

АННОТАЦИИ

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ

Теплов В.И.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор, ректор

Тарасова Е.Е.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор кафедры коммерческой деятельности и рекламы, первый проректор по научной работе

Шеин Е.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, ведущий инженер-программист центра компьютерных технологий

Маркетинговая деятельность вузов: исследование субъектов и направления развития. С. 9-22.

Аннотация. Целями исследования является обоснование необходимости использования маркетингового подхода для продвижения образовательных услуг вузов, анализ основных групп субъектов их маркетинговой деятельности, обоснование основных направлений развития маркетинговой деятельности вузов. В ходе исследования использовались общенаучные и специальные экономические методы исследования. При использовании общенаучных методов в рамках логического подхода последовательно применялись методы синтеза, индукции и дедукции. Использование специальных экономических методов исследования базировалось на сочетании позитивного и нормативного анализов, при помощи которых производилась разработка алгоритма маркетинговой деятельности вуза.

В статье обоснована необходимость использования маркетингового подхода в деятельности вузов; проведено исследование основных групп субъектов маркетинговой деятельности вузов и дана их характеристика, обоснована необходимость проведения маркетинговых исследований рынка образовательных услуг и рынка труда; определены объекты маркетинга в сфере высшего образования, предложен алгоритм организации маркетинговой деятельности вуза; представлены основные направления маркетинговых коммуникаций вуза; показана роль интернет-технологий в развитии маркетинговой деятельности вузов.

Предложенный алгоритм организации маркетинговой деятельности вузов позволяет проводить анализ информации о его деятельности, выявлять потребность в необходимости использования маркетингового инструментария, формировать требования к организации маркетинговой деятельности, проводить оценку соответствия требованиям и корректировать свои действия.

Ключевые слова: маркетинговая деятельность вузов; маркетинг образовательных услуг; маркетинговые коммуникации; субъекты маркетинговой деятельности.

Терновский Д.С.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор кафедры таможенного менеджмента, статистики и экономического анализа

Прижигалинская Т.Н.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор кафедры экономического анализа и статистики, декан факультета заочного обучения

Лаврова Ю.С.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

Моделирование контрактации членов сельскохозяйственных потребительских кооперативов в условиях государственной поддержки кооперативного сектора экономики. С. 23-34.

Аннотация. Целью исследования выступает разработка модели контрактации членов сельскохозяйственных потребительских кооперативов с учетом реализации программ государственной поддержки развития их материально-технической базы в методологических границах транзакционной теории неполных контрактов и теории групп. В ходе достижения цели обоснованы институциональные предпосылки исследования контрактации в потребительских обществах и сельскохозяйственных потребительских кооперативах, заключающиеся в различном характере участия членов кооперативов в его экономической деятельности, что в рамках методологии неинституционализма представлено с позиций производства инклюзивных и эксклюзивных коллективных благ. Разработана модель контрактации в сельскохозяйственных потребительских кооперативах и обоснован механизм влияния государственной поддержки на параметры контрактации членов кооператива, позволившие установить позитивное влияние субсидирования развития материально-технической базы кооперативов на минимально допустимый и максимально возможный уровни кооперирования сельскохозяйственных товаропроизводителей. Выявлены различия в социальных результатах контрактации потребительских обществ и сельскохозяйственных потребительских кооперативах, заключающиеся в выделении расходов по созданию кооператива и выгоды от его деятельности в качестве инструментов регулирования уровня кооперирования, в соответствии с которыми социальные результаты контрактации в сельскохозяйственных потребительских кооперативах подчинены фактическому уровню кооперирования, а потребительские общества – объемам деятельности по предоставлению услуг пайщикам и некооперируемому обслуживаемому населению.

Ключевые слова: кооператив, сельскохозяйственный кооператив, потребительский кооператив, контрактация, государственная поддержка.

Роздольская И.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой маркетинга и менеджмента

Осадчая С.М.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга и менеджмента

Позиционирование социального маркетинга как инновационной платформы для осуществления изменений на региональном уровне. С. 35-50.

Аннотация. Статья посвящена вопросам социального маркетинга в целях осуществления изменений на региональном уровне.

Предложено структурно рассматривать процесс проектирования социально-маркетинговой модели развития региона.

Подчеркнуто, что вопросы позиционирования социального маркетинга как инструмента социальной ответственности бизнеса приобретают особую значимость в контексте субъектно-объектных взаимоотношений участников взаимодействия «бизнес-власть-общество».

Акцентируется внимание на росте интереса к использованию социального маркетинга со стороны делового сообщества, представители которого начинают более осознанно относиться к социальному маркетингу, видя в нем способ улучшения имиджа и репутации своих компаний, выстраивания неконфликтных отношений с обществом, властью и окружающей средой.

Предложено сущностное содержание социального маркетинга. Рассматривается инструментально-технологическая оснащенность социального маркетинга, в числе

эффективных инструментов которого выделены: социально значимая товарная политика, социально выдержанное ценообразование, социально ответственная логистика, социально ориентированные маркетинговые коммуникации, внутренний социальный маркетинг, экологическая ответственность, развитие местных сообществ, поддержание гармоничных отношений с органами власти.

В статье представлены результаты распределения мнений менеджеров компаний Белгородской области относительно реализации ими инструментов социального маркетинга. С целью реализации механизма формирования и развития социальной ответственности бизнеса региона авторы обращают внимание на необходимость выработки концепции становления института социального маркетинга. Значимость и актуальность социального маркетинга усиливаются применением комплексного подхода к стимулированию использования социального маркетинга хозяйствующими субъектами региона.

