На наш взгляд, снизить случаи нецелевого использования бюджетных средств можно если:

- средства выделяются в случае, если потребность в них оправданна, или для возмещения уже понесенных расходов;
- неизрасходованные бюджетные средства могут быть возвращены в бюджет в качестве незапланированного дохода;
- отозванные лимиты бюджетных обязательств не подлежат повторному распределению главными распорядителями средств федерального бюджета.

Решающая роль в реализации всех изложенных мер отведена органам Федерального казначейства и их отделений на всей территории РФ.

***

1. Климентьева Н.М. Бюджетное кредитование регионов, как одно из направлений обеспечения их экономической безопасности. Научно-практический журнал «Молодой ученый г.Казань», 2017 год №47 (181), С 57.
2. Постановление Правительства Саратовской области от 30 июня 2016 года N 321-П Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Саратовской области до 2030 года (с изменениями на 5 декабря 2016 года) С.14.
3. Ильин А.Ю., Моисеенко. Правовые механизмы реформирования внутреннего государственного финансового контроля. Финансовое право 2015. V 4 С. 8-14

Константинова О.В.

Африканский амбициозный проект – континентальная зона свободной торговли

*ФГБУН Институт Африки РАН
(Россия, Москва)*

doi:10.18411/spc-08-10-2018-04

idsp: 000001:spc-08-10-2018-04

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы создания Африканской континентальной зоны свободной торговли, как одного из ключевых этапов интеграции Африканского континента.

Ключевые слова: Африканская континентальная зона свободной торговли, интеграция.

Процессы взаимодействия между странами в настоящее время усилились, без этого невозможно полноценное функционирование глобальной экономики. А мировые кризисы лишь подчеркивают эту взаимозависимость. К тому же, благосостояние тех или иных государств в большей степени зависит от умения правильно вести торговлю, сотрудничать с другими акторами мировой экономики. Не являются исключением и страны Африки.

«На наш взгляд именно эндогенные импульсы развития будут способствовать развитию экономики африканских стран в условиях глобализации мирового хозяйства» [1, С. 235]. Поэтому принятие в марте 2018 г. решения о создании Африканской континентальной зоны свободной торговли (AfricanContinentalFreeTradeArea, AfCFTA) сложно переоценить. Это событие можно рассматривать как один из элементов осуществления «Повестки – 2063» Африканского Союза: «Глобальная стратегия оптимизации использования ресурсов Африки во благо всех африканцев» (2013 г.), которая направлена на ускоренное развитие и технологический прогресс Африки в быстро меняющейся общемировой обстановке [2, С. 408].

В настоящее время главы государств и правительств АС официально признают восемь интеграционных объединений на континенте в качестве строительных блоков АС: Общий рынок Восточной и Южной Африки (КОМЕСА), Сообщество сахельско-сахарских государств (СЕН-САД), Восточноафриканское сообщество (ВАС), Экономическое сообщество государств Центральной Африки (ЭККАС), Межправительственная организация по развитию (ИГАД), Экономическое сообщество государств Западной Африки (ЭКОВАС), Союз арабских стран Магриба (ЮМА) и Южноафриканское сообщество развития (САДК) [3, С. 10]. При этом членство стран в субрегиональных объединениях носит перекрестный характер, что часто приводит к проблемам с неуплатой членских взносов, трудностями по согласованию торговой политики. Очевидно, что формирование AfCFTA будет способствовать устранению проблемы дублирующего членства стран Африки в различных экономических объединениях.

Кроме того, договор позволит активизировать торговлю между африканскими странами, которая на сегодняшний день составляет 16% от всего объема торговли Африки. Также предусматривается отмена 6% таможенных тарифов на импорт, что будет способствовать увеличению межафриканской торговли [4].

Государства Африки в торговле внутри континента уже сейчас используют продукцию с более высокой степенью переработки, чем с остальным мировым сообществом. В 2014 г. доля готовой продукции в экспорте составляла 41,9% в первом случае, во втором – 14,8%, что по мнению некоторых экспертов может привести к диверсификации экономики африканских стран и укрепить позиции Африки на мировых рынках. В случае успеха AfCFTA станет крупнейшей в мире по количеству участников (55 стран-членов) зоной свободной торговли [5], объединившей 1,2 млрд человек с совокупным ВВП более 3,4 трлн долл. США [4].

