

ЛИТЕРАТУРА

1. 2019 Index of Economic Freedom [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.heritage.org/index/> – Дата доступа: 24.02.2019.
2. Гуманитарные технологии: аналитический портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gtmarket.ru/ratings/index-of-economic-freedom/index-of-economic-freedom-info>. – Дата доступа: 24.02.2019.
3. Индекс экономической свободы The Heritage Foundation [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docplayer.ru/54362958-Index-ekonomicheskoy-svobody-the-heritage-foundation.html>. – Дата доступа: 24.02.2019.
4. Каратеев, А.Ю. Что и как измеряет индекс экономической свободы? / А.Ю. Каратеев // Вестник томского государственного университета. Философия, социология, политология. – 2017. – №40. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/chto-i-kak-izmeryaet-indeks-ekonomicheskoy-svobody>. – Дата доступа: 25.02.2019.

УДК 658.14

ПУТИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ НОВЫХ ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИЙ МАШИНОСТРОЕНИЯ

*К.И. Назаренко, студентка группы 10503416 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О.Н. Монтик*

Резюме – Наличие в достаточном объеме финансовых ресурсов и их эффективное использование определяют платежеспособность предприятия и его финансовую устойчивость. В этой связи важнейшей задачей является определение возможных путей увеличения собственного капитала в целях обеспечения платежеспособности предприятия и его эффективной деятельности. В статье рассматриваются возможные варианты увеличения собственного капитала для ОАО «Гомсельмаш», которые могут способствовать росту финансовой устойчивости организации.

Resume – The availability of sufficient financial resources and their effective use determine the solvency of the enterprise and its financial stability. In this regard, the most important task is to identify possible ways to increase equity in order to ensure the solvency of the enterprise and its effective operation. The article discusses possible options for increasing equity for JSC «Gomselmash», which can contribute to the growth of financial stability of the organization.

Введение. Для каждой организации очень важно определить и раскрыть свои самые эффективные источники привлечения финансов, которые позволят организации развиваться в «ногу со временем».

Основная часть. Стоит отметить, что система финансирования организации в общем формируется пятью элементами, к числу которых относятся: финансирование за счет собственных средств организации; прямой способ привлечения финансов через механизм рынка капитала; кредиты банков; финансирование при помощи средств бюджета; взаимное финансирование хозяйствующих субъектов [3, с. 112].

Так, для организации особенно важно сформировать привлекательный образ на сколько, чтобы инвесторы захотели вкладывать в нее. Собственный капитал организации формируется из уставного, накопленного капитала и целевого финансирования. Что касается внешних источников, которые формируют капитал организации, то здесь стоит сказать о долгосрочных и краткосрочных внешних источниках. Собственный капитал представляет собой собственные средства в стоимостном выражении, которые принадлежат организации. Привлеченные средства – это все средства из вне. Внешними источниками могут быть денежные средства инвесторов, а также заемные в виде коммерческого, банковского кредита и заемы [1, с. 89]. Сегодня для предприятий Республики Беларусь наиболее распространенными являются такие внешние источники формирования, как коммерчески и банковский кредит. Под коммерческим кредитом понимается отсрочка внесения оплаты поставщику. Плата за такого рода кредит включена в стоимость поставляемой продукции (сырья). Затраты такого вида источника финансирования – это разница между стоимостью продукции, которая была поставлена, и той стоимостью, которую продукция составляет в случае немедленной оплаты продукции [5, с. 77]. Альтернативным источником привлечения внешних денежных средств для предприятий Республики Беларусь являются банковские кредиты. Банковские кредиты представляют собой возвратные денежные средства на определенных условиях и через определенные промежутки времени.

Если говорить о целесообразности выбора источника финансирования, то наиболее привлекательным в данном случае вариантом является коммерческий или по-другому товарный кредит. Привлекательность заключается в том, что такого рода кредитование является самым дешевым способом формирования товарно-материального запаса. Но в данном случае стоит обращать внимание на то, что поставщики на дефицитный или пользующийся высоким спросом товар ограничивают объем кредита. Иными словами, когда товар в дефиците, но на него наблюдается высокий уровень спроса, то поставщик реализует продукцию только на условиях немедленной оплаты или по факту поставки.

Когда же речь заходит об альтернативном варианте привлечения сторонних финансов в виде банковского кредита, то здесь очень важно проанализировать стоимость данного кредита для организации, то есть оценить ставку кредитования и комиссионные сборы. Также стоит отметить, что в Республике Беларусь используются такие источники финансирования, как государственное финансирование, финансирование международных организаций, а также частные инвесторы и венчурные фонды. Государственное финансирование преимущественно ориентировано на поддержание проектов в рамках государственных или инвестиционных программ. Такие программы нацелены на развитие определенной области в конкретном регионе.