Ключевые слова: социальный маркетинг, социально-маркетинговая модель развития, инструментарий социального маркетинга, социально значимая товарная политика, социально выдержанное ценообразование, социально ответственная логистика, социально ориентированные маркетинговые коммуникации, внутренний социальный маркетинг, экологическая ответственность, развитие местных сообществ, поддержание гармоничных отношений с органами власти.

Снитко Л.Т.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой экономики

Савенкова И.В.

Белгородский государственный национальный исследовательский университет, канд. экон. наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и аудита

Система франчайзинга и его эффективность на конкурентном товарном рынке. С. 51-61.

Аннотация. Франчайзинг, являясь выгодным видом предпринимательской деятельности, позволяющим сводить всевозможные риски к нулю, использовать известный бренд и готовую бизнес-модель с наработанной клиентурой, в скором будущем может стать одним из основных инструментов развития потребительского рынка. Успех франчайзинга обеспечен сочетанием стимула личного владения с управленческим и техническим мастерством бизнеса. Ввиду актуальности данной тематики целью настоящего исследования является изучение особенностей системы франчайзинга, выявление его преимуществ и определение проблем, препятствующих его развитию, а также доказательство эффективности организации франчайзинга на конкурентном товарном рынке. В ходе исследования использовались общенаучные, качественные и количественные методы экономического исследования. Проведенное исследование позволило: во-первых, установить схему отношений в системе франчайзинга – для предпринимателей франчайзинг предлагает краткий путь к росту, так как они получают готовое дело, для франчайзи франчайзинг дает возможность быстрого развития, франчайзер растет, позволяя предпринимателям финансировать его рост через продажу франшиз; во-вторых, выявить преимущества франчайзинга перед другими видами предпринимательской деятельности, начинающейся «с нуля»; в третьих, определить проблемы, препятствующие полноценному развитию франчайзинга, в числе которых несовершенство законодательной базы и отсутствие государственной поддержки; в четвертых, представить авторскую систему классификации существующих видов франчайзинга, основной типовой характеристикой которой является объект франшизы: торговый, производственный, сервисный или смешанный; в пятых, доказать, что благодаря преимуществам бизнес-концепции и вопреки существующим проблемам

эффективность коммерческой работы предприятий по франшизе может быть на достаточно высоком уровне.

Ключевые слова: франчайзинг, система отношений франчайзинга, преимущества франчайзинга, проблемы франчайзинга, классификация франчайзинга, эффективность франчайзинга, конкурентный товарный рынок.

Мешечкина Р.П.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор, декан факультета таможенного дела

Шиленко С.И.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой коммерческой деятельности и рекламы

Инновационное развитие России: региональный аспект и перспективы международного сотрудничества. С. 62-77.

Аннотация. Модернизация экономики и ее инновационное развитие является одним из приоритетных направлений государственной политики России. Ее реализация нашла отражение в стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года в государственной программе «Экономическое развитие и инновационная экономика», предусматривающей разработку региональных программ инновационного развития. В число регионов, участвующей в разработке и реализации инновационных проектов, входит Белгородская область, где создана интеллектуально-инновационная система (БИИС), в реализацию инновационных проектов вовлечены бизнес-структуры малого и среднего предпринимательства, сформированы технологические платформы и функционируют инновационные кластеры, результаты деятельности которых нуждаются в продвижении на зарубежные рынки, что возможно только на основе развития международного сотрудничества в инновационной сфере.

Актуальность исследуемой проблемы и необходимость ее теоретической проработки и практического обоснования обусловили выбор темы данной статьи.

Целью статьи является исследование процесса инновационного развития России и реализации региональной инновационной политики Белгородской области, изучение, анализ ее результативности, обобщение опыта развития технопарков и определение направлений возможности участия России и ее региональных субъектов в мировой инновационной системе.

Ключевые слова: экспорт, высокотехнологичная продукция, мировой рынок, мировая инновационная система, малый и средний бизнес, инновационное развитие, региональная экономика, технопарки, бизнес-инкубаторы, таможенно-тарифное и нетарифное регулирование.

Тарасова Т.Ф.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор кафедры экономики

Коробкин А.З.

Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации (г. Гомель), канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой экономических и правовых дисциплин

Подходы к определению сущности и измерению эффективности кооперативной торговли. С. 78-86.

Аннотация. В статье раскрыта сущность эффективности торговли как экономической категории, определен критерий социальной эффективности торговли.

Потребительская кооперация в современных условиях находится на этапе глубоких преобразований всех сторон своей деятельности. Наличие законодательной базы создает

предпосылки для повышения ее роли в решении экономических и социальных проблем общества, улучшения обслуживания пайщиков и всего населения. Социальная направленность деятельности потребительской кооперации является характерной для всего периода развития кооперативного движения и обусловлена его природой. Поскольку розничная торговля потребительского общества осуществляет двуединую социально-экономическую деятельность, в составе показателей выделяются две подгруппы: показатели эффективности социальной деятельности и показатели эффективности экономической деятельности.

В современных условиях это требует наряду с выявлением и оценкой эффективности отдельных организационных, экономических и других мер, призванных ускорить развитие рыночных отношений, глубокого изучения социальных аспектов развития и оценки социальной эффективности розничной торговли потребительской кооперации.

В статье предложена к использованию на практике система показателей оценки социальной эффективности торговли, состоящая из нескольких подсистем. По отдельным показателям представлен порядок расчета.

