Министерство образования Республики Беларусь

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ГРОДНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ЯНКИ КУПАЛЫ»

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ XXI ВЕКА

Сборник научных статей

Гродно
ГрГУ им. Я. Купалы
2017

УДК 330+005(08)

Рекомендовано Советом факультета экономики и управления ГрГУ им. Я. Купалы

Редакционная коллегия:
М.Е. Карпицкая, кандидат экономических наук, доцент (гл. ред.);
С.Е. Витун, кандидат экономических наук, доцент (зам. гл. ред.);
Ли Чон Ку, кандидат экономических наук, доцент;
Е.И. Платоненко, кандидат экономических наук, доцент;
В.С. Фатеев, доктор экономических наук, профессор;
О.Б. Цехан, кандидат физико-математических наук, доцент.

Рецензенты:
О.Ф. Малашенкова, кандидат экономических наук, доцент (БГУ);
С.Ю. Щербатюк, кандидат экономических наук, доцент (ГГАУ).

Экономика и управления XXI века : сб. науч. ст. / ГрГУ им. Я. Купалы ; редкол.: М. Е. Карпицкая (гл. ред.), С. Е. Витун (зам. гл. ред.) [и др.]. – Минск, 2017. – 610 с. – Рус. – Деп. в ГУ «БелИСА» 18.10.2017 № 08-15/2961/2612

В сборнике научных статей XII Международной заочной научной конференции студентов, магистрантов аспирантов НИРС ФЭУ-2017 представлены доклады студентов, магистрантов и аспирантов вузов Республики Беларусь и зарубежных стран. Рассматриваются теоретические и практические аспекты функционирования экономических систем и процессов в контексте современных тенденций развития мировой экономики. Сборник адресуется студентам, магистрантам, аспирантам, а также всем интересующимся указанными проблемами.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС И МАРКЕТИНГ

УДК 339

M. Andrzejewska

ANALIZA WSPÓŁPRACY GOSPODARCZEJ POLSKI Z POZAUNIJNYMI KRAJAMI EUROPY WSCHODNIEJ, W TYM Z ROSJĄ

Celem pracy jest omówienie dynamicznie postępujących procesów gospodarczych: integracji, globalizacji oraz ich wpływu na życie społeczno-gospodarcze i polityczne. Konsekwencje tych procesów mają zasadniczy wpływ na relacje Polski z jej sąsiedztwem gospodarczym. Rola granicy Polski, jako zewnętrznej granicy wschodniej Unii Europejskiej, a także państwa polskiego z krajami Europy Wschodniej, tj. Federacją Rosyjską - Obwodem Kaliningradzkim, Republiką Białorusi i Ukrainą wydaje się stanowić oczywistą determinantę do bliskiej współpracy handlowej z tymi państwami.

Postępujące procesy transformacji i globalizacji, zasadniczo wpływają na zmianę znaczenia granic państwowych. Należy rozpatrywać je w układzie interdyscyplinarnym, pod aspektem: politycznym, prawnym, ekonomicznym i społecznym. Problemy związane z ich funkcjonowaniem, należy więc badać z punktu widzenia teorii międzynarodowych stosunków gospodarczych oraz polityki zagranicznej. To właśnie dynamicznie postępujące procesy gospodarcze: integracja, globalizacja, oraz ich niewątpliwy wpływ na życie społeczno-gospodarcze i polityczne, sprawiają, iż zagadnienia związane z funkcjonowaniem granic państwowych i ekonomicznych stanowią istotny punkt zainteresowań badawczych wielu nauk. Konsekwencje tych procesów mają zasadniczy wpływ na relacje Polski z jej sąsiedztwem gospodarczym. Rola granicy Polski, jako zewnętrznej granicy wschodniej Unii Europejskiej, a także państwa polskiego z krajami Europy Wschodniej, tj. Federacją Rosyjską – Obwodem Kaliningradzkim, Republiką Białorusi i Ukrainą wydaje się stanowić oczywistą determinantę do bliskiej współpracy handlowej z tymi państwami.

Podłoże integracji gospodarczej stanowią przede wszystkim przesłanki polityczne i ekonomiczne, prowadzące do pokojowego rozwoju kontynentu europejskiego. Dzieje się tak również dzięki integracji instytucjonalnej, realizowanej poprzez tworzenie ram instytucjonalno-prawnych, co prowadzi do wspierania europejskiego federalizmu gospodarczego. Całość założeń opiera się trzech zasadniczych filarach: ekonomiczno-społecznym, wspólnej polityki zagranicznej i bezpieczeństwa oraz współpracy politycznej i sądowej w sprawach karnych. Zgodnie z powyższymi analizami polityka handlowa stanowi część międzynarodowej integracji gospodarczej.

Wspólna polityka handlowa stanowi istotny element oddziaływania na międzynarodowe obroty towarowe, wspierając tym samym politykę handlową poszczególnych państw w stosunku do własnego kraju. Regulacje prawne, zastosowania ekonomiczne i społeczne ich oddziaływanie na handel przygraniczny. Przejawiają się one przede wszystkim jako szeroko pojęta integracja, rozumiana nie tylko jako wolny handel, ale również jednolita wspólna polityka handlowa, rolna, przemysłowa, naukowo-badawcza, energetyczna, finansowa, socjalna, ochrony środowiska, ekonomiczna i pozostałe. Zdecydowanie skoncentrowana jest wokół polityki: rolnej, przemysłowej i konkurencji. Bowiem: «Nadrzędną zasadą jest minimalizowanie wypaczeń warunków konkurencji i niestosowanie jej w sposób dyskryminacyjny, tj. preferujący niektórych partnerów kosztem innych.» (**E. Latoszek, Wspólna polityka handlowa UE i jej skutki dla handlu zagranicznego po uzyskaniu członkostwa, «Sprawy Międzynarodowe» 1999, № 3, s. 78.).**

Celem tej pracy jest omówienie regulacji prawnych i ekonomicznych, a także zmian społecznych związanych z wdrażaniem idei europejskiej integracji ekonomicznej i wspólnej zagranicznej polityki handlowej Unii Europejskiej, które to miały zasadniczy wpływ na charakter stosunków zagranicznych, w tym gospodarczych Polski z krajami ościennymi. Swoista sieć powiązań zróżnicowanych procesów ekonomicznych, zachodzących pomiędzy zintegrowanymi państwami UE a Wschodnimi sąsiadami, stanowi determinantę kształtującą gospodarcze relacje Polski z Rosją, Ukrainą i Białorusią. Unifikacja wielowymiarowa, jaką poniekąd stanowi Unia Europejska jest kontrą do zdywersyfikowanego obszaru i polityki zagranicznej państw byłego Związku Radzieckiego. Gospodarcza integracja regionów UE to scalenie potencjałów ekonomicznych krajów, których granice ekonomiczne są poszczególnych krajów się zacierają, dyskryminacja narodowa jest eliminowana, a rodzi się jeden, większy, koherentny twór (W. Molle, Ekonomika integracji europejskiej. Teoria, praktyka, polityka, wyd. Fundacja Gospodarcza, Gdańsk 2000, s. 8.).

Omówiono tu kwestie umów międzynarodowych związanych z handlem zagranicznym Polski ze wschodnimi sąsiadami, jako członka struktur europejskich, determinowany jest przez politykę zagraniczną narzuconą i realizowaną przez wewnętrzne gospodarcze procesy integracyjne obejmujące: strefę wolnego handlu, unię celną, wspólny rynek, unię gospodarczą i walutową oraz unię polityczną (P. Holmes, The Political Economy in the European Integartion process, [w:] The European Integration, D. Dyker (red.) London and New York, 1999, s. 52.). Poziom relacji i związków łączących poszczególne kraje Wspólnoty stanowi kluczowy czynnik takiego podziału przy dokonywaniu analizy przez pryzmat przepływu towarów i usług, ale też kapitału, pracy oraz nowoczesnych technologii. Dzięki integracji ekonomicznej, realizowanej między innymi przez wymienione procesy, kraje UE dążą do zwiększenia efektywności gospodarowania dysponowanymi przez nie zasobami oraz ujednolicenie i podniesienie poziomu życia społeczeństw należących do Wspólnot Europejskich. W celu ułatwienia swobodnego przepływu towarów i usług, a także kapitału i pracy, dążą do usunięcia, bądź redukcji istniejących barier i niwelowaniu różnic: fizycznych, technicznych i fiskalnych. Jest to proces długofalowy, trwający już ponad 50 lat, obejmujący złożone procesy gospodarcze, a kończąc na unii walutowej poprzez wprowadzanie wspólnej waluty i rozszerzenia UE o nowe kraje członkowskie.

Wraz z przystąpieniem Polski do Unii Europejskiej, co miało miejsce 1 maja 2004 roku, zaszły istotne zmiany w bazie prawno-traktatowej polsko-rosyjskiej współpracy gospodarczej, bezpośrednio wynikające z nowych zobowiązań Polski. Podstawowym aktem prawnym regulującym zagadnienia współpracy gospodarczej z Rosją stał się od 1 maja 2004 roku *Układ o partnerstwie i współpracy Unii Europejskiej z Federacją Rosyjską z dnia 24 czerwca 1994 roku*. Układ ten zastąpił wypowiedziany Traktat między Polską i Rosją o handlu i współpracy gospodarczej z 25.08.1993 r. i obowiązuje od 1 maja 2004 r. w oparciu o Protokół podpisany przez zainteresowane strony 27 kwietnia 2004 r. w Luksemburgu.

Koncepcja polityki międzynarodowej integracji gospodarczej stanowi dominującą pozycję w ramach obecnej polityki handlowej Unii Europejskiej. Warunkiem uczestniczenia w kształtowaniu unijnej polityki gospodarczej jest jednak akceptacja i wdrożenie całości dorobku prawnego Wspólnoty. Polska jako kraj członkowski zobowiązana jest do respektowania zasad wspólnej polityki handlowej Wspólnot Europejskich, wprowadzonej 1 stycznia 1970 roku, a będącej następstwem utworzenia wcześniej unii celnej (B. Jeliński, Polska polityka handlu zagranicznego, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego 2003, s. 148.). Dzięki tym regulacjom prawnym umożliwiony został swobodny przepływ towarów, a także zastosowanie znalazła wspólna taryfa celna. Tak usystematyzowana została jedna wspólna administracja, sprawnie działająca poprzez ujednolicenie procedur i zasad polityki handlowej przejawiających się w: preferencyjnych warunkach wymiany handlowej, zapewniona została ochrona wspólnotowych interesów gospodarczych przy użyciu procedur i środków w ramach polityki stosunków zewnętrznych (Traktat ustanawiający Wspólnoty Europejskie, art. 23). Odnosząc się do

prawnych aspektów partnerstwa i współpracy w relacjach UE (w tym Polska)-Rosja, zawarto następujące umowy, aktualnie obowiązujące w polsko – rosyjskich stosunkach gospodarczych (Polska - Rosja, dwustronne stosunki gospodarcze, Ministerstwo Gospodarki, Warszawa 2006.):

a. Porozumienie między Rządem FR i UE o wniesieniu zmian do Porozumienia między Rządem FR i Europejską Wspólnotą Węgla i Stali o handlu wyrobami stalowymi z dn.9.07.2002 r., zatwierdzone Uchwałą Rządu FR Nr 251 z dn. 27.05.2004 roku,

b. Porozumienie między Rządem FR i UE o handlu wyrobami włókienniczymi z dn. 23.07.1998 roku.