Что касается международных финансовых организаций, то в Республике Беларусь бизнес может получить финансирование от Европейского банка реконструкции и развития, но при этом обязательным условием является внедрение на конкретном предприятии международных стандартов корпоративного управления, менеджмента качества и сертификации. В связи с этим данный вид финансирования не особо актуален и не используется белорусскими предприятиями.

Частные инвесторы в Республике Беларусь набирают обороты. Так, сегодня их число насчитывает около 40, и оно постоянно растет. Суть состоит в том, что частные инвесторы оказывают финансовую поддержку организации в случае предоставления данному инвестору доли в компании. Стоит заметить, что на сегодня не многие промышленные организации республики получают поддержку со стороны частных инвесторов, так как по своей сути большая часть из них осуществляют свою деятельность не на особо высоком уровне, а также оборудование предприятий устаревает [4]. Относительно венчурных фондов можно сказать, что на территории Республики Беларусь действуют следующие: российско-белорусский фонд венчурных инвестиций; венчурный фонд HAUS; инвестиционная компания «Vulba Ventures»; фонд ЕБРР Venture Capital; инвестиционная компания «Flint Capital» [4].

Как правило такие венчурные фонды вкладывают свои средства в новые проекты, исход которых может быть провальным. Именно поэтому промышленным предприятиям в сфере машиностроения стоит сфокусироваться на самостоятельном привлечении средств в организацию, так как наибольшая вероятность привлечения в качестве внешних источников для крупных промышленных производителей продукции становится низкой. Теперь стоит рассмотреть на примере ОАО «Гомсельмаш» возможные пути привлечения новых источников финансирования случае ограниченности финансов. Общая стоимость собственного капитала предприятия ОАО «Гомсельмаш» выросла в 2016 г. на 597 тыс. руб. Рост произошел в результате увеличения добавочного капитала на 33 тыс. руб. и сокращения непокрытого убытка на 630 тыс. руб. в 2016 г.

Обязательства краткосрочного характера в 2016 г. выросли на 1094 тыс. руб. Стоит обратить внимание на положительную динамику обязательств краткосрочного характера в период 2015-2016 гг. В составе обязательств краткосрочного характера больше всего приростом отличалась краткосрочная кредиторская задолженность: в 2016 г. данный показатель увеличился на 846 тыс. руб. в сравнении с 2015 г. до уровня 8888 тыс. руб. Относительно динамики краткосрочных кредитов и займов можно сказать, что динамика положительная, так как объемы снижаются в период 2015-2016 гг., а вот краткосрочная часть долгосрочных обязательств отличается отрицательной динамикой – рост показателя в рассматриваемом периоде с 4280 тыс. руб. в 2015 г. до 4335 тыс. руб. в 2016 г. Относительно краткосрочной кредиторской задолженности следует отметить отрицательную динамику, так как значение показателя увеличивается. Что касается долгосрочных обязательств, то в случае с ОАО «Гомсельмаш» в период 2015-2016 гг. их не наблюдалось. Рост удельного веса кредиторской задолженности в общей структуре собственного капитала и обязательств на сокращение имеющихся путей формирования оборотных активов, к тому же происходит снижение уровня текущей ликвидности организации.

Средства собственного капитала предприятия ОАО «Гомсельмаш» увеличились. В 2015 г. собственный капитал составил 11312 тыс. руб., а в 2016 г. 11909 тыс. руб. Увеличение собственного капитала произошло за счет увеличения основных средств на 86 тыс. руб., а также в результате сокращения нематериальных активов на 1 тыс. руб. и отложенных налоговых активов до нулевого уровня.

Итак, рост собственного капитала является позитивным фактором и свидетельствует о росте финансовой устойчивости компании. Таким образом, проанализировав деятельность ОАО «Гомсельмаш» можно предложить следующие рекомендации по увеличению собственного капитала:

1. сдача в аренду внеоборотные активы организации. В данном случае стоит рассмотреть имеющиеся здания и сооружения, которые простаивают, и предложить их в качестве арендной площади, что позволит привлечь дополнительный доход ОАО «Гомсельмаш»;

2. амортизационные отчисления. В данном случае стоит использовать нелинейный метод начисления амортизации – ускоренной амортизации. Такого рода начисление позволяют формировать финансовые условия для обновления основных средств, так как в процессе совершенствования технологий оборудование устаревает [2];

3. выпуск и размещение акций. В данном случае стоит рассмотреть вариант выпуска привилегированных акций. Суть в том, что привилегированные акции позволяют получить дивиденды в первоочередном порядке по сравнению с владельцами простых акций, но при этом они не дают голоса на со-

брани акционеров [6]. Нужно акцентировать внимание на привилегии получить доход. Такие акции можно размещать на Белорусской валютно-фондовой бирже.