Следует отметить, что поскольку все отрасли кооперативного хозяйства тесно взаимосвязаны между собой, а розничная торговля системы представляет завершающую стадию единого технологического процесса «закупка-переработка-сбыт», оценка объемов деятельности и эффективности потребительского общества в единой системе показателей является оправданной.

Ключевые слова: социальная эффективность торговли; система показателей; критерий эффективности; покупательный спрос; товар.

Трошихин В.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р филос. наук, профессор, зав. кафедрой гуманитарных и социально-экономических наук

Философия экономики как научно-исследовательский проект. С. 87-99.

Аннотация. В статье на основе междисциплинарного подхода, предполагающего взаимодействие методологических арсеналов философии, экономической теории, социологии, психологии и других гуманитарных и социально-экономических дисциплин, предпринята попытка концептуального обоснования «философии экономики» как научно-исследовательского проекта в статусе философской дисциплины, целостно интегрирующей проблемы экономики, общества и человека. Это обусловило социально-антропологическое рассмотрение экономики с методолого-гносеологических, социокультурных и ценностных оснований, что позволило актуализировать в предметном поле научно-исследовательского проекта проблемы нового типа рациональности, «экономического человека» и «экономической культуры».

В статье нашла свое отражение история становления междисциплинарного поля философии экономики, где взаимодействуют психология в качестве мотивов экономического поведения, социология как концепция социальной стратификации, экономическая и философская антропология, в которых взаимоувязана экономическая деятельность с ее этическими, аксиологическими и социокультурными основаниями, а также экономическая теория и экономический анализ, учитывающие объективные закономерности рынка.

Методологическое обоснование философии экономики, наряду с использованием базовых методов концептуализации междисциплинарных явлений, таких как идеализация, анализ и обобщение, потребовало задействовать метод сравнения, позволивший установить концептуальные различия между «философией экономики» и «философией хозяйства» на основе позитивного анализа аксиологических оснований этих научных дисциплин.

Ключевые слова: философская антропология, экономическая антропология, экономическая рациональность, экономический человек, экономическая культура, антропологическая модель, мировоззренческие и аксиологические основания.

Матвеева О.П.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой таможенных операций и таможенного контроля

Алейников И.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, доцент кафедры таможенных операций и таможенного контроля

Повышение качества государственного контроля в автомобильных пунктах пропуска таможенными органами на основе сокращения времени его проведения. С. 100-112.

Аннотация. Целью исследования является изучение, выявление проблем организации и проведения государственного контроля таможенными органами, расположенными в автомобильных пунктах пропуска через государственную границу Российской Федерации, и разработка направлений повышения качества его проведения. Данная цель достигается на основе результатов критического анализа организации и проведения государственного контроля таможенными органами, которые выступили основой обоснования сокращения времени проведения государственных видов контроля в автомобильных пунктах пропуска как одного из слагаемых качества проведения государственного контроля, нацеленного на: минимизацию логистических и таможенных затрат при перемещении товаров через таможенную границу; создание оптимальных условий ведения международного бизнеса; изменение позиции государств-членов Евразийского экономического союза в рейтинге Всемирного банка Doing business по показателю «Международная торговля». При выполнении научной работы использовались общенаучные и специальные экономические методы исследования. При использовании общенаучных методов в рамках логического подхода последовательно применялись методы анализа и синтеза, индукции и дедукции. Проведенное исследование позволило установить, что только комплексная реализация предложенных мер по сокращению времени проведения государственных видов контроля в автомобильных пунктах пропуска, обуславливающая повышение результативности деятельности таможенного органа и сокращение издержки экономических операторов при ввозе товаров на таможенную территорию Евразийского экономического союза, способна обеспечить новое качество его проведения.

Ключевые слова: таможенные органы, автомобильный пункт пропуска, государственный контроль, качество государственного контроля, время проведения государственного контроля.

Цацулин А.Н.

Северо-Западный институт управления РАНХиГС при Президенте РФ, д-р экон. наук, профессор, Почетный работник высшего профессионального образования РФ, профессор кафедры финансового менеджмента

О построении индексных моделей анализа материальных оборотных активов в торговле. С. 113-128.

Аннотация. В продолжении статьи рассматриваются принципы и методы построения гибридной модели многофакторного индексного анализа обращения материальных активов на примере розничного торгового предприятия. Анализ времени и скорости движения оборотных средств проведен в отношении товарных запасов текущего хранения по однородным позициям группового ассортимента обувного отдела

экономического субъекта. Отдельно были построены модель времени и модель скорости оборачиваемости изучаемых активов. А на заключительном этапе, применяя процедуру так называемого индексного кроссинга, была сконструирована $v|t$ -модель, которая содержит пять самостоятельных признаков-факторов. За каждым из учтенных признаков-факторов скрывается свой стандартный статистический показатель, по которому традиционно осуществляется экономический анализ в зависимости от сформулированных целей и задач как на предприятиях, так и для специальных прикладных исследований. Эти же показатели служат индикаторами финансового состояния любого экономического субъекта, сравнительными характеристиками при оценке конкурентоспособности субъекта на товарных рынках и могут быть использованы при оценках рыночной стоимости бизнеса. Полученная модель верифицирована, по ней проведены достоверные расчеты. Модель открывает новые горизонты проведения финансово-экономического анализа движения материальных активов предприятия, позволяет комплексно изучать параметры скорости и времени товарного обращения. Последнее осложнено, а подчас бывает и вовсе невозможно в эконометрических многофакторных моделях в связи с явлением мультиколлинеарности признаков-факторов. Отмеченное обстоятельство делает перспективной построенную впервые подобную гибридную модель для решения задач краткосрочного прогнозирования и в целях оперативного планирования.