Wśród podpisanych dwustronnych umów i porozumień gospodarczych między Polską a Rosją należy wymienić m.in. takie dokumenty jak:

- Umowa między Rządem RP a Rządem FR o współpracy gospodarczej z 2.11.2004 r. (weszła w życie 14.12.2004 r.), która m.in. powołuje Polsko - Rosyjską Międzyrządową Komisję ds. Współpracy Gospodarczej;
- Umowa między Rządem RP a Rządem FR w sprawie unikania podwójnego opodatkowania w zakresie podatków od dochodu i majątku z 22.05.1992 r.;
- Porozumienie między Rządem RP a Rządem FR o budowie systemy gazociągów dla tranzytu gazu rosyjskiego przez terytorium RP i dostawach gazu rosyjskiego do RP z dn, 25.08.1993 r.;
- Protokół między Rządem RP a Rządem FR w sprawie przedsięwzięć organizacyjnych zmierzających do zapewnienia realizacji porozumienia między Rządem RP a Rządem FR o budowie systemu gazociągów dla tranzytu gazu rosyjskiego przez terytorium RP i dostawach gazu rosyjskiego do RP z 25.08.1993 r., z 18.02.1995 r.;
- Protokół Dodatkowy do Porozumienia między Rządem RP a Rządem FR o budowie systemu gazociągów dla tranzytu rosyjskiego gazu przez terytorium RP i dostawach rosyjskiego gazu do RP z 25 sierpnia 1993 roku, z 12.02.2003 r.;
- Porozumienie między Rządem RP a Rządem FR o współpracy północno-wschodnich województw RP i Obwodem Kaliningradzkim FR z 22.05.1992 r.;
- Porozumienie między Rządem RP a Rządem FR o współpracy regionów RP z Regionem Sankt Petersburga z 2.10.1992 r.;
- Umowa między Rządem RP a Rządem FR o współpracy transgranicznej z 2.10.1992 r.;
- Umowa między Rządem RP a Rządem FR w sprawie przejść granicznych z 22.05.1992 r.

W wyniku rozmów 1 lipca 2005 roku w Warszawie, ustanowiono współprzewodniczących narodowych sekcji Polsko – Rosyjskiej Międzyrządowej Komisji do spraw Współpracy Gospodarczej oraz podpisano Regulamin Komisji. Natomiast wśród głównych postanowień znalazły się m.in.: powołanie sześciu grup roboczych: ds. handlu i inwestycji, ds. współpracy w sektorze paliwowo – energetycznym, ds. współpracy finansowo – bankowej, ds. współpracy w dziedzinie turystyki, ds. współpracy wojskowo – technicznej, ds. współpracy gospodarczej regionów. Zwieńczeniem uroczystych obrad było podpisanie Memorandum o współpracy w dziedzinie małej i średniej przedsiębiorczości pomiędzy Polską Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości a Ministerstwem Rozwoju Gospodarczego i Handlu Rosji (Ramy prawne współpracy gospodarczej Polska-Rosja szczegółowo zostały zaprezentowane w: A. Maksimczuk, L. Sidorowicz, Polska granica wschodnia, par. 5.3. Uwarunkowania rosyjskiego handlu zagranicznego, s.123–136.).

Istotne znaczenie w rozwoju polsko – rosyjskich stosunków gospodarczych mają jednak warunki członkostwa Rosji w WTO, które stanowią determinantę i kształt reguł związanych z handlem oraz określają podstawowe warunki w zakresie dostępu towarów i usług do rynku rosyjskiego (m.in. poziom ochrony celnej). Za symboliczną uważa się datę 21 maja 2004 roku, kiedy to podczas 13 szczytu UE – Rosja osiągnięto satysfakcjonujące porozumienie pomiędzy

Unią Europejską i Federacją Rosyjską. Jednakże, członkostwo Rosji w WTO wymaga tym samym dokonania przez Rosję analogicznych uzgodnień ze wszystkimi partnerami, w tym z USA. Niestety, nie udało się osiągnąć jak dotychczas stosownego porozumienia, pomimo specjalnego szczytu w Sankt Petersburgu w lipcu 2006 r.

Jednak analizując procesy integracyjne w zakresie ekonomicznym, spotykamy się z pozytywnymi, jak i negatywnymi skutkami. Otóż harmonizacja i wspólne koordynowanie podstawowych celów gospodarczych, wydaje się stanowić niewątpliwy pozytyw. Przykładami i efektami tych procesów są, m.in.: ustalanie wewnętrznych taryf celnych, realizacja wspólnej polityki handlowej, harmonizacja podatków, nom i standardów czy tez polityki konkurencji. Aczkolwiek, deregulacja i liberalizacja wewnętrznego handlu (realizowana poprzez liberalizację narodowych przepisów i regulacji) działają już niekorzystnie na stosunki dyplomatyczno-gospodarcze z krajami pozawspólnotowymi, mimo że realizowane są poprzez: wolny od wszelkich ceł i kontyngentów handel produktami przemysłowymi w obrębie Wspólnot, duży stopień świadczenia usług transportowych, kompleksowy zestaw zakazów, zapewniający lepszy dostęp do rynku Wspólnotowego, m.in. poprzez zakaz subsydiów, dyskryminacyjnych zamówień rządowych, dumpingu, a także poprzez zapewnienie na rynku wewnętrznym czterech swobód: przepływu towarów, usług, osób i kapitału (A. Z. Nowak, Integracja Europejska. Szansa dla Polski, PEW, Warszawa 2002, s. 23.).

Analizując ramy prawne i poszczególne instrumenty polityki handlowej Rosji, należy wskazać, iż podstawę wymiany handlowej stanowi tu Kodeks Celny Ustawa Federalna nr 61 z 28 maja 2003 roku) obowiązujący od 1 stycznia 2004 roku oraz taryfa celno-importowa. Oba te akty tworzą korelacje zasad i aktów prawnych obowiązujących w krajach WTO i UE, mają tym samym przyczynić się do uproszczenia i transparentności wspomnianych procedur.

Obowiązek celny odnosi się głównie do towarów eksportowych Rosji, przede wszystkim do: ropy naftowa, drewna i metali. Wysokość cła eksportowego na ropę naftową oraz produkty naftowe weryfikowana jest na mocy postanowienia rządu co dwa miesiące (Od 1 stycznia 2007r. obowiązują nowe stawki ceł eksportowych). Taka polityka celna ma przede wszystkim zabezpieczyć krajowy przemysł przetwórczy i produkcyjny, a z drugiej strony odnotowuje się znaczące przychody z tytułu cła, które zasilają budżet Federacji Rosyjskiej. Wyjątek stanowią kraje członkowskie Unii Celnej, którą tworzą Białoruś, Kazachstan, Kirgizja, Uzbekistan, Tadżykistan, gdyż zwolnione są one z restrykcji celnych Moskwy.

Rząd rosyjski, stosuje wiele sankcji i środków mających na celu ochronę i zabezpieczenia wymiany handlowej. Mogą być to specjalne środki ochronne, tj.: środki antydumpingowe, środki kompensujące, czasowe ograniczenie importu czy środki ochronne przy eksporcie towarów.

Środki antydumpingowe stosuje się przy rozpoznaniu dumpingowego importu towarów, który bez wątpienia uderza w poszczególne gałęzie przemysłu rosyjskiego. Środki takie stosuje się zarówno do towarów (bezpośredniego przedmiotu praktyk dumpingowych), ale też w stosunku do producentów (eksporterów) tego towaru w danym kraju, z uwzględnieniem praktyki ich stosowania środków w stosunkach handlowych z tym krajem. W handlu zagranicznym Rosji występują także ograniczenia co do importu- są to zezwolenia i licencje. Zgodnie z literą prawa rosyjskiego, wymienione metody regulacji rynkowych stosuje się w wyjątkowych wypadkach, m.in. w celu zapewnienia bezpieczeństwa narodowego, wykonania zobowiązań międzynarodowych czy też ochrony rynku krajowego (Ustawa Federalna z 13 października 1995 roku o regulowaniu przez państwo działalności w handlu zagranicznym). Oprócz kwot dostępu do rynku, często stosowanym instrumentem są licencje wymagane na: sprzęt i usługi o przeznaczeniu wojskowym, materiały wybuchowe i pirotechniczne, materiały i technologie jądrowe,narkotyki, środki psychotropowe, trucizny, maszyny i urządzenia szyfrujące; kamienie i metale szlachetne, ich rudy i wyroby z nich, substancje niszczące ozon, alkohol etylowy, napoje alkoholowe, tytoń, chemiczne środki ochrony roślin, odpady przemysłowe, usługi budowlano-przemysłowe, a także telewizory kolorowe.

Wszelkie regulacje związane z przemieszczeniem przez granicę celną Rosji towarów i środków transportu odnajdziemy w Kodeksie Celnym Federacji Rosyjskie. Działając zgodnie z tymi przepisami, dowiemy się, iż niektóre towary podlegają dodatkowej, szczegółowej kontroli ze strony innych organów państwowych (np. kontroli weterynaryjnej czy sanitarnej) i w takich przypadkach zakończenie odprawy celnej następuje po dokonaniu dodatkowych czynności (Federacja Rosyjska. Przewodnik dla przedsiębiorców, Ministerstwo Gospodarki i Pracy, Biuro Promocji Inwestycji i Technologii ONZ, Warszawa 2004, s.199).

Prezydent Putin w Orędziu do Narodu i Zgromadzenia Federalnego z 3.12.2015r., przyznał, iż gospodarkę Rosji dosięgnął kryzys: ceny ropy i gazu nie będą rosnąć, ograniczenia importu i problemy sektora finansowego skłoniły go do zacieśnienia kontaktów z potęgą świata, jaką jest Chińska Republika Ludowa. Przywódca Kremla ma świadomości, iż sankcje związane z rosyjską ingerencją na Ukrainie, nie zostaną natychmiastowo wstrzymane i nadal będą w znaczący sposób wpływały na kontakty międzynarodowe Rosji (http://wiadomosci.wp.pl/kat,1356,title,Oredzie-Wladimira-Putina-do-narodu-Prezydent-Rosji-odgraza-sie-Turcji,wid,18020498,wiadomosc.html). Obostrzenia międzynarodowe miały przede wszystkim na celu, zastopowanie inwestycji Rosji w zbrojenia i wojsko, a zauważenie problemów stricte gospodarczych, które do tej pory były niejako ignorowane lub tymczasowo niwelowane poprzez import produktów głównie z krajów europejskich. Oceniając efektywność sankcji warto przeanalizować ostatnie prognozy budżetu Rosji, zaprezentowane przez Dumę, 4 grudnia 2015r. Otóż, kraj ten znajduje się w fatalnej sytuacji finansowej, kurs rubla w ciągu ostatniego roku stracił ok. 30% wartości, ceny ropy i gazu (podstawowych surowców eksportowych, zasilających budżet państwa, jest tok ok. 70% budżetu), a recesja sięgnęła -3,8% PKB (niektórzy eksperci twierdzą, iż będzie to nawet – 4%). Nie bez znaczenia pozostają tu zwiększone w tym roku wydatki na zbrojenia i wojsko, czy też finansowanie Krymu i Donbasu, co pochłania ok. 6 mld USD rocznie. Specjaliści zakładają, iż projekt budżetu państwa Putina, może podlegać modyfikacjom, determinowanych przede wszystkim wydatkami na bezpieczeństwo, armię czy politykę społeczną, przy zachowaniu obecnych strategii i priorytetów polityki zagranicznej i wewnętrznej Kremla (Kryzysowy budżet Rosji 2016, w: http://www.osw.waw.pl/pl/publikacje/analizy/2015-12-09/kryzysowy-budzet-rosji-ad-2016).