Заключение. В результате можно говорить, что в случае ограниченности финансов ОАО «Гомсельмаш», воспользовавшись предложенными вариантами по увеличению собственного капитала, организация сможет привлечь дополнительное финансирование, которое в свою очередь будет способствовать росту финансовой устойчивости организации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Артеменко, В.Г. Экономический анализ: Учебное пособие / В.Г. Артеменко, Н.В. Анисимова. – М.: КноРус, 2013. – 288 с.
2. Главный Бухгалтер. Электронный журнал. Способы и методы начисления амортизации: как выбрать оптимальный вариант – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.gb.by/izdaniya/glavnyi-bukhgalter/tolkun-i-sposoby-i-metody-nachisleniya-a_0000000. – Дата доступа: 02.03.2019.
3. Иванов, И.Н. Экономический анализ деятельности предприятия: Учебник / И.Н. Иванов. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 348 с.
4. Консалтинговая компания DLGroup. Источники финансирования бизнеса в Беларуси. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dlgroup.by/stati/istochniki-finansirovaniya-biznesa-v-belarusi>. – Дата доступа: 02.03.2019.
5. Косолапова, М.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебник / М.В. Косолапова, В.А. Свободин. – М.: Дашков и Ко, 2012. – 247 с.
6. Савицкая, Г.В. Экономический анализ / Г.В. Савицкая. – М.: ООО «Новое знание», 2014.

УДК 654

НЕЙРОМАРКЕТИНГ. ПРОГРЕССИВНАЯ КОНЦЕПЦИЯ ИЛИ ПСЕВДОФИЛОСОФИЯ?

*К.И. Назаренко, студентка группы 10503416 ФММП БНТУ,
научный руководитель – преподаватель С.В. Свиридович*

Резюме – В настоящее время применяемые на предприятиях методы классического маркетинга не всегда эффективны и производители товаров и услуг ищут новые способы привлечения потребителей. Поэтому, многие производители товаров и услуг начали использовать в своей работе такой вид маркетинга как нейромаркетинг, для того, чтобы продвинуть свои товары и услуги на рынке. Данная отрасль стремительно развивается и применяется повсеместно.

Resume – Currently, the methods of classical marketing used in enterprises are not always effective and producers of goods and services are looking for new ways to attract consumers. Therefore, many manufacturers of goods and services began to use in their work this type of marketing as neuromarketing, in order to promote their products and services in the market. This industry is developing rapidly and is used everywhere.

Введение. Построение результативного и удачного контакта, в том числе, и контакта с потребителем в частности и коммуникационной политики в целом с помощью использования разных технологий и методов являются одним из ключевых моментов результативного функционирования и развития компании на рынке, повышения конкурентоспособности в условиях все нарастающей гиперконкурентности рынка. Среди такой высоко инновационной технологии выступает нейромаркетинг. На внутреннем рынке Республики Беларусь нейромаркетинг как технология появился совсем недавно, однако сразу привлек внимание журналистов, маркетологов, действующих специалистов компаний и рекламных агентств [1].

Основная часть. Необходимость нейромаркетинга можно объяснить тем, что можно привести масса примеров, когда продвижение товара на рынок не имеет успех, товар не вызвал ожидаемого спроса у потребителя, не смотря на все предпринятые предприятием методы продвижения, которые должны приносить прибыль компаниям. Как бы это невероятно не было, именно указанные методы и приемы влияния на потребителя в большинстве и определяли не успешность товара. Это все можно объяснить тем, что все известные рычаги давления на покупателя повсеместно практикуются каждой компанией, в связи с чем товары в большинстве своем теряют универсальность.

Профессор Университета Эразма Роттердамского Эйл Смидтс предложил решение данной проблемы посредством использования процесса «нейромаркетинга». Данный термин официально был введен Эйлом Смидтсом в 2002 году. Нейромаркетинг предполагает изучение двух наук: нейробиологии и маркетинга, и представляет собой комплекс приемов, в результате которых маркетологи изучают влияние различных импульсов на активность головного мозга. В ходе проведения таких исследований добываются данные, которые в дальнейшем используются для построения широкомасштабных маркетинговых стратегий, а также для улучшения рекламных кампаний [2]. Важнейшей целью нейромаркетинга является детальное изучение реакции потребителя на продукт. Данный метод используют при создании нового товара, а также для его продвижения. Нейромаркетинг помогает с высокой степенью