Ключевые слова: простой индекс, аналитический индекс, индексный кроссинг, индексный микст-анализ, гибридная модель факторного анализа, первичный и вторичный признак, средства обращения, оборотные активы.

Соловях Н.Н.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва), канд. экон. наук, профессор кафедры экономической теории

Алиев В.М.

Международный юридический институт «МЮИ» (г. Москва), д-р юрид. наук, профессор кафедры уголовно-правовых дисциплин

Собственность в институциональной экономике и экономико-правовые основания ответственности за незаконное завладение имуществом организаций. С. 129-139.

Аннотация. Статья посвящена проблемам трактовки собственности институциональной экономики и экономико-правовых оснований ответственности за незаконное завладение объектами собственности. Обосновывается положение о том, что в господствующей в современном мире системе ценностей, где конечный критерий развития – уровень достигнутого потребления экономических благ, наиболее эффективной институциональной средой для экономического роста является сбалансированное и гармоничное развитие всех форм собственности. На основе анализа сложившихся в российской экономике макроэкономических воспроизводственных пропорций делается вывод о том, что условия и механизм их формирования для решения задач сбалансированности внутреннего рынка не созданы. Поэтому государство обязано не только взять на себя функции непосредственного инвестора, но и создать благоприятные условия для инвестиционной деятельности предпринимателей, гарантировать права частной собственности, повысить уровень мотивации субъектов, лично заинтересованных в успехе бизнеса – предпринимателей. Масштабы экономической преступности, усилившаяся криминальная экспансия в экономику свидетельствуют об отсутствии достаточной защищенности предпринимателя как субъекта предпринимательской деятельности на всех этапах ее существования. Угрожая стабильности экономических отношений, данный вид преступности превратился в один из главных источников негативного воздействия на процессы социального, экономического и политического развития страны. Рассмотрение экономико-правовых аспектов распространения данных преступлений позволило авторам предложить ряд мер по противодействию их росту.

Ключевые слова: собственность, институциональная экономика, предпринимательство, теория прав собственности, устойчивая экономическая среда, незаконное завладение имуществом организаций, экономические преступления, слияние и поглощение предприятий, рейдерство.

Прушковский Л.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, профессор кафедры коммерческой деятельности и рекламы

Глазунова О.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры коммерческой деятельности и рекламы

Наплекова Ю.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры коммерческой деятельности и рекламы

Проектирование распределительных товаропроводящих систем. С. 140-147.

Аннотация. Создание инновационных высокоэффективных распределительных товаропроводящих систем, способных обеспечить наличие необходимого товара в необходимом месте, в необходимое время, в потребном количестве, с минимальными затратами и по приемлемой цене, является основной целью совершенствования торговли на базе концепции логистики. Такие системы должны иметь высокую способность адаптироваться к изменениям окружающей среды.

Товаропроводящая цепь включает производственное предприятие, оптовый склад, предприятия розничной торговли и соединяющие их транспортные звенья. Совместными действиями перечисленные участники товаропроводящей цепи продвигают свои товары и услуги от производства к конечному потребителю. Происходившие в начале 90-х гг. 20 века преобразования в экономике повлекли за собой нарушение процессов в торговле. В связи с этим для сложившейся организации отечественного товародвижения стала характерной слабая координация действий участников логистической товаропроводящей цепи. В настоящее время распределение товаров и услуг в целом по товаропроводящей цепи, по нашему мнению, нерационально и носит случайный характер, что связано с недостатком в планировании распределительных товаропроводящих систем.

В статье обосновано содержание двух основных значимых этапов проектирования логистических систем распределения продукции и услуг, раскрыты преимущества и недостатки логистических систем распределения продукции и услуг в зависимости от уровня элемента распределения, выделены основные типы элементов логистических систем распределения продукции и услуг.

Ключевые слова: проектирование, логистическая система распределения продукции, этап, дивергенция, конвергенция, тип, факторы.

Кононенко Р.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры экономики

Маркетинг территории: сущность и цели применения. С. 148-156.

Аннотация. Целью настоящего исследования явилось изучение причин и условий становления маркетинга территорий как научно-практического направления исследований, выявление побудительных мотивов проведения маркетинга территорий административно-территориальными образованиями. Для достижения поставленной в исследовании цели использовались диалектический, системный и комплексный подходы к изучению экономических явлений и процессов, общенаучные методы (наблюдение, анализ, синтез), что позволило обеспечить аргументированность и достоверность выводов.

В рамках проведенного исследования были установлены причины формирования научно-практического направления исследований – маркетинга территорий. Также было выявлено, что основными целями использования маркетинга территорий на практике является получение экономической выгоды для субъектов данной территории, а также формирование видения осознанного и планомерного развития территории. Были выявлены общие черты стратегии развития территорий независимо от имеющегося потенциала и интересов резидентов и нерезидентов территорий. Систематизированы инструменты маркетинга территорий, используемые в интересах оценки количественных параметров территорий. Практическая значимость выполненного исследования состоит в установлении целей и необходимости проведения маркетинга территорий, а также систематизации инструментария количественной и качественной оценки территории. Результаты исследования могут послужить теоретической основой для разработки стратегии развития территории.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинг территорий, брендинг территории.

Шипицын А.В.

Университет Линчепинга (г. Линчепинг, Швеция), канд. экон. наук, ментор магистерской программы «Статистика и интеллектуальный анализ данных»

Журавлева Н.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры таможенного менеджмента, статистики и экономического анализа

Создание массива данных из корпоративных финансовых отчетов: проблемы и решения. С. 157-169.