Dokonując analizy białorusko-polskich aktów administracyjno-prawnych, w oparciu o które kreowane są współczesne stosunki gospodarcze między tymi państwami, należy zauważyć, iż większość z nim pojawiła się w latach 90., po rozpadzie ZSRR. Mowa tu o około 60 polsko-białoruskich umowach i porozumieniach państwowych, ale także tych na szczeblu rządowym czy resortowym. Do najważniejszych z nich należą (L. Sidorowicz, Nowy wymiar granicy Polski. Wybrane problemy przepływu towarów i osób, «Administracja Publiczna», Zeszyty Naukowe nr 1(5)2005, WSAP, Białystok 2005, s. 133):

- porozumienie w sprawie organizacji przewozów podpisane w Mińsku 30 marca 1992 roku;
- umowa międzyrządowa w sprawie unikania podwójnego opodatkowania, podpisana w Mińsku 18 listopada 1992 roku;
- umowa międzyrządowa o wzajemnym popieraniu i ochronie inwestycji, podpisana w Warszawie dnia 24 kwietnia 1994 roku;
- umowa międzyrządowa o współpracy i pomocy wzajemnej w sprawach celnych;
- umowa między ministerstwami Rolnictwa i Gospodarki żywnościowej RP i RB o współpracy w dziedzinie kwarantanny i ochrony roślin;
- porozumienie o współpracy w zakresie wzajemnego uznawania wyników badań, certyfikatów i znaków zgodności z 27 listopada 1995 r.
- traktat *O dobrym sąsiedztwie i przyjaznej współpracy* podpisany w Warszawie 23 czerwca 1992 roku;
- deklaracja Prezesa Rady Ministrów RP i Premiera Republiki Białoruś o rozwoju współpracy gospodarczej z 21 stycznia 1995 roku;

– porozumienie o współpracy w zakresie wzajemnego uznawania wyników badań, certyfikacji i znaków zgodności pomiędzy Polskim Centrum Badań i Certyfikacji i Komitetem ds. Standaryzacji, Metrologii i Certyfikacji RB – podpisane 27 listopada 1995 roku.

W oparciu o powyższe uregulowania oraz przynależności państwa białoruskiego do organizacji międzynarodowych, jakich jak: WNP (Wspólnota Niepodległych Państw), Związkowego Państwa Białorusi i Rosji (w ten sposób wytyczono strefę wolnego handlu między tymi państwami), ale też Euroazjatycka Wspólnota Gospodarcza (poprzednia Unia Celna pomiędzy Białorusią, Kazachstanem, Kirgizją, Rosją i Tadżykistanem). Co więcej Białoruś legitymuje się statusem obserwatora Światowej Organizacji Handlu (WTO) (Wcześniejsze prognozy pokazywały, że już w 2010 roku mogło być realne uzyskanie członkowstwa w WTO przez Rosję, Białoruś i Ukrainę). Białoruś jako członek organizacji międzynarodowych, bezwzględnie powinna dążyć do zliberalizowania polityki celnej, między innymi poprzez dostosowanie i nowelizację istniejących już aktów normatywnych i określonych procedur celnych poprzez wdrożenie międzynarodowych standardów i certyfikatów unijnych.

Mimo wielu udogodnień i uproszczeń w budowaniu relacji handlowych Białorusi z innymi krajami, można odnaleźć wiele istotnych barier. W związku z utrudnieniami w dostępnie do rynku zbytu na Białorusi można wymienić (A. Maksimczuk, L. Sidorowicz, Polska granica wschodnia w warunkach transformacji. Wybrane aspekty, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Białymstoku, Białystok 2008, s.152 i dalsze):

- ochronę własnych producentów i protekcjonizm z zastosowaniem instrumentów prawnych pozaprawnych (wysokie cła i podatki, system certyfikacji towarów i licencjonowania działalności, podatki od obrotu towarami importowanymi, wszczynanie postępowań ochronnych wobec towarów importowanych i wprowadzanie instrumentów ochronnych, ograniczanie konkurencji i hamowanie prywatyzacji, utrudnianie swobody zakupów towarów importowanych w drodze przetargów, polecenia ustne, czy pisemne ze strony administracji państwowej i władz lokalnych ograniczające swobodę zakupów towarów przez przedsiębiorstwa handlu detalicznego itp.);
- czasochłonne, niezrozumiałe i specyficzne procedury i zwyczaje przy przekraczaniu granicy i odprawie towarów;
- często zmieniające się zawiłe prawo gospodarcze, podatkowe, celne,
- rozbudowany ponad miarę system kontroli, nieadekwatne sankcje w stosunku do stwierdzonych naruszeń prawa i błędów;
- system regulacji cen i marż przez administracje państwową;
- trudną sytuacja finansowa wielu przedsiębiorstw, niskie dochody ludności ograniczające popyt.

Handel zagraniczny na Białorusi jest centralnie stresowany poprzez wprowadzanie regulacji i restrykcji administracyjnych oraz stosowanie licencji, zarówno przy eksporcie, jak i imporcie, mimo iż gospodarka białoruska zdecydowanie zdominowana jest przez przedsiębiorstwa państwowe. Handel zagraniczny opiera się na następujących ustawach:

- O podstawach działalności handlu zagranicznego;
- O taryfie celnej i Kodeksie Celnym Republiki Białoruś;
- O certyfikacji produkcji, robót i usług.

Uzupełnienie do powyższych ustaw stanowią kodeks cywilny, prawo pracy, ale przede wszystkim podstawą jest Konstytucja Republiki Białorusi, która podobnie jak polska Ustawa Zasadnicza gwarantuje ochronę wszystkich podmiotów gospodarczych oraz równe prawa i warunki działania dla wszystkich form własności.

Jako uzupełnienie stosuje się poszczególne dekrety i rozporządzenia wydawane przez Radę Ministrów. Ponadto, państwo dąży do aktywnego wspierania gospodarki, ale przede wszystkim eksportu, stosując tym samym różnorodne formy pomocy finansowej pozyskiwanej głownie w ramach specjalnego funduszu promocji eksportu. Środki z tego funduszu przeznaczane są na:

- kredytowanie pro-eksportowych projektów inwestycyjnych;

- kredytowanie zakupu surowców, materiałów i podzespołów do produkcji eksportowej;
- kredytowanie prac naukowo-badawczych mających na celu wytwarzanie nowych wyrobów mogących być przedmiotem eksportu;
- zakup patentów i dokumentacji naukowo-technicznej w celu podjęcia produkcji konkurencyjnych towarów przeznaczonych na eksport;
- wyrównania dla banków z tytułu niższego oprocentowania kredytów eksportowych (Białoruś, Przewodnik dla przedsiębiorców, UNIDO, Warszawa 2006, s.144).

Istotnym elementem jest u tzw. certyfikacja towarów, niezbędna w wymianie handlowej państw z Republiką Białorusi. Przede wszystkim rozumianą jako certyfikacja towarów konsumpcyjnych, robót i usług oraz zakaz reklamowania produktów nie posiadających obowiązkowych certyfikatów. Powyższy wymóg stanowi znaczącą barierę w stosunku to zagranicznych producentów i ich potencjalnego wejścia na rynek białoruski . Jako dokumenty stwierdzające bezpieczeństwo towarów, a tym samym możliwość ich dystrybucji na rynku białoruskim są przede wszystkim: świadectwa jakości dostarczane przez producentów, rejestracja towarów przez Państwowy Instytut Fitosanitarny, certyfikaty Ministerstwa Zdrowia oraz wydawane przez Biełstandard czy też inne organy. Jednak, mimo posiadania stosownych certyfikatów, organy celne zobowiązane są to wydania pozytywnej, bądź negatywnej decyzji o świadczącej o zezwoleniu na na wykorzystanie przez zainteresowane osoby towarów wwiezionych na terytorium Republiki Białorusi oraz posiadanie dokumentów potwierdzających certyfikację tych towarów w Narodowym Systemie Certyfikacji Republiki Białorusi. Dopiero po pozytywnej weryfikacji,towary takie mogą zostać wykorzystane.

W ustawie o ocenie potrzeb technicznych normatywów aktów prawnych w związku z technicznym normowaniem i standaryzacji z 5 stycznia 2004 r. № 269-9 wprowadzono nowe państwowe systemy standaryzacji produktów na Białorusi. Odpowiedzialnymi za wykonanie ustawy są Komitet ds. Standaryzacji, Metrologii i Certyfikacji działające przy RadzieMinistrów Republiki Białorusi. Jednakże, bezpośrednim powodem wprowadzenia usprawnień i nowelizacji odnośnie zagranicznej wymiany handlowej Białorusi były Dyrektywy unijne,do których białoruscy eksporterzy musieli dostosować produkty sprzedawane na unijnymrynku. W tym celu powołano szereg wyspecjalizowanych komórek odpowiedzialnych za informację i analizy materiałów i dokumentów unijnych związanych z międzynarodowym obrotem usługami i towarami (Z dniem 1 lipca 2004 roku wprowadzono na stronach internetowych (www.gosstandart.gov.by) teksty nowych państwowych standardów Białorusi (STB). Szeregowane są one, tak aby każdego miesiąca można było je wdrażać, np. standardy podane w lipcu były wcielane w życie między 1-5 sierpnia 2004 roku. Wprowadza się także standardy międzynarodowe (GOST) w ramach WNP, zamieszczane na stronach EASC (www.easc.org.by) w postaci systemu elektronicznego).

Działając zgodnie z rozporządzeniem Rady Ministrów № 440 z 8 kwietnia 2002 roku o środkach doskonalenia regulowania eksportu i importu towarów, wprowadzono znowelizowany system licencji wymagany zarówno przy eksporcie, jak i imporcie. Wyjątek stanowi towar nie przekraczający równowartości 200 Euro lub w sytuacji, gdy wwóz lub wywóz odbywa się jednorazowo (raz na rok kalendarzowy). Za wydanie poszczególnych rodzajów licencji pobiera się stosowne opłaty, a ich wysokości zostały ściśle doprecyzowane w rozporządzeniu.