AfCFTA стремиться к созданию общеафриканского рынка товаров и услуг со свободным передвижением предпринимателей и инвестиций как основы для формирования таможенного союза; к расширению внутриконтинентальной торговли и большей гармонизации торговой политики; с помощью оптимизации распределения ресурсов, доступа к континентальному рынку и использованию возможностей масштаба производства – к повышению конкурентоспособности как отдельных предприятий, так и промышленности в целом и к упрощению процедур интеграционного сближения, путем устранения проблемы перекрестного членства стран континента в нескольких интеграционных объединениях [5].

Несомненно, что формирование Африканской континентальной зоны свободной торговли является важным этапом на пути формирования Африканского экономического сообщества. И по нашему мнению, Африка способна совершить прорыв используя опору на собственные силы, увеличивая объемы торговли, прежде всего внутри континента, развивая производство, сельское хозяйство, инфраструктуру, человеческий потенциал, усиливая интеграцию внутри континента [1, С. 235], выступая более сильным и влиятельным игроком на мировой арене, что в итоге приведет к устойчивому росту и развитию экономик африканских стран, улучшению благосостояния африканского населения, стабильности и миру.

***

1. Константинова О. Эндогенные импульсы развития стран Африки в условиях глобализации мировой экономики // Материалы XVI Всероссийской школы молодых африканистов, Москва, 28 – 29

- ноября 2017 г. - С. 234 - 235. URL: https://inafran.ru/sites/default/files/news_file/materialy-xvi_shma.pdf (дата обращения 01.12.2017).
2. Африка: современные стратегии экономического развития / И.О. Абрамова, Е.В. Морозенская. – М.: Институт Африки РАН, 2016. – 432 с.
  3. Константинова О.В. Современное состояние и перспективы экономической интеграции в Центральной Африке (на примере ЭККАС и СЕМАК): автореф. дис. ... канд. эконом.наук: 08.00.14. / Константинова Ольга Владимировна. – М, 2017. – 22с.
  4. Африка сделала решительный шаг // Правдоруб, 29 марта 2018 г. URL: <https://pravdoryb.info/afrika-sdelala-reshitelnyy-shag.html> (дата обращения 22.08.2018).
  5. Морозенская Е.В. Африканская континентальная зона свободной торговли: первый шаг к созданию Африканского экономического сообщества? / ФГБУН Институт Африки РАН/ Актуальный комментарий, 03.09.2018 г. / URL: <https://inafran.ru/node/1698> (дата обращения 03.09.2018).

Носкова Н.Ю.

Маркетинговое бюджетирование

ФНПЦ АО «НПО «Марс»

(Россия, Ульяновск)

doi:10.18411/spc-08-10-2018-05

idsp: 000001:spc-08-10-2018-05

Маркетинговое бюджетирование обеспечивает успешное развитие организации при интенсивном развитии рынка. Грамотно разработанный бюджет маркетинга позволяет организации реализовать максимально возможное количество товара и возместить все издержки, касающиеся в первую очередь производственной и аналитической сферы, одновременно получив большую прибыль.

В наиболее крупных организациях маркетинговое бюджетирование сочетает в себе планирование, координацию и коммуникацию, мотивацию и оценку эффективности, причем все эти элементы определены как очень важные. Развитые организации уделяют огромное внимание процессу согласования бюджета и стремятся к тому, чтобы вовлеченные в процесс сотрудники, представители отделов маркетинга, контроллинга и других подразделений — были удовлетворены результатами. Руководители вовлекают в этот процесс наибольшее число функциональных подразделений по сравнению с другими компаниями, и они более высоко оценивают проделанную работу по координации бюджета.

Под бюджетом маркетинга понимают маркетинговый план, представленный натуральными и денежными средствами. Маркетинговый бюджет дает представление о размере доходов, расходов и прибыли предприятия. Процесс формирования бюджета представляет собой преобразование внесенных в маркетинговый план проектов в расходы с последующим возмещением их из вырученных средств от сбыта продукции.

В качестве главной цели формирования бюджета маркетинга можно определить распределение ресурсов таким образом, чтобы были использованы все возможности для достижения финансовых задач. Бюджет маркетинга позволяет выделить главные и второстепенные задачи и стратегии в сфере маркетинга, грамотно воспользоваться ресурсами и плодотворно осуществлять административные функции.

На формирование бюджета маркетинга оказывают влияние:

- экономическое развитие государства;
- принадлежность к тем или иным отраслям;
- размер организации, ее положение и притязания на рынке;
- вид производимой продукции и ее новизна;
- специфика стратегии развития предприятия и то, насколько его волнует собственный авторитет;
- уровень конкуренции на рынке.