Аннотация. В статье рассмотрен процесс создания массива данных из корпоративных финансовых отчетов для дальнейшего статистического анализа. Рассмотрены процессы: загрузки отчетов, первичной обработки, слияния в обобщенную таблицу, чистки данных, устранения мультиколлинеарности, нормализации и снижения размерности. Целью исследования является разработка методики создания массива данных из корпоративных финансовых отчетов и ее практическое применение для получения массива данных. В процессе исследования использовались методы статистического анализа и компьютерной обработки данных. Были загружены годовые финансовые отчеты корпораций из индекса SP500 в периоде 2008–2012 годов и сведены в массив данных с характеристиками: 1620 наблюдений по строкам и 115 финансовых переменных по столбцам. Предложено решение проблемы различных структур отчетов методом максимального множества наименований статей. Предложен метод устранения мультиколлинеарности массива данных – алгоритм разбиения коллинеарных пар с вычислительной сложностью $O(n^2)$. Приведен код алгоритма на языке программирования R. Создан массив данных финансовых отчетов с устраненной коллинеарностью, состоящий из 75 или 69 финансовых переменных в зависимости от метода разбиения. В предложенном алгоритме переменные не трансформируются, что делает возможным экономическую интерпретацию результатов. Нормализацию финансовых переменных предложено выполнять по принципу вертикального анализа финансовых отчетов. Статьи отчета о денежных потоках предложено делить на сумму абсолютных величин компонентов денежных потоков или на сумму активов и выручки. Снижение размерности предложено проводить методом принципиальных компонентов (PCA). Он позволяет уменьшить размерность до 5 нестандартизированных принципиальных компонентов или до 46 стандартизированных компонентов при объяснении 95% вариации.

Ключевые слова: массив данных финансовых отчетов, мультиколлинеарность, метод разбиения коллинеарных пар, нормализация финансовых статей.

Малых М.С.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

Гюнтер И.Н.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры финансов и таможенных доходов

Формирование механизма государственного регулирования финансирования интеграционных процессов в аграрной сфере. С. 170-179.

Аннотация. В процессе модернизации и интеграции предприятий АПК экономическая сущность, смысловое наполнение и значение финансовых ресурсов приобретают качественно новые признаки, количественно разнообразные свойства и характеристику. Поэтому немедленной потребностью сегодняшнего дня является разработка новых теоретических и практических основ системы регулирования и управления финансовыми ресурсами агропромышленных компаний.

Статья направлена на исследование составляющих государственного регулирования развития интеграционных процессов в рамках финансирования агропромышленных формирований. В статье исследованы теоретические и практические основы системы управления финансовыми ресурсами агропромышленных компаний. Авторами обоснованы необходимость государственного регулирования и государственной поддержки финансирования как интеграционных процессов сельхозпроизводителей в целом, так и агропромышленных компаний в частности.

В статье выделены основные элементы концепции государственной финансовой помощи, среди которых наиболее существенными являются: льготное привлечение денежных средств, проведение эффективной системной помощи по регулированию цен, осуществление протекционистской политики от неравной конкуренции, гарантия доступа к госзаказам и льготным кредитам.

По результатам исследования раскрыты приоритетные направления государственной поддержки интеграционных процессов, обоснована необходимость их стимулирования со стороны государства и отражены мероприятия, способствующие активизации обеспечения сельхозпроизводителей финансовыми ресурсами.

В статье предложен механизм государственного регулирования обеспечения финансовыми ресурсами с целью продуктивного развития агропромышленного комплекса.

Ключевые слова: агропромышленные компании, интеграционные процессы, механизм государственного регулирования, доступное финансирование, инвестиционные ресурсы, кредитные ресурсы, кредитная кооперация.

Черникова Е.И.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры теории и истории кооперативного движения

Трунов А.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. филос. наук, доцент кафедры социальной работы и психологии

Генезис теории и практики кооперативного движения. С. 180-189.

Аннотация. В статье с опорой на принципы объективности и историзма реконструированы социально-экономические воззрения Питера Корнелиуса Плокхоя, голландского религиозного и общественного деятеля, который в 50-е годы XVII века переехал в Англию и разработал уникальный проект организации кооперативного движения на основе ценностей реформированного христианства. Основная цель данной статьи заключается в том, чтобы проанализировать социально-экономические воззрения П. Плокхоя в контексте более адекватного понимания тех исторических реалий, в которых зарождалось кооперативное движение. Оригинальность и новизна предложенных

П. Плокхоем идей резко отличались от характерных для того времени утопических теорий построения идеального общества, поскольку они были ориентированы на решение конкретных проблем: безработицы, бедности, социальной дезинтеграции и поляризации, резкого падения уровня благосостояния основной массы трудящихся. Многие из этих проблем кооперативное движение решает и в наши дни. Социально-экономический проект П. Плокхоя, подразумевавший реальную организацию кооперативного движения, получил одобрение со стороны лидера Английской революции Оливера Кромвеля, однако из-за смерти последнего так и не был претворен в жизнь. Попытка реализовать этот же проект в колонии-поселении в Северной Америке группой голландских единомышленников П. Плокхоя также не увенчалась успехом, поскольку данная местность была захвачена англичанами. Все это позволяет сделать вывод о том, что благоприятные условия для полноценного социально-экономического развития кооперативного движения в середине XVII века еще не сложились, однако именно с этого времени фактически и берут свое начало его истоки. В связи с этим П. Плокхоя по праву можно считать одним из первых теоретиков и практиков, оказавших значительное влияние на генезис и последующее развитие кооперативного движения.