Nowelizacja, a przez to modyfikacja wybranych przepisów celnych Republiki Białorusi ma przede wszystkim służyć wzmożonej kontroli działalności handlu zagranicznego. Na podstawie dekretu Prezydenta Białorusi № 316 z 13 czerwca 2001 roku, wnoszący uzupełnienia i zmiany do Dekretu № 7 z 4 stycznia 2000 roku o trybie prowadzenia kontroli operacji handlu zagranicznego, przyznano możliwość składania okresowej deklaracji statystycznej, w przypadku gdy wartość transakcji nie przekracza 200 EUR (w poprzednim dekrecie wymagano owych deklaracji przy każdej dokonywanej międzynarodowej transakcji). Ponadto, unormowano też terminy przekazywania wspominanej deklaracji, odpowiednio dostosowanej: przy eksporcie – nie później niż w ciągu 5 dni kalendarzowych od dnia wysyłki towaru z magazynu, przy

imporcie – nie później niż w ciągu 5 dni kalendarzowych od dnia otrzymania towaru w trybie ustalonym przez importera (Powyższe wykazy produktów i usług można znaleźć w biuletynach Rynek-Wschodni Partnerzy № 1 i 2/2005, zamieszczonych na Portalu Promocji Eksportu MG; www.eksporter.gov.pl. oraz Białoruś, Przewodnik dla przedsiębiorców, UNIDO, Warszawa 2006, s.142).

Tabela – Struktura białoruskiego importu z Polski w latach 2004 i 2005 (wg głównych grup towarowych – w tys. USD)

Nazwa towaru	2004r.	2005r.	05/04 (w %)
Wartość import ogółem (tys. USD)	474985,7	578924,8	121,9
Mięso wieprzowe świeże, chłodzone lub mrożone	42659,0	47878,6	112,2
Płyty wiórowe lub podobne płyty drewnopochodne	31937,5	34508,5	108,0
Lampy elektronowe, kineskopy	31479,6	19569,6	62,1
Papier toaletowy, wata celulozowa, chusteczki	11614,3	16172,8	139,2
Oprawy, okucia z metalu do mebli, drzwi, schodów,	9111,9	13860,2	152,1
Jabłka, gruszki świeże	9321,7	13207,0	141,6
Wełna żużlowa, skalna, mineralna	9106,1	10172,3	111,7
Części i akcesoria do pojazdów samochodowych	5486,5	9831,5	179,2
Izolowane druty, kable i inne przewody elektryczne	4609,7	9802,8	212,6
Konstrukcje ze stali	4192,3	9601,6	229,0
Koks, półkoks	3363,7	9399,5	279,4
Leki złożone w opakowaniach do sprzedaży detalicznej	7967,4	9322,4	117,0
Tłuszcz wieprzowy lub drobiowy, bez mięsa	6451,9	8780,6	136,1
Płyty pilśniowe drewnopochodne	9312,2	8587,1	92,2

Źródło: Białoruś, Przewodnik dla przedsiębiorców, UNIDO, Warszawa 2006, s.144.

Nowelizacja, a przez to modyfikacja wybranych przepisów celnych Republiki Białorusi ma przede wszystkim służyć wzmożonej kontroli działalności handlu zagranicznego. Na podstawie dekretu Prezydenta Białorusi № 316 z 13 czerwca 2001 roku, wnoszący uzupełnienia

i zmiany do Dekretu № 7 z 4 stycznia 2000 roku o trybie prowadzenia kontroli operacji handlu zagranicznego, przyznano możliwość składania okresowej deklaracji statystycznej, w przypadku gdy wartość transakcji nie przekracza 200 EUR (w poprzednim dekrecie wymagano owych deklaracji przy każdej dokonywanej międzynarodowej transakcji). Ponadto, unormowano też terminy przekazywania wspominanej deklaracji, odpowiednio dostosowanej: przy eksporcie – nie później niż w ciągu 5 dni kalendarzowych od dnia wysyłki towaru z magazynu, przy imporcie – nie później niż w ciągu 5 dni kalendarzowych od dnia otrzymania towaru w trybie ustalonym przez importera (Powyższe wykazy produktów i usług można znaleźć w biuletynach Rynek-Wschodni Partnerzy № 1 i 2/2005, zamieszczonych na Portalu Promocji Eksportu MG; www.eksporter.gov.pl. oraz Białoruś, Przewodnik dla przedsiębiorców, UNIDO, Warszawa 2006, s.142).

Zdecydowanym udogodnieniem obrotu wewnętrznego pomiędzy krajami Wspólnoty Niepodległych Państw jest zwolnienie z uiszczania cła, a wobec krajów rozwijających się stosowane są preferencyjne, obniżone do 50 % stawki celne, a w przypadku najbiedniejszych i najsłabiej rozwiniętych państw, nawet stawki «zerowe». Od lipca 2003 nastąpiło usprawnienie odprawy celnej, lecz tylko dotyczące towarów wwożonych z Rosji. Ponadto, wyroby przeznaczone do przetwarzania i dalszej produkcji, przywiezione przez indywidualnych przedsiębiorców, a pochodzące z państw trzecich, także nie podlegają odprawie celnej. Wyjątek stanowią tu towary objęte podatkiem akcyzowym. Mimo, iż 1 stycznia 2004 roku zamieniono stawkę VAT z 20 % na podstawową 18 %, to specyficzne rodzaje stawek i preferencji podatkowych mają zdecydowanie służyć rozwojowi rynku wewnętrznego, jako środek prewencyjny przed niekorzystnym wpływem z punktu widzenia stosunków rosyjsko-białoruskich, za dużego otwarcia gospodarki Republiki Białorusi na europeizację i globalizację handlu. Dążąc do wspierania i promowania rodzimych wyrobów, nakłada się podatki, cło, akcyzę na niektóre towary rolno-spożywcze, jeżeli tylko stanowią one potencjalną konkurencję dla produktów krajowych.

Analizując podstawy prawne i uwarunkowania administracyjno-prawne wymiany handlowej przede wszystkim w kontekście europejskich uregulowań należy podkreślić, iż Ukraina była jednym z kluczowych partnerów ze wschodu dla Polski. Dopiero konflikt zbrojny w Donbasie zmienił nieco kierunek stosunków gospodarczych na linii Polska-Ukraina. Jednak Ukraina to tego czasu była dla Polski strategicznym partnerem gospodarczym. Kluczowym etapem w rozwoju stosunków handlowych między tymi krajami było wstąpienie Polski do Unii Europejskiej, co w konsekwencji przyczyniło się do ożywienia kontaktów handlowych na Ukrainie. Zaobserwowano wówczas inwestycji polskich przedsiębiorców na sąsiadującej Ukrainie. Zdecydowanie przyczyniły się do tego członkostwo tego kraju w Światowej Organizacji Handlu (WTO), ale też dążenie do integracji z NATO i Unią Europejską przyczyniły się do liberalizacji handlu w tym regionie (J. Bielecki, T. Serwetnyk, Kijów zmarnował szansę , «Rzeczpospolita», № 165, 17.07.2006 r.). Warto zauważyć, iż gospodarka ukraińska ulegała poprawie, mimo ogólnoświatowego kryzysu gospodarczego, jednakże interwencja rosyjska na Krymie i w Donbasie, a tym samym konflikt zbrojny i niepewna sytuacja polityczno-gospodarcza przyczyniły się do destabilizacji gospodarczej i spadku wartości hrywny. Mimo członkostwa zarówno Polski, jak i Ukrainy w organizacjach międzynarodowych, istnieją pewne istotne bariery biurokratyczne, proceduralne i organizacyjne, które nie sposób przezwyciężyć. Nie zraża to jednak polskich przedsiębiorców do rozszerzania działalności poza rynek rodzimy, także inwestując na wschód od Wisły, podejmując tym samym współpracę gospodarczą i produkcyjną z Ukrainą. Członkostwo Polski w strukturach europejskich, mimo obaw o zamknięcie się na kontakty ze Wschodem (granica Polska stała się zarazem wschodnią granicą UE), pozytywnie wpłynęło na rozwój polsko-ukraińskich kontaktów handlowych (S. Popowski, Wschodni wymiar Europy, «Rzeczpospolita», № 132, 04.06.2005).

Eskalacja konfliktu na Ukrainie, rosyjska inwazja i aneksja Krymu spowodowały nałożenie na Rosję dotkliwych sankcji ekonomicznych dotychczas okazały się one

najskuteczniejszym, niemilitarnym narzędziem blokującym Federację Rosyjską i Władimira Putina przez eskalacją konfliktu na Ukrainie i wizją wojny w Europie. Przede wszystkim, restrykcje w postaci sankcji i kontrsankcji, embarga, silnie uderzyły w gospodarkę Rosji, tj.: banki i finanse, spadek cen ropy i gazu, zahamowanie dostępu do transferu nowoczesnych technologii, cięcia budżetowe na przemysł obronny oraz niezwykle istotny sektor spożywczy. Zastosowanie sankcji przede wszystkim ukazało jedność europejską (w postaci jednolitej polityki Unii Europejskiej w stosunku do Rosji), a z drugiej strony ukazało słabość rosyjskiego systemu ekonomicznego, przez lata propagandy kreowanego na mocarstwo niezwykle liczące się we współczesnym świecie. Tym samym, nastąpiło zahamowanie rozwoju gospodarczego i zamrożenie inwestycji ukraińskich. UE (reprezentowana przez stronę niemiecką) zadeklarowało veto wobec przystąpienia Ukrainy do NATO i UE w obecnej sytuacji, mimo iż UE zaoferowała pomoc w stabilizacji sytuacji na Ukrainie oraz przedłużenie sankcji gospodarczych wobec Rosji. Jednak gro specjalistów uważa, iż UE powinna dążyć do inwestycji w politykę, dyplomację i rozwój ekonomiczny z Ukrainą, przez co nastąpi zacieśnienie ukraińskich kontaktów handlowych z Europą.

Głównym aktem prawnym regulującym stosunki handlowe między Polską a Ukrainą jest Porozumienie o Partnerstwie i Współpracy między Ukrainą a Unią Europejską. 29 kwietnia 2004 roku nastąpiło rozszerzenie o dodatkowy protokół o nowe kraje członkowskie oraz przyznanie im Klauzuli Największego Uprzywilejowania, a wspólną polityką handlową zostały objęte: środki taryfowe wspólnej taryfy celnej UE, środki pozataryfowe oraz środki ochronne (Ukraina. Przewodnik dla przedsiębiorców. Wydanie szóste, UNIDO, Warszawa 2006, s. 205-207).

Ukraina w relacjach handlowych z krajami Unii Europejskiej uzyskała tzw. jednostronne preferencje celne normowane Rozporządzeniem Rady Europejskiej № 2501/2001 z 10 grudnia 2001 roku wraz z modyfikacjami, aktu prawnego obowiązującego w ramach Generalnego Systemu Preferencji Celnych. Wyróżniamy tu grupy sektorowe wydzielone na podstawie określonych wskaźników ekonomicznych. Ukraina dzięki systemowi preferencji obejmującym też nowe kraje UE, zyskuje zdecydowanie więcej profitów, niż w ramach poprzednich indywidualnych preferencji celnych, uznawanych w ramach umów bilateralnych, przez nowe państwa członkowskie UE.

