум в два раза больше.



Источник: Knight Frank Research, 2017

Рис. 3. Динамика показателей рынка складских помещений в Московском регионе

По графику можно увидеть, что после 2014 года объем введенных в эксплуатацию складских площадей резко упал, в то время как объемы сделок по аренде и покупке складских площадей, наоборот, начали расти. Такое одновременное падение предложения и повышения спроса привело к стабилизации уровня вакантных площадей на уровне 9%, но, исходя из того факта, что объемы заключенных сделок сильно превышают объем складских площадей, можно сделать вывод, что вакантные площади не востребованы, потому что не отвечают требованиям, которые предъявляют компании к желаемому складу.

Кроме количественных изменений спроса и предложения, поменялся также и характер спроса на склады. По данным компании Knight Frank, большая часть сделок 2016-2017 годов была связана с переездом арендаторов в другой логистический комплекс/склад, отличающийся от предыдущего по качественным показателям либо по показателям вместимости.

Характер спроса выявляет наличие четко наметившегося тренда предпочтения складов build-to-suit, что означает строительство склада под конкретную организацию. В перспективе ожидается, что данный тренд не спадет, а в будущем будет только развиваться. Для девелоперов система build-to-suit удобна тем, что четко обозначен клиент/круг клиентов, и нет риска, что после сдачи в эксплуатацию помещение окажется невостребованным. Для арендаторов/покупателей склада система удобна тем, что позволяет уменьшить метраж помещений, заранее спланировать складские процессы, сократить время на обработку грузов и увеличить оборачиваемость площадей. Больше всего плюсов видится для компаний-ритейлеров: нет необходимости использовать склад общего назначения и приспособлять его под требования товара, который распространяет компания, есть возможность заранее подготовить себе удобную складскую площадку, тем самым оптимизировав одно из самых важных звеньев в логистической цепи.

Резюмируя, можно сказать, что отставание в вопросах оптимизации и эффективности логистики в общем и складской логистики в частности обусловлено тем, что долгое время вопросы эффективности отходили на второй план. В условиях общего подъема экономики большинство производителей товаров/услуг концентрировались на росте бизнеса, и для выполнения этой цели было достаточно решать задачи обеспечения производства в срок и в как можно большем объеме. Как только подъем сменился стагнацией, и обороты упали, появилась потребность в перестроении и оптимизации транспортно-логистической системы с целью сокращения затрат.

В целом перспективы рынка складской недвижимости России выглядят положительно. Региональная логистика будет развиваться, и, так как в регионах наблюдается проблема с готовыми площадями, будет сохраняться тренд постройки качественных складских площадей в формате build-to-suit.

В Московском регионе будет сохраняться определённый процент вакантных складских площадей, поэтому сделки будут заключаться как на готовых объектах, так и на заново отстроенных.

Так выглядит динамика прироста складских площадей в России по версии Knight Frank:

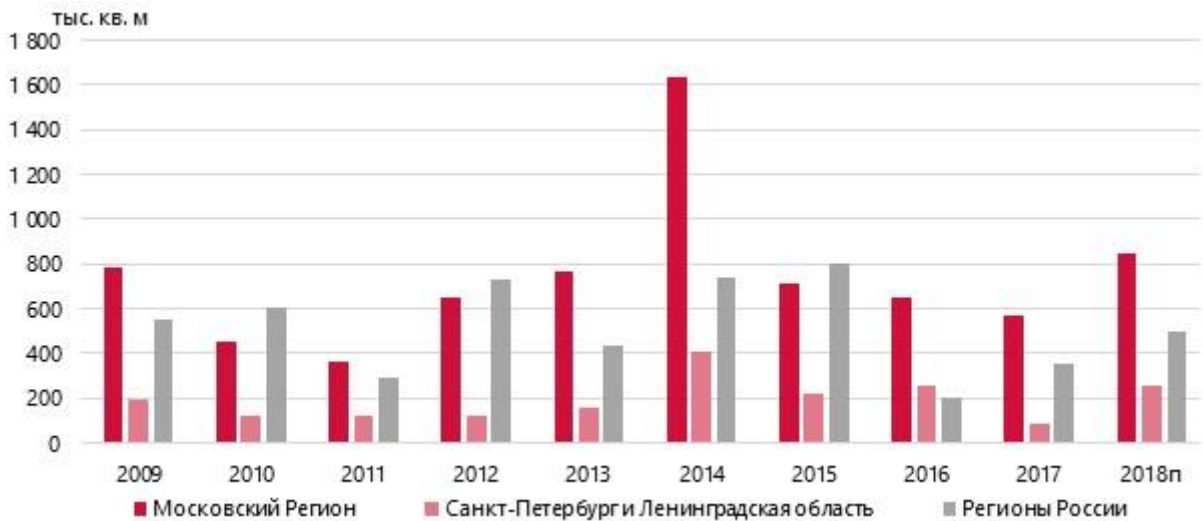


Рис. 4. Динамика прироста качественных складских площадей в России

Предсказуемо, прирост в Московском регионе выше, чем в остальных регионах России.

Рассмотрим, как распределились на 2018 год сделки по отрасли арендаторов/покупателей складской недвижимости.



Рис. 5. Распределение сделок (аренда, покупка складских площадей) по профилю компании

По рисунку видно, что самый большой процент сделок в 2018 году, несмотря на общее падение спроса прежних лет, совершается розничной торговлей, то есть ритейлерами. Розничная торговля распространена во всех секторах экономики, начиная от продуктов питания и заканчивая аксессуарами для домашних животных. Чтобы понять специфику организации складской деятельности в том или ином секторе экономики, необходимо рассматривать складскую логистику сквозь призму того сектора экономики, в котором функционирует организация.

Рассмотрим факторы, влияющие на итоговую стоимость обслуживания склада, так как затраты на склад также участвуют в политике ценообразования, а цена всегда является фактором конкурентоспособности на рынке. Факторы, влияющие на цену обслуживания склада, зависят от того, выбирает ли компания собственный склад либо склад общего пользования. Сравнение факторов затрат этих двух типов складов поможет выяснить, какой склад выгоднее для компании.

Таблица 1.

Факторы ценообразования в зависимости от типа склада

Тип склада	Факторы ценообразования
Собственный склад	-ежемесячная аренда либо затраты на строительство склада; -затраты на обслуживающий склад персонал; -затраты на погрузочную технику; -затраты на установку программного обеспечения склада (если устанавливается)
Склад общего пользования	-оплата за ответственное хранение по факту пользования услугой (включает в себя все необходимые сопутствующие затраты).

Несмотря на выгодность использования в краткосрочной перспективе склада общего пользования, на современном рынке сохраняется, как уже было сказано, тренд build-to-suit, что свидетельствует о предпочтении компаниями собственного склада. Связано это с тем, что компании хотят обладать высокой степенью контроля над операциями, а также иметь возможность сокращать переменные издержки по обработке единицы продукции, что возможно контролировать, только обладая собственным складом.

В заключение необходимо сказать, что, несмотря на продолжающуюся тенденцию отсутствия качественных складских площадей на рынке, вследствие появления тренда по строительству складов builds-to-suit есть основания полагать, что в ближайшее время ситуация изменится в лучшую сторону. Склады компаний станут более приспособлены для конкретных целей организации, что, несомненно, положительно скажется на всем комплексе предоставляемых компаниями услуг.

Библиографический список:

1. Колобкова В.А. Логистика в современном мире: особенности в России и ключевые проблемы / В.А. Колобкова, К.П. Винник // Вестник университета (государственный университет управления). – 2017.
2. Полховская П.Д. Роль складского хозяйства в логистической системе предприятия / П.Д. Полховская, Н.П. Карпова // Наука XXI века: актуальные направления развития. – 2016.
3. Ромейко К.А. Эффективность международной складской логистики / К.А. Ромейко // Тенденции развития науки и образования. – 2016.

Научное издание

Коллектив авторов

Сборник статей XXXVIII Международной научной конференции «Современная экономика»

ISBN 978-5-8807999-7-1

Журнал об экономических науках «Бенефициар»

Кемерово 2019