Ключевые слова: Роберт Оуэн, кооперация, кооперативное движение, Англия, революция, Питер Корнелиус Плокхой, социально-экономический проект, кооперативная республика.

Семенов Г.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры теории и истории кооперативного движения

Чуйкова В.М.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры теории и истории кооперативного движения

Афанасьева Л.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры теории и истории кооперативного движения

Сельскохозяйственные потребительские кооперативы как институт устойчивого развития сельских территорий. С. 190-205.

Аннотация. Целью исследования явился анализ основных проблем и обоснование преимуществ развития сельскохозяйственной потребительской кооперации в России. Исследование основывается на системном подходе к изучению региональной сельскохозяйственной потребительской кооперации, используются монографический, абстрактно-логический, статистико-экономический, графический, социологический и другие методы исследования. Использование методов экономико-статистического исследования: графического, методов выборочного наблюдения, динамических рядов позволило выявить основные тенденции развития сельскохозяйственной потребительской кооперации, сельскохозяйственных потребительских и производственных кооперативов. Направлениями аналитической оценки выступили: количество сельскохозяйственных кооперативов, основные показатели развития сельскохозяйственной потребительской кооперации, статистика по количеству потребительских кооперативов по Центральному Федеральному округу. С помощью исторического метода в статье исследованы этапы становления системы сельскохозяйственной кооперации в нашей стране; представлена современная классификация сельскохозяйственных кооперативов; изучены нормативные акты и государственные программы, определяющие развитие сельскохозяйственной кооперации в России. В работе проанализированы данные о выполнении областной целевой программы по устойчивому развитию сельских территорий через организацию и развитие производства продукции в личных подсобных хозяйствах граждан и в крестьянско-фермерских хозяйствах. Социологическое исследование реализации проекта

«Семейные фермы Белогорья» позволило на государственном уровне определить признание необходимости развития сельскохозяйственной потребительской кооперации как условия обеспечения рентабельности сельскохозяйственного производства, обеспечения занятости населения в сельской местности, повышения покупательной способности сельского населения и, соответственно, устойчивого развития сельских территорий.

Ключевые слова: сельскохозяйственная кооперация, сельские территории, организации потребительской кооперации, сельскохозяйственные потребительские кооперативы, сельскохозяйственные производственные кооперативы, крестьянские (фермерские) хозяйства, кооперация, интеграция.

Молчанова Л.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры финансов и таможенных доходов

Шанина А.Н.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

Коваль Н.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

Депозитная политика коммерческого банка и инструменты ее реализации. С. 206-213

Аннотация. В настоящее время актуальность проблемы пересмотра депозитной политики на уровне каждого банка и активизации инструментов удержания существующих депозитных источников, а также наращивание их объема обуславливается исключительно острым дефицитом российской экономики в недорогих кредитных ресурсах. Кроме того, пересмотр проблемы вызван необходимостью стабилизации ситуации в банковской системе, предотвращения негативной тенденции оттока средств с депозитных счетов физических и юридических лиц и преодоления панических настроений, приводящих к падению уровня ликвидности и платежеспособности банков, а иногда и к их банкротству вследствие изъятия значительных сумм денежных средств.

В статье определены особенности формирования и проблемы реализации депозитной политики коммерческих банков. Отражены место и роль депозитной политики коммерческого банка в обеспечении эффективности банковской системы. Обобщены инструменты реализации депозитной политики коммерческого банка. Предложен ряд мероприятий для улучшения формирования депозитной политики банков. В частности, определено, что современная депозитная политика должна строиться на обоснованных процентных ставках, предусматривать более широкое использование инновационных депозитных продуктов – мультивалютных, индексированных, гибридных, условных, специальных накопительных и структурированных, ориентироваться на высокий уровень сервиса для клиентов

Ключевые слова: депозитная политика, обязательства банка, инструменты депозитной политики, банковская система, проблемы депозитной политики, инструменты реализации депозитной политики.

Алейников И.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, доцент кафедры таможенных операций и таможенного контроля

Матвеева О.П.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой таможенных операций и таможенного контроля

Повышение качества проведения фактического таможенного контроля на основе использования инспекционно-досмотровых комплексов. С. 214-226.

Аннотация. Целями исследования являются изучение, выявление проблем проведения фактического таможенного контроля таможенными органами Российской Федерации, которые расположены в автомобильных пунктах пропуска через государственную границу страны, и разработка направлений повышения качества его проведения. Данная цель достигается на основе результатов критического анализа проведения фактического таможенного контроля таможенными органами, которые явились основой обоснования модернизации и расширения практики применения технических средств таможенного контроля в виде инспекционно-досмотровых комплексов (ИДК) как одного из слагаемых качества проведения фактического таможенного контроля, нацеленного на: обеспечение соблюдения принципа выборочности проведения таможенного контроля и оптимизации времени его проведения, ускорение совершения таможенных операций в пунктах пропуска; минимизацию логистических издержек экономических операторов и таможенных ресурсов в рамках реализации международных коммерческих сделок. При выполнении научной работы использовались общенаучные и специальные экономические методы исследования. При использовании общенаучных методов в рамках логического подхода последовательно применялись методы анализа и синтеза, индукции и дедукции. Проведенное исследование позволило установить, что в результате реализации выработанных мер по модернизации и расширению практики применения технических средств таможенного контроля в виде ИДК в автомобильных и железнодорожных пунктах пропуска возможно повышение не только качества проведения фактического таможенного контроля, но и результативности деятельности таможенных органов по исследуемому направлению.