Warto zauważyć, iż analizy dokonane przez Ministerstwo Gospodarki wskazują , iż prawie połowa towarów importowanych przez Polskę z Ukrainy nie uległa zmianie po 1 maja 2004 – dotyczy to towarów objętych tzw. zerową stawką celną. Natomiast druga połowa towarów importowanych z Ukrainy, została objęta obniżoną stawką celną, mowa tu między innymi o towarach takich jak: wyroby walcowe, rury, miody naturalne. Odnosząc się do towarów eksportowanych z Polski na Ukrainę stawki nie uległy zmianom, a dodatkowo polscy eksporterzy wyrobów rolnych otrzymali możliwość uzyskania dopłat eksportowych.

Członkostwo Polski w Unii Europejskiej budziło skrajne emocje w kraju jaki i wschodnich partnerach handlowych. Przeważały obawy o perspektywy dalszego rozwoju i zacieśniania współpracy, szczególnie zaobserwowane wśród przygranicznych beneficjentów najbardziej uzależnionych od jakości i potencjału pokładanego w handlu.

Analizując bazę traktatowo- prawną, a w szczególności administracyjną i celną, bazującą na szeregu umów międzynarodowych, w szczególności należałoby zapoznać się ze specyfikacją dotyczącą zagadnień takich jak: ochrona inwestycji, unikanie podwójnego opodatkowania i rozporządzeniach międzyresortowych precyzujących te kwestie. Zainicjowano też pewne formy instytucjonalnej współpracy, m.in. Polsko-Ukraińska Komisja Mieszana ds. Współpracy Gospodarczej i Handlu czy Memorandum o działaniach zmierzających do liberalizacji handlu między Polską a Ukrainą, ratyfikowane w 1997 r., a realizowanych nadal np. poprzez aktualizację współczesnych problemów i sygnalizowania istniejących barier, a następnie wypracowywanie propozycji rozwiązań w postaci uproszczeń i liberalizacji ograniczeń w handlu przygranicznym (http://www.ukraine-poland.com/handel/handel.php?id=2.txt, Polsko – ukraiński magazyn internetowy, 02.04.2016r.).

Bazę prawną stanowiącą podstawę stosunków bilateralnych UE (Polska)-Ukraina stanowi Porozumienie o Partnerstwie i Współpracy z 14 czerwca 1994 r., natomiast w kwietniu 2004 r. podpisano protokół rozszerzający zapisy Porozumienia o kraje wstępujące w struktury UE w 2004 roku, w tym Polskę (Nowi sąsiedzi UE, «Rzeczpospolita», 02.12.2005r.). Wśród pozostałych umów gospodarczych istotnych w relacjach gospodarczych i handlu między Ukrainą a Polską wyróżniamy: porozumienie pomiędzy Ukrainą i Wspólnotą Europejską o Handlu Wyrobami Tekstylnymi (z 5 maja 1993 roku), porozumienie pomiędzy Rządem Ukrainy a Europejską Wspólnotą Węgla i Stali o Handlu Wybranymi Wyrobami Stalowymi (z 17 lipca 1997 roku), Umowa między Rządem RP a Rządem Ukrainy o wzajemnym popieraniu i ochronie inwestycji, podpisana w 1993 roku, Konwencja między Rządem RP a Rządem Ukrainy w sprawie unikania podwójnego opodatkowania i zapobiegania uchylaniu się od opodatkowania w zakresie podatków od dochodu i majątku, podpisaną w 1993 roku.

W ramach wymiany handlowej kluczowym aktem prawnym staje się Kodeks Celny, znowelizowany i obowiązujący od 2004 r., mający gwarantować ochronę interesów ekonomicznych Ukrainy, kształtowanie korzystnych warunków dla rozwoju gospodarczego oraz zabezpieczać obowiązujący porządek prawny w zakresie przepisów celnych. Tym samym ma za zadanie regulowanie, organizację i zasady nakładania i egzekwowania cła na towarach podlegających ocleniu. W kwestiach administracyjno-prawnych normuje wszelkie zagadnienia dotyczące służby celnej na Ukrainie, także w aspektach ekonomicznym, prawnym i socjalnym (Najważniejsze regulacje prawno-administracyjne dostępu towarów do ukraińskiego rynku zostały dość wyczerpująco zaprezentowane w: A. Maksimczuk, L. Sidorowicz, Polska granica wschodnia op. cit., par.7.3.Wybrane regulacje prawno-administracyjne dostępu towarów do rynku ukraińskiego, s.173–185). Natomiast taryfy celne obowiązujące na Ukrainie odnajdziemy w Ustawie *o taryfie celnej Ukrainy*, z dn. 5.04.2001r., wielokrotnie nowelizowanej. Średnia stawka celna w imporcie Ukrainy wyniosła w 2003 r. 5,64 %, (dla towarów przemysłowych 4,72 % i rolno-spożywczych 19,77 %). Jednak, aby sprawnie realizować zamierzone cele gospodarczo-handlowe, wprowadzono też szereg ulg celnych odnoszących się do wybranych towarów, szczególnie w celu ochrony krajowej gospodarki i produkcji przed stanowiącymi istotną konkurencję, towarami importowanymi na Ukrainę (Np. Gabinet Ministrów 11 listopada 2004 zatwierdził wykaz towarów zwolnionych z opłat celnych i wykaz towarów zwolnionych z podatku w latach 2004–2008. Dotyczy to artykułów i części zamiennych i sprzętu wykorzystywanych dla poprawy bezpieczeństwa w kopalniach zapobiegania wybuchom metanu i zmniejszenia jego emisji w środowisku. Zaś postanowieniem nr 1568 z dn. 17 listopada 2004 r. zwolnił z opłat celnych w 2005 roku niektóre leki i preparaty do ich produkcji). od 1 maja 2005 r. znowelizowano zasady przeprowadzania kontroli celnej, normowanej tzw. Unifikowanym Administracyjny m Dokumentem. Wprowadza on ob*owiązek* osobistego przekazywania dokumentów do odprawy celnej i ich odbioru po jej dokonaniu. Opłaty natomiast, zostały w większości zniesione, pozostały jedynie dodatkowe płatności za konwojowanie towarów przez straż celną oraz przy odprawie w miejscu innym, niż znajduje się organ celny. w 2002 r. uproszczono kontrolę celną samochodów ciężarowych, lecz już rok później powrócono do dawnych restrykcyjnych przepisów przede wszystkim sytuacja ta spowodowana była nielegalną sprzedażą artykułów spożywczych przewożonych przez terytorium Ukrainy (W II półroczu 2003 r. odbywała się na ukraińskich przejściach granicznych, po raz pierwszy, eksperymentalna uproszczona kontrola graniczna i celna, określoną jako tzw. zielone korytarze). Wolno przewozić towary udokumentowane i oclone. Natomiast towary akcyzowe muszą być opatrzone banderolą, a następnie poddane kontroli i dalszej eskorcie ukraińskiej straży celnej. Warto jednak zauważyć, iż Ukraińskie Ministerstwo Gospodarki wydaje mnóstwo koncesji, pozwoleń, licencji, wśród nich najistotniejsze to zezwolenia na reeksport ropy naftowej i gazu ziemnego. Wyroby spirytusowe, alkoholowe i tytoniowe są także adekwatnie licencjonowane (Na podstawie ustawy o państwowym regulowaniu produkcji i handlu spirytusem etylowym, koniakowym i owocowym, napojami alkoholowymi i wyrobami tytoniowymi z 19.12.1999 r., (z

późn. zm.) i rozporządzenia Gabinetu Ministrów w sprawie tymczasowego trybu wydawania licencji na prawo importu ww. wyrobów (z dn. 13.05.1996 r.)).

Wprowadzono, także specjalne ograniczenia dotyczące sprowadzania samochodów osobowych na Ukrainę, oczywiście celem ochrony produkcji i fabryk krajowych (A. Maksimczuk, L. Sidorowicz, Polska granica wschodnia op. cit, s. 180–181), przejawiający się m.in. tym, iż nierezydenci mogą czasowo korzystać i wwozić na teren Ukrainy auta, lecz po wcześniejszym opłaceniu cła i akcyzy. Nowe samochody podlegają natomiast obowiązkowej rejestracji i certyfikacji. Co ważne, istnieje tam zakaz importowania aut bez zainstalowanych katalizatorów.

Literatura

1. E. Latoszek, Wspólna polityka handlowa UE i jej skutki dla handlu zagranicznego po uzyskaniu członkostwa, «Sprawy Międzynarodowe» 1999, № 3.
2. W. Molle, Ekonomika integracji europejskiej. Teoria, praktyka, polityka, wyd. Fundacja Gospodarcza, Gdańsk 2000.
3. P. Holmes, The Political Economy in the European Integartion process, [w:] The European Integration, D. Dyker (red.) London and New York, 1999.
4. B. Jeliński, Polska polityka handlu zagranicznego, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego 2003.
5. Traktat ustanawiający Wspólnoty Europejskie.
6. Polska – Rosja, dwustronne stosunki gospodarcze, Ministerstwo Gospodarki, Warszawa 2006.
7. http://www.polweh.ru/pl-umowy/indexp.shtml (Portal Internetowy Wydziału Ekonomiczno-Handlowego Ambasady RP w Moskwie).
8. Ramy prawne współpracy gospodarczej Polska-Rosja szczegółowo zostały zaprezentowane w: A. Maksimczuk, L. Sidorowicz, Polska granica wschodnia, par. 5.3. Uwarunkowania rosyjskiego handlu zagranicznego.
9. Z. Nowak, Integracja Europejska. Szansa dla Polski, PEW, Warszawa 2002.
10. A.Maksimczuk, L. Sidorowicz, Polska granica wschodnia w warunkach transformacji (wybrane aspekty), Wydawnictwo Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Białymstoku, Białystok 2008.
11. Białoruś, Przewodnik dla przedsiębiorców, UNIDO, Warszawa 2006.
12. J. Bielecki, T. Serwetnyk, Kijów zmarnował szansę , «Rzeczpospolita», № 165, 17.07.2006 r.
13. S. Popowski, Wschodni wymiar Europy, «Rzeczpospolita», Nr 132, 04.06.2005.
14. Ukraina. Przewodnik dla przedsiębiorców. Wydanie szóste, UNIDO, Warszawa 2006.

The aim are progressive economic processes: integration, globalization, and its undoubted impact on the lives of socio-economic and political cause that issues related to the functioning of national and economic boundaries are an important point of the research interests of many sciences. The consequences of these processes have a major impact on the Polish relations with its proximity to the economy. The role of the Polish border, as an external eastern border of the European Union and the Polish state with the countries of Eastern Europe, ie. The Russian Federation - Kaliningrad Oblast, the Republic of Belarus and Ukraine appears to be the obvious determinant to close commercial cooperation with these countries.