Ключевые слова: таможенные органы, фактический таможенный контроль, таможенный досмотр, таможенный осмотр, качество проведения фактического таможенного контроля, инспекционно-досмотровые комплексы.

Квон Г.М.

Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н. Туполева, канд. экон. наук, профессор кафедры экономической теории

Тротт К.С.

Санкт-Петербургский государственный экономический университет, магистр

Исследование гетерогенности и взаимосвязей инновационных показателей регионов-доноров современной России. С. 227-236.

Аннотация. Данная статья посвящена проблеме неоднородности инновационного развития, выявлению некоторых сильных и весьма сильных связей инновационных показателей регионов-доноров современной России. Объектом исследования являются регионы-доноры современной России, а предметом исследования – неоднородность и корреляционные зависимости инновационных индикаторов на региональном уровне. Проведенное исследование связано с выявлением узловых точек несбалансированного инновационного развития группы регионов-доноров России ввиду неравномерности их общего социально-экономического развития, инвестиционного развития и уровня конкурентоспособности. Неравномерное инновационное развитие страны в целом связано со значительным опережающим развитием регионов-доноров и хроническим отставанием депрессивных регионов. Актуальность результатов данной статьи заключается в выделении показателей инновационного развития, которые вносят большую неоднородность, и связей между инновационными индикаторами для группы регионов-доноров. Более того, в рамках статьи были выявлены сильные и весьма сильные связи между исследуемыми инновационными переменными. Выделены четыре блока данных, состоящих из 58 переменных инновационного развития и отвечающих за затраты на научные исследования и разработки, затраты на развитие человеческого капитала в секторе научных исследований и разработок, результативность и динамизм

инновационного развития, общие социально-экономические условия. В данной статье определены наименее однородные инновационные показатели, высокие значимые связи между инновационными показателями для группы современных регионов-доноров. Результаты проведенного анализа позволяют наметить перспективы инновационного развития регионов-доноров и реализации их миссии опережения и дистрибуции.

Ключевые слова: инновационное развитие, регионы-доноры России, неоднородность, корреляционный анализ.

Либрам Л.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, ассистент кафедры теории и истории кооперативного движения

Анализ комплекса маркетинга в розничной торговле потребительской кооперации. С. 237-256.

Аннотация. Целью исследования является проведение анализа комплекса маркетинга розничной торговли потребительской кооперации (на примере Белгородской области). Данная цель предопределила постановку следующих задач: изучить теоретические основы комплекса маркетинга; дать характеристику каждого элемента комплекса маркетинга, выявить особенности комплекса маркетинга розничной торговли, проанализировать применение комплекса маркетинга розничной торговли потребительской кооперации; сделать выводы по результатам анализа.

В статье представлено теоретическое обоснование комплекса маркетинга, рассмотрены его составляющие, такие как: продукт (товар), цена, доведение продукта до потребителя (сбыт), продвижение. Выявлены особенности маркетинга розничного торгового предприятия, включающего многие черты основных классических концепций, основной из которых является то, что упор делается не на товар, а на услуги по его предложению и поддержке. Проведен анализ составляющих комплекса маркетинга розничной торговли в организациях потребительской кооперации Белгородской области за 2010–2015 годы, выявлены тенденции, сложившиеся в элементах комплекса маркетинга, рассмотрены особенности комплекса маркетинга розничной торговли потребительской кооперации.

Проведенный анализ позволил выявить отрицательные тенденции развития отдельных элементов комплекса маркетинга, увидеть причины сложившейся ситуации. Анализ показал, что использование комплекса маркетинга на протяжении исследуемого периода, проходило не совсем эффективно, но его использование позволило многим кооперативным организациям получить прибыль, а в дальнейшем его использование с возможной вариацией элементов может привести и другие организации к желаемым результатам – возврату своего целевого сегмента, в первую очередь пайщиков, увеличению результативности деятельности и конкурентоспособности организации.

Ключевые слова: комплекс маркетинга, продукт, цена, доведение продукта до потребителя, продвижение продукта, розничная торговля, организации потребительской кооперации.

Тарасова К.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

Формирование маркетинговой информационной системы на основе клиентоориентированного подхода. С. 257-269.

Аннотация. Целью исследования является разработка модели формирования маркетинговой информационной системы на основе клиентоориентированного подхода. В ходе исследования использовались общенаучные и специальные экономические методы исследования: синтеза, индукции и дедукции, методы позитивного и нормативного

анализа, при помощи которых осуществлялась разработка модели формирования маркетинговой информационной системы на основе клиентоориентированного подхода.

В статье обоснована необходимость использования клиентоориентированного подхода при формировании маркетинговой информационной системы, исследована его сущность. Для его реализации предлагается использование системы управления взаимоотношениями с клиентами – CRM-системы. В ходе исследования дана характеристика CRM-систем, рассмотрены механизмы информационного обеспечения клиентоориентированного подхода, определены требования, необходимые для эффективного функционирования маркетинговой информационной системы на основе клиентоориентированного подхода, в числе которых: функциональность системы; надежность функционирования; интерактивность работы; возможность подключения к уже имеющимся базам данных; наличие хранилища данных, основанного на новейших достижениях в области проектирования баз данных; возможность конвертации данных в другие системы; синхронизированность управления всеми каналами взаимодействия; постоянный анализ собранной информации об истории контактов с клиентами.