Magdalena Andrzejewska, doktorantka na Wydziale Ekonomii i Zarządzania, Uniwersytetu w Białymstoku, Katedra Ekonomii Politycznej, Białystok, Polska. e-mail: magda.andrzejewska@wp.pl

Promotor – ***Aleksander Maksimczuk,*** profesor UwB, dr hab., Wydział Ekonomii i Zarządzania, Uniwersytetu w Białymstoku, Katedra Ekonomii Politycznej, Białoruski Instytut Prawowiedienja w Grodnie (BIP), Białystok, Polska.

УДК 328.1

A. Matel

OCENA POZIOMU ZASPOKOJENIA POTRZEB MIESZKANIOWYCH MIESZKAŃCÓW BIAŁEGOSTOKU W LATACH 2006–2015

Celem publikacji jest ocena stopnia zaspokojenia potrzeb mieszkaniowych mieszkańców Białegostoku w latach 2006–2015. Analiza została przeprowadzona w odniesieniu wielkości zasobu mieszkaniowego, dopływu nowych mieszkań do zasobu mieszkaniowego, dostępności dochodowej i kredytowej mieszkań, standardu użytkowania mieszkań.

Mieszkanie realizuje wiele funkcji, dzięki czemu ten rodzaj dobra bierze udział w zaspokajaniu potrzeb klasyfikowanych na wszystkich poziomach piramidy potrzeb Maslowa [1]. Na poziomie potrzeb fizjologicznych mieszkanie realizuje funkcje biologiczne, tworzy przestrzeń snu, odżywiania, zachowania czystości. Na poziomie bezpieczeństwa mieszkanie realizuje funkcje ochronne, daje poczucie stabilizacji. Na poziomie potrzeby przynależności mieszkanie spełnia funkcje społeczne, w tym prowadzenia życia towarzyskiego. Mieszkanie może być również źródłem uznania i szacunku, poprzez realizację funkcji humanistycznych, jak budowa więzi sąsiedzkiej i rodzinnej. Mieszkanie może również stanowić źródło zaspokojenia potrzeby samorealizacji tworząc miejsce pracy [2], oraz tworząc indywidualną przestrzeń życiową.

Do podstawowych wymiarów oceny poziomu zaspokojenia potrzeb mieszkaniowych należą:

- wielkość zasobu mieszkaniowego oraz jego dostępność,
- standard mieszkania i jego otoczenia (cechy jakościowe mieszkania i otoczenia),
- standard użytkowania mieszkania (liczba osób przypadających na mieszkanie lub izbę),
- standard powierzchniowy (przeciętna powierzchnia przypadająca na mieszkanie, gospodarstwo domowe, osobę).

Jednym z podstawowych problemów polskiego społeczeństwa pod względem zaspokajania potrzeb mieszkaniowych w latach 2006–2015 pozostaje deficyt mieszkań. Jego podstawowym miernikiem jest różnica między liczbą zamieszmałych mieszkań, a liczbą gospodarstw domowych. Wiarygodne dane z tego zakresu pochodzą z Narodowych Spisów Powszechnych (NSP). Spis przeprowadzony w 2011 roku pozwolił na oszacowanie deficytu mieszkań w Polsce na poziomie ponad 1 miliona mieszkań, przy czym na podstawie NSP z 2002 roku deficyt ten oszacowano na poziomie 1,5 mln mieszkań [3]. Pomimo istotonej poprawy nadal pozostaje on na znaczącym poziomie i plasuje Polskę na jednym z ostatnich miejsc wśród krajów europejskich [4]. Dane z NSP nie pozwalają na stałe monitorowanie wielkości zasobu mieszkaniowego. Z tego względu dla jego oceny wykorzystywany jest wskaźnik liczby mieszkań na 1000 mieszkańców.

Podstawą barierą zaspokajania potrzeb mieszkaniowych są ograniczenia finansowe gospodarstw domowych, wynikające przede wszystkim z wysokich kosztów nabycia mieszkania, kosztów eksploatacji [5], a także ograniczonej dostępności kredytowej. Zgodnie z Raportem o sytuacji na rynkach nieruchomości mieszkaniowych i komercyjnych w Polsce w 2015 mieszkania są z jednej strony główną formą majątku gospodarstw domowych w Polsce, z drugiej zaś kredyty hipoteczne stanowią główne obciążenie gospodarstw domowych (W Polsce długookresowe zadłużenie gospodarstw domowych związane z kredytami mieszkaniowymi w 2015 r. osiągnęło poziom około 374,5 mld zł [6]. Z tego względu kwestia ta jest przedmiotem zainteresowania realizowanej polityki mieszkaniowej, zmierzającej do zapewnienia bezpieczeństwa socjalnego oraz poprawy warunków bytowych ogółu społeczeństwa, między

innymi poprzez rozwój ilościowy i jakościowy sektora mieszkaniowego oraz wzrost dostępności mieszkań [7].

Miernikiem zaspokojenia potrzeb mieszkaniowych jest standard mieszkania i jego otoczenia. Dynamiczna zmiana stylów życia społeczeństw rozwijających się powoduje zmiany potrzeb w zakresie konsumpcji, w kierunku wygody, wyższej jakości dóbr i usług, indywidualizacji [8], co przekłada się na wzrost potrzeb mieszkaniowych w wymiarze jakościowym. Wskaźniki jakościowe mieszkań są trudne w pomiarze oraz porównywaniu w czasie i przestrzeni. Często wykorzystywanym wskaźnikiem służącym ocenie standardu mieszkania jest udział mieszkań wyposażonych w instalacje (w tym odsetek mieszkań wyposażonych w wodociąg, łazienkę, centralne ogrzewanie) w zasobie mieszkaniowym. Liczne badania wskazują, że odchylenia w ocenie jakości otoczenia mieszkania mogą wynikać z czynników jakościowych, takich atrakcyjność turystyczna czy percepcja krajobrazu [9] Dane te są jednak trudne w porównywaniu i ocenie, wymagają realizacji badań pierwotnych (Przykład takich badań przedstawia: [10]), które nie są prowadzone cyklicznie.

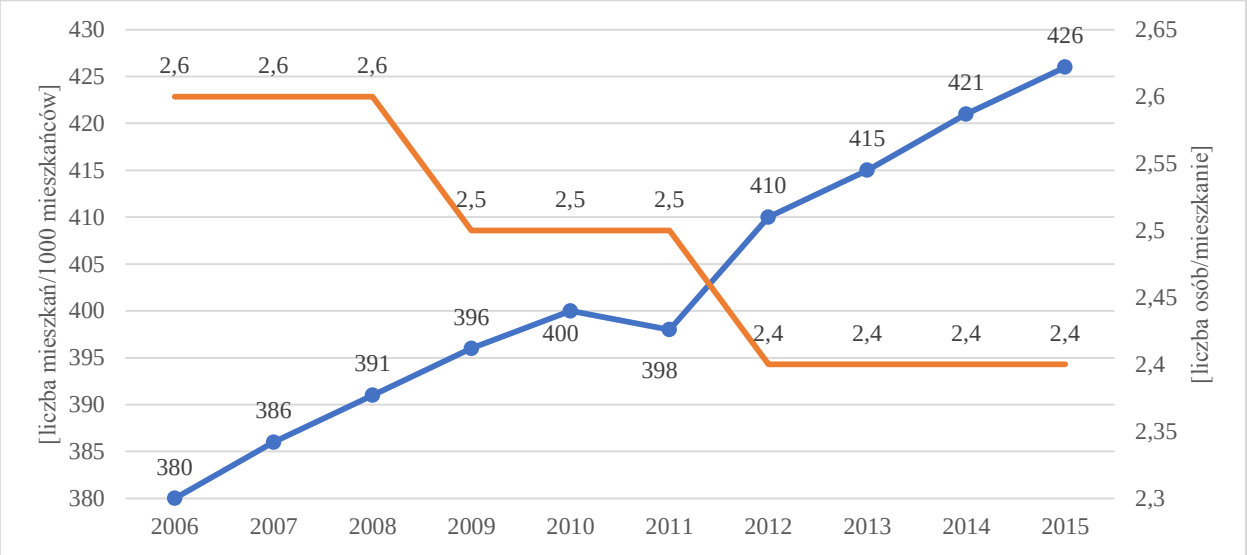
Kolejnym miernikiem zaspokojenia potrzeb mieszkaniowych jest zaludnienie mieszkań. W celu jego oceny wykorzystywany jest wskaźnik przeludnienia mieszkań (odsetek ludności żyjących w lokalu nadmiernie zagęszczonym, tj. w gospodarstwach domowych, które nie dysponują conajmniej liczbą mieszkań odpowiadającą następującym kryteriom: jedno pomieszczenie na jedno gospodarstwo domowe, na parę w gospodarstwie domowym, dla każdej osoby w wieku 18 lat i więcej, dla pary pojedynczych osób tej samej płci, między 12. a 17. rokiem życia, dla każdej osoby między 12 a 17 lat, a nie uwzględnionych w poprzedniej kategorii lub dla pary z dziećmi poniżej 12. roku życia [11]), oraz wskaźnik deprywacji mieszkaniowej (odsetek osób zajmujących mieszkania przeludnione, w których dodatkowo występuje co najmniej jeden z wyróżników deprywacji mieszkaniowej (jak brak łazienki lub toalety, nieszczelny dach lub niedoświetlenie mieszkania)). W 2015 roku wskaźnik deprywacji mieszkaniowej w Polsce wyniósł 9,8 %, co oznacza znaczą poprawę w porównaniu z rokiem 2005 kiedy wynosił on 29,7 %. Na tle krajów europejskich – przy średniej w Unii Europejskiej na poziomie 4,9 % oraz średniej w krajach strefy Euro na poziomie 3,7 % – nadal pozostaje on na wysokim poziomie [11]. Standard użytkowania mieszkań określany jest również za pomocą liczby osób przypadających na mieszkania oraz liczby osób przypadkających na izbę w mieszkaniu. Podobną rolę pełni standard powierzchniowy mieszkania, określany za pomocą liczby metrów kwadratowych powierzchni użytkowej mieszkania w przeliczeniu na osobę oraz przeciętną powierzchnię mieszkania.

Ocena poziomu zaspokojenia potrzeb mieszkaniowych mieszkańców Białegostoku w wymiarze wielkości zasobu w układzie czasowym może być prowadzona z wykorzystaniem:

- danych z NSP,
- wskaźnika liczby mieszkań w przeliczeniu na liczbę mieszkańców.

Według danych NSP w roku 2011 w Białymstoku było 118752 gospodarstw domowych i liczba ich wzrosła o około trzy tysiące w porównaniu do roku 2002 (115492 gospodarstw domowych). W 2011 roku liczba gospodarstw domowych przypadająca na mieszkanie wynosiła 1,01, co oznacza poprawę w porównaniu do roku 2002, kiedy wskaźnik wyniósł 1,15. Tym samym w latach 2002–2011 znacznie zmniejszył się problem deficytu mieszkań w Białymstoku.

Liczba mieszkań w przeliczeniu na liczbę ludności w Białymstoku w badanym okresie – poza niewielkim spadkiem odnotowanym w 2011 roku – wykazywał stałą tendencję wzrostową.



Wykres 1 – Liczba mieszkań w przeliczeniu na 1000 mieszkańców w Białymstoku w latach 2005–2015

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [12]

W latach 2006-2015 nastąpił wzrost wskaźnika z poziomu 380 do 426 mieszkań w przeliczeniu na 1000 mieszkańców miasta. Jednocześnie odnotowano spadek liczby osób w mieszkaniu, przy czym tendencja spadkowa była systematyczna (spadek z poziomu 2,6 do 2,4 osób/mieszkanie). Nadal mieszkania w Białymstoku są zaludnione przeciętnie w większym stopniu niż w mieszkania w innych miastach wojewódzkich, gdzie wskaźnik wynosi średnio 2,32 osób/mieszkanie. Wskaźnik cechuje się jednak niewielkim zróżnicowaniem, wartość minimalną osiąga w Warszawie (1,9), zaś maksymalną w Szczecinie (3,4).

Biorąc pod uwagę istotony niedobór mieszkań w Polsce na poziom zaspokojenia potrzeb mieszkaniowych istotnie wpływa dopływ nowych mieszkań do zasobu.

Tabela 1 – Liczba mieszkań oddanych do użytkowania w Białymstoku w latach 2006–2015.

Rok	Liczba mieszkań oddanych do użytkowania			
	ogółem	w tym przeznaczonych na sprzedaż lub wynajem	w przeliczeniu na 1000 mieszkańców	w przeliczeniu na 1000 małżeństw
2006	1219	583	4,1	765
2007	1667	652	5,7	990
2008	1574	1009	5,4	859
2009	1553	909	5,3	863
2010	1632	1187	5,5	958
2011	1713	1331	5,8	1194
2012	2249	1904	7,6	1557
2013	1574	1402	5,3	1151
2014	1736	1430	5,9	1199
2015	2088	1795	7,1	1419

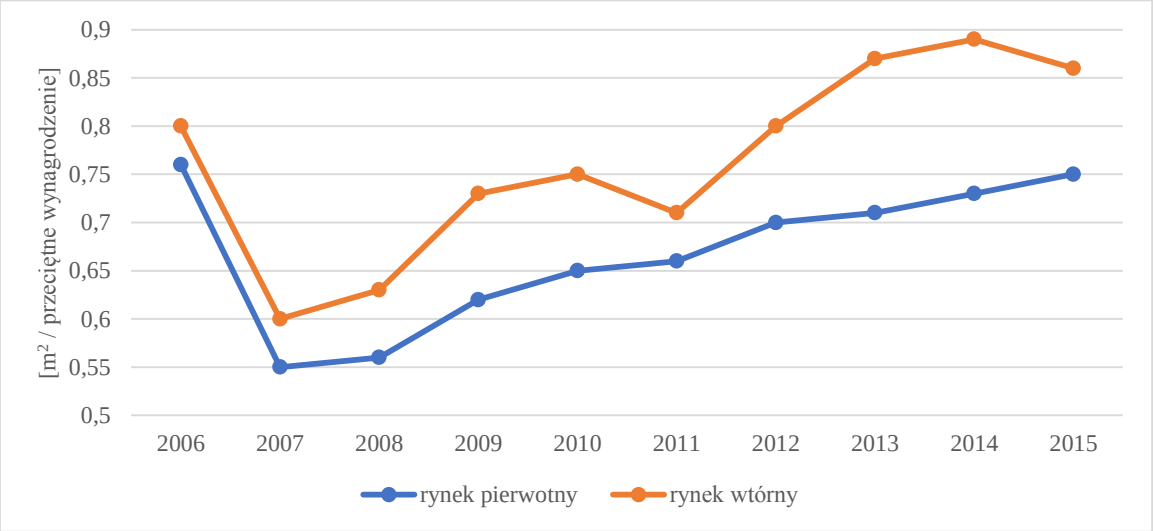
Źródło: opracowanie własne na podstawie [12]

Liczba mieszkań średniorocznie oddanych do użytkowania w Białymstoku w badanym okresie waha się, ogólna tendnecja jest jednak wzrostowa. Szczególnie zauważalny jest wzrost udziału mieszkań przeznaczonych na sprzedaż lub wynajem w analizowanym zasobie. W roku 2006 stanowiły one 47,8 %, zaś w roku 2015 już 86 % ogółu mieszkań oddawanych do użytkowania. Duży udział budownictwa przeznaczanego na sprzedaż i wynajem implikuje wahania podaży mieszkań, które znacznie przekraczają średnią wojewódzką oraz ogólnopolską (co jest charakterystyczne dla większych ośrodków miejskich).

Wskaźnikiem pomocnym w interpretacji ilościowego wzrostu zasobu mieszkaniowego jest stosunek mieszkań nowo oddawanych do użytkowania do liczby zawartych małżeństw. Wykazuje on znaczą dynamikę wzrostu w analizowanym okresie (wzrost z 765 w 2006 roku do 1419 w 2015 roku), co jednak wynika ze spadku liczby zawieranych związków małżeńskich. Wskaźnik ten kształtuje się na wysokim poziomie na tle miast wojewódzkich Polski, przy czym cechuje go znaczne zróżniowanie. Współczynnik zmienności dla miast wojewódzkich Polski wyniósł w 2015 roku 48 %, przy rozstępie na poziomie 1989,2, wartości minimalnej 534 (Bydgoszcz) oraz maksymalnej 2523,2 (Rzeszów).

Ogółem w wymiarze wielkości zasobu mieszkaniowego poziom zaspokojenia potrzeb mieszkaniowych w Białymstoku uległ poprawie w stosunku do sytuacji z roku 2006, sytuując miasto Białystok na średnim poziomie w odniesieniu do pozostałych miast wojewódzkich Polski.

Wyznacznikiem zaspokojenia potrzeb mieszkaniowych jest – obok ilości zasobu mieszkaniowego – dostępność mieszkań, określana jako miara potencjalnej możliwości zakupu powierzchni mieszkania w cenie średniej ofertowej i transakcyjnej (według danych Narodowego Banku Polskiego) za przeciętne wynagrodzenie w sektorze przedsiębiorstw w danym mieście (według danych Głównego Urzędu Statystycznego). W analizowanym okresie dostępność mieszkań w Białymstoku wykazywała liczne wahania. Ostatecznie w roku 2015 ukształtowała się jednak na poziomie zbliżonym do odnotowanego w roku 2006.



Wykres 2 – Dostępność mieszkań na rynku pierwotnym i wtórnym w Białymstoku w latach 2006–2015 (Dane na koniec ostatniego kwartału każdego roku)

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [12]

W 2005 roku wskaźnik wyniósł 0,76 m^2 na rynku pierwotnym oraz 0,8 m^2 na rynku wtórnym. Wyższe wartości wskaźnika na rynku wtórnym wynikają z wyższych cen nieruchomości na rynku pierwotnym i są charakterystyczne dla całego badanego okresu. W roku 2007 odnotowano znaczny spadek dostępności mieszkań, po czym wskaźniki zaczęły wzrastać,

ostatecznie w 2015 roku osiągając poziom zbliżony do obserwowanego w roku 2006. W roku 2015 dostępność mieszkań na rynku pierwotnym była niższa o 0,01 m^2 od odnotowanej w 2006 roku, zaś na rynku wtórnym wyższa o około 0,06m^2. Różnica w zakresie dostępności mieszkań na rynku pierwotnym i wtórnym systematycznie rosła. Największe różnice odnotowano w latach 2013–-2014. Ogółem wskaźniki dostępności mieszkań w Białymstoku kształtują się na niskim poziomie w porównaniu z innymi miastami wojewódzkimi Polski. Średnia wartość wskaźnika dla miast wojewódzkich w 2015 roku wyniosła 0,82 m^2 na rynku pierwotnym oraz 0,99 m^2 na rynku wtórnym. Uplasowało to Białystok na 12 miejscu wśród miast wojewódzkich pod względem dostępności mieszkań zarówno na rynku pierwotnym, jak i wtórnym.

Biorąc pod uwagę strukturę finansowania zakupu nieruchomości mieszkaniowych w Polsce wyznacznikiem dostępności mieszkań jest również dostępność kredytów hipotecznych. Jej syntetyczną miarą jest wskaźnik dostępności kredytu złotowego przy przeciętnym miesięcznym wynagrodzeniu, który określa «krotność miesięcznego wynagrodzenia w sektorze przedsiębiorstw na danym rynku z uwzględnieniem wymogów kredytowych banku i parametrów kredytu (stopa procentowa, okres amortyzacji, minimalne wynagrodzenie jako minimalny dochód po spłacie rat kredytowych)» [13]. Wskaźnik w analizowanym okresie spadał. W 2006 roku ukształtował się na poziomie na poziomie 98 (Dane na koniec ostatniego kwartału każdego roku), w 2007 roku spadł od poziomu 76. Następnie po licznych wahaniach okresowych w latach 2014–2015 osiągnął poziom 85. Ogółem jednak w analizowanym okresie spadła dostępność kredytów mieszkaniowych dla mieszkańców miasta. Średnia dla miast wojewódzkich Polski w 2015 roku wyniosła 101,7 (przy współczynniku zróżnicowania 11,3 %). Uplasowało to miasto Białystok na przedostatnim miejscu w rankingu miast wojewódzkich (niższa dostępność kredytu wystąpiła w Zielonej Górze).

Ogółem w wymiarze dostępności mieszkań poziom zaspokojenia potrzeb mieszkaniowych w Białymstoku spadł, sytuując miasto Białystok na jednym z ostatnich miejsc w rankingu miast wojewódzkich Polski.

Kolejnym wymiarem oceny poziomu zaspokojenia potrzeb mieszkaniowych jest standard zamieszkania, w tym standard wyposażenia mieszkań, standard powierzchniowy oraz standard użytkowania.

Tabela przedstawia zmianę wskaźników wyposażenia mieszkań w wybrane instalacje w analizowanym okresie, porównując je do średniej dla miast wojewódzkich Polski.

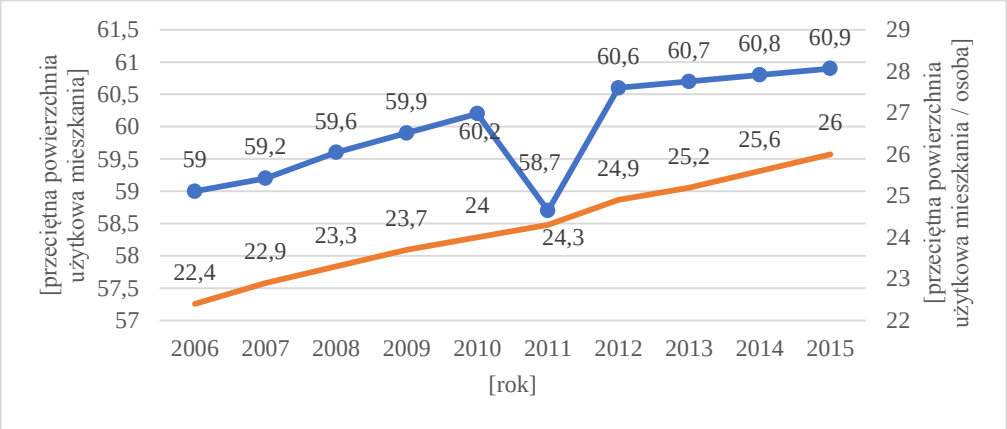
Tabela 2 – Wyposażenie mieszkań w miasytach w instalacje w Białymstoku i w Polsce w roku 2005 oraz 215

	% mieszkań wyposażonych w					
	wodociąg		łazienka		centralne ogrzewanie	
	2006	2015	2006	2015	2006	2015
średnia dla 16 miast wojewózkich Polski	99,1	99,5	94,1	96,8	88,0	90,2
Białystok	99,1	99,7	96,2	97,8	93,6	95,7

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: [14; 15]

W badanym okresie zarówno w Białymstoku, jak i miastach wojewódzkich Polski nastąpiła popraw wyposażenia mieszkań w isntalacje. Zauważyć można, że poziom wyposażenia – pomimo że przejawia niewielkie zróżnicowanie – w Białymstoku jest wyższy niż średnio w miastach wojewódzkich Polski. W 2015 roku 0,3 % mieszkań w Białymstoku nie posiadało wyposażenia w wodociąg, 2,2 % – w łazienkę, zaś 4,3 % – w centralne ogrzewanie. Mieszkania w Białymstoku na tle innych miast wojewódzkich Polski są lepiej wyposażone w szczególności w centralne ogrzewanie (trzecie miasto wojewódzkie w Polsce) oraz w łazienkę (szóste miasto wojewódzkie w Polsce).

Liczba izb w mieszkaniu w Białymstoku w latach 2006–2015 była na stałym poziomie i wynosiła średnio 3,6 (jedynie w 2011 roku wyniosła 3,7). Miernik ten wykazuje niewielkie zróżnicowanie między miastami wojewódzkimi (współczynnik zmienności 6,8 %) i sytuuje Białystok na dość wysokim poziomie przy średniej dla miast wojewódzkich wynoszącej 3,46 izby/mieszkanie. Większe zróżnicowanie wykazują wskaźniki standardu powierzchniowego.



Wykres 3 – Standard powierzchniowy mieszkań w Białymstoku w latach 2005–2015

Źródło: opracowanie własne na podstawie [12]

Zarówno w kraju, województwie podlaskim, jak i mieście Białystok rysuje się tendencja do wzrostu powierzchni użytkowej mieszkań, zarówno w przeliczeniu na mieszkanie, jak i na liczbę mieszkańców. W Białymstoku w przeciągu ostatnich dziesięciu lat nastąpił wzrost przeciętnej powierzchni mieszkania o około 2 m^2. Może być to interpretowane, jako poprawa sytuacji mieszkaniowej. Analogicznie wzrosła powierzchnia mieszkania przypadająca na osobę (z poziomu 22,4 do 26m^2). Przy średniej dla miast wojewódzkich na poziomie 61,7 m^2 i niskim współczynniku zmienności (7,4 %) sytuuje to Białystok na średnim poziomie względem innych miast wojewódzkich. Poszczególne miasta wojewódzkie w Polsce nie wykazują jednak znacznego zróżnicowania pod względem standardu powierzchniowego.

Ogółem w wymiarze standardu mieszkań poziom zaspokojenia potrzeb mieszkaniowych w Białymstoku uległ poprawie, sytuując miasto Białystok na średnim poziomie względem pozostałych miast wojewódzkich.

Podsumowując w latach 2006–2015 istotnie wzrósł poziom zaspokojenia potrzeb mieszkaniowych mieszkańców Białegostoku. Poprawa widoczna jest zwłaszcza w zakresie wielkości zasobu mieszkaniowego, standardu wyposażenia mieszkań oraz standardu powierzchniowego mieszkań. Na sytuację negatywnie wpływa niska dostępność mieszkań, związana głównie z niskimi przecietnymi dochodami mieszkańców. To powoduje, że na tle innych miast wojewódzkich w Białymstoku występuje najmniejsza dostępność mieszkań [16]. Tym samym popyt nie jest w stanie zrównoważyć podaży mieszkań, pomimo istnienia niezaspokojenia potrzeb mieszkaniowych. Sytuację na tle innych miast wojewódzkich Polski można uznać za niezadowalającą. Pomimo, że ocena zmian zachodzących w układzie czasowym daje pozytywne wyniki, w większości wymiarów analiza w układzie przestrzennym wskazuję na potrzebę dalszych zmian.

Literatura

1. Maslow A.H., Motywacja i osobowość / A. Maslow. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2006.

2. Wilczek M. T., Zaspokajanie potrzeb mieszkaniowych w województwie śląskim na tle Polski w okresie między Narodowymi Spisami Powszechnymi 2002 i 2011/ M. T. Wilczek // Studia Ekonomiczne, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach. – 2014. – № 177. – S. 125–132.

3. Raport z wyników Narodowego Spisu Powszechnego z 2011 roku, Warszawa. – 2012, http://stat.gov.pl/spisypowszechne/nsp-2011/nsp-2011-wyniki/ (dostęp: 19.02.2016)

4. Sitek M., Zarządzanie rządowymi programami wspierania budownictwa mieszkaniowego / M. Sitek // Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas. Zarządzanie. – 2015. – № 2. – S. 77–88.

5. Szelągowska A., Rola państwa w zaspokajaniu potrzeb mieszkaniowych w niestabilnym otoczeniu – współczesne dylematy i wyzwania / A. Szelągowska // Studia Ekonomiczne, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach. – 2-12 . – № 108, 2012. – S. 166–174.

6. Raport o sytuacji na rynkach nieruchomości mieszkaniowych i komercyjnych w Polsce w 2015/ Warszawa: Narodowy Bank Polski, Departament Stabilności Finansowej, 2016. – S. 46.

7. Twardoch A., Centralna, regionalna i lokalna polityka mieszkaniowa w kontekście prognozowanych zmian demograficznych. Wybrane skutki przestrzenne, społeczne i gospodarcze / A. Twardoch // Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach. – 2015 . – № 223. – S. 21–31.

8. Kiełczewski D., Różnorodność stylów życia jako czynnik rozwoju zrównoważonego / D. Kiełczewski // Ekonomia i Środowisko. – 2012. – № 3 (43). – S. 73–84.

9. Marcinkiewicz J., Poskrobko T., Wpływ elektrowni wiatrowych na percepcję krajobrazu w świetle badań empirycznych / J. Marcinkiewicz, T. Poskrobko // Ekonomia i Środowisko. – 2-15 . – № 2 (53). – S. 76–91.

10. Stachura E., Przestrzenne mierniki jakości zamieszkiwania w Polsce: wybór i ocena w świetle badań/ E/ Stachura // Konsumpcja i Rozwój. – 2011. – № 1. – S. 120–134.

11. Eurostat, http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do, (dostęp: 17.03.2017 r.)

12. Raport o sytuacji na rynkach nieruchomości mieszkaniowych i komercyjnych w Polsce w 2015, Monografie miast/ Warszawa: Narodowy Bank Polski, Departament Stabilności Finansowej, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016.

13. Raport o sytuacji na rynkach nieruchomości mieszkaniowych i komercyjnych w Polsce w 2015/ Warszawa: Narodowy Bank Polski, Departament Stabilności Finansowej, 2016. – S. 75.

14. Rocznik Statystyczny Województw/ Warszawa: Główny Urząd Statystyczny, 2016.

15. Bank Danych Lokalnych, https://bdl.stat.gov.pl/BDL, (dostęp: 15.03.2017 r.)

16. Marcinkiewicz J., Matel A., Analiza dostępności mieszkań w miastach wojewódzkich Polski z wykorzystaniem metody TOPSIS / J. Marcinkiewicz, A. Matel //Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu. – 2016 (w druku).

The aim of the publication is to assess the degree of satisfaction of housing needs of residents of Bialystok in the years 2006-2015. The analysis was carried out in terms of the size of the housing stock, the inflow of new housing to the housing stock, the income and housing availability, the standard of living.

Matel Anna, aspirant Uniwersytetu w Białymstoku na Wydziale Ekonomii i Zarządzania, Białystok, Polska. E-mail: anna.matel@op.pl

Promotor – ***Dariusz Kiełczewski***, profesor Uniwersytetu w Białymstoku na Wydziale Ekonomii i Zarządzania, Białystok, Polska.

УДК 338.482.22

Г.С. Аннамурадов

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТУРКМЕНИСТАН В НАЧАЛЕ XXI ВЕКА

В работе раскрываются особенности развития туризма в Республике Туркменистан в начале XXI века. Особое внимание уделяется роли государства в регулировании и стимулировании туристической отрасли. В качестве основных проблем, препятствующих устойчивому развитию туризма в Туркменистане, выделяются недостаточный уровень развития средств размещения и преобладание среди туристов лиц, путешествующих с целью посещения родственников.

Туристическая деятельность является частью как экономической, так и социальной сферы. Развитие туристической отрасли способно оказать экономическое влияние на страну, в котором она развивается, на окружающую инфраструктуру, а также на потребительский рынок и другие сферы предпринимательской деятельности.

Наличие достаточно развитой туристической индустрии позволяет решить проблему занятости населения, так как туризм является одной из самых трудозатратных отраслей, которая в большинстве случаев не поддается механизации и автоматизации.

Республика Туркменистан – это молодое государство с древней историей и богатым культурным наследием. Для туркменского государства туризм важен не только как собственно экономическая отрасль, но также как важное средство формирования позитивного имиджа страны, которая слишком долго находилась в тени своих более крупных и могущественных соседей. Помимо этого туризм позволяет эффективно использовать природные туристические ресурсы страны, которая обладает протяженной линией побережья Каспийского моря, уникальными бальнеологическими и природоведческими ресурсами. Поэтому определение приоритетов развития туристической отрасли и ее государственная поддержка в Республике Туркменистан могут содействовать увеличению притока иностранных инвестиций, как в создании совместных предприятий в сфере туризма, так и в развитии туристической инфраструктуры, что особенно важно для страны в условиях нестабильного спроса на традиционные продукты туркменского экспорта: газ и энергоносители.

Туризм непосредственно участвует в создании национального дохода страны. По мнению современных исследователей, совокупный вклад туризма в экономику страны включает как прямой, так и косвенный вклад. По этому показателю по оценкам экспертов доля туризма в ВВП Республики Туркменистан в 2016 году приблизилась к 5 % [2, с. 48–49].

Основы организации международного туризма в Туркменистане закреплены в Законе «О туризме». Данный закон направлен на создание основы для современной правовой базы, призванной обеспечить становление туризма как высокорентабельной отрасли экономики и развитие рынка туристических услуг. Вместе с тем туризм призван оказать положительное влияние на занятость населения за счет создания новых рабочих мест. Развитие международного туризма