Для повышения эффективности маркетинговой деятельности предлагается модель формирования маркетинговой информационной системы на основе клиентоориентированного подхода, использование которой позволит решать задачи обеспечения взаимодействия с клиентами, удовлетворять их потребности, повышать лояльность.

Ключевые слова: маркетинговая информационная система, клиентоориентированный подход, CRM-система.

Гальченко С.А.

Курский государственный университет, канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента и ГМУ

Промышленность курской области – «точка роста» социально-экономического развития региона. С. 270-277.

Аннотация. Статья посвящена выявлению приоритетных направлений социально-экономического развития Курской области. Отмечено, что промышленное производство оказывает существенное влияние на социально-экономическое развитие региона. Представлены результаты мониторинга промышленного производства в Курской области. Проанализирована динамика таких важных социально-экономических показателей как: объем отгруженных товаров собственного производства, индекс физического объема инвестиций в основной капитал, среднемесячная заработная плата одного работника по организациям, не относящимся к субъектам малого предпринимательства. Показаны тенденции развития промышленности в Курской области, обозначена необходимость определения ее «точкой роста» социально-экономического развития региона. Определены роль и важность поддержки инвестиционной деятельности в регионе. Изучены инвестиционная активность региона и дальнейшие направления ее развития. Подчеркивается важность поддержки промышленного производства и инвестиционной активности не только в рамках административного центра, но и в муниципальных районах Курской области. Отмечено, что Курская область продолжает курс на импортозамещение. Минпромторгом России в отраслевые планы по импортозамещению включен 21 проект предприятий Курской области по трем технологическим направлениям. Показано значение душевого ВРП Курской области и сравнение данного показателя с ближайшими соседями. Отмечено, что создание благоприятных условий для привлечения инвестиций в экономику Курской области станет катализатором роста промышленного производства в регионе.

Ключевые слова: промышленность, регион, развитие, «точка роста», инвестиции, социально-экономический.

Калабеков А.М.

УФНС РФ по КБР, начальник Аналитического отдела, канд. экон. наук

Калабекова Л.И.

Нальчикский институт кооперации (филиал) Белгородского университета кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и менеджмента

Современное состояние и тенденции развития рынка жилой недвижимости Кабардино-Балкарской Республики. С. 278-285.

Аннотация. В данной статье рассматриваются актуальные вопросы, характеризующие состояние и развитие рынка недвижимости Кабардино-Балкарской Республики в сравнении с данными по России и субъектами СКФО. Так, были проанализированы во взаимосвязи следующие показатели: объем инвестиций в основной капитал на душу населения, структура инвестиций в основной капитал по видам основных фондов, объем строительства жилых домов на душу населения, количество лет, необходимых для приобретения на вторичном рынке недвижимости однокомнатной квартиры площадью 30 кв. м. на среднемесячную начисленную заработную плату. По итогам исследования резюмируется следующее. Рынок недвижимости региона отличается пониженным уровнем инвестиций в основной капитал. Структура инвестиций в основной капитал по видам основных фондов носит диспропорциональный характер с пониженным уровнем вложений в здания (кроме жилых) и сооружения и в машины, оборудование, транспортные средства и повышенным уровнем инвестиций в жилища. Республика отличается повышенным уровнем вложений в жилье. В статье делается вывод о том, что органы власти должны стремиться: к снижению стоимости земель, получаемых застройщиками под строительство; к увеличению объема застраиваемых земель; к снижению стоимости объектов недвижимости. Кроме того, в статье отмечается, что более глубокому исследованию вопроса мешает отсутствие статистических показателей, затрагивающих указанные проблемы. Данное обстоятельство препятствует постановке целевых показателей перед местными органами власти для достижения необходимых целей.

Ключевые слова: структура инвестиций в основной капитал, диспропорциональный характер структуры основных фондов, рынок недвижимости России, СКФО, КБР.

Кузьминова Ю.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, ст. преподаватель кафедры информационных систем и технологий

Анализ возможностей применения комплекса маркетинговых коммуникаций в деятельности хозяйствующих субъектов. С. 286-295.

Аннотация. В статье отмечена специфика использования количественных методов исследования и анализа возможностей применения комплекса маркетинговых коммуникаций в деятельности хозяйствующих субъектов, количественные методы исследования помогут оценить уровень известности, выявить основные группы потребителей, проанализировать перспективы сбыта. В данной статье количественные методы исследования представляют собой опросы и анкетирование достаточно большого числа респондентов по ограниченному кругу проблем, за которым в последующем следует распространение результатов на всех потребителей. Достоверные результаты количественных методов исследования помогут рассчитать рентабельность и объемы производства, сформировать цену и параметры продукта, найти свободные рыночные сегменты (ниши), а также снизить риск принятия неверных решений. В свою очередь количественные методы исследования широко применяются для расчета и оценки: емкости рынка и структуры предложения и спроса; объемов продаж основных игроков рынка; перспектив и развития отдельного продукта, направлений развития товарного

портфеля; эффективности маркетинговых кампаний по продвижению продукта/услуги, бренда; эффективности рекламной деятельности; реакции потребителей на возможные маркетинговые воздействия производителя. В статье авторами рассмотрены виды ситуационного анализа: STEP-анализ и SWOT-анализ, которые позволят выявить оценки влияния факторов на стратегию хозяйствующих субъектов. Применение определенного ряда методов позволяет достаточно полно изучить исследуемую проблему, все ее аспекты и параметры.

Ключевые слова: маркетинговые коммуникации, комплекс маркетинговых коммуникаций, STEP-анализ, SWOT-анализ, оценка SWOT-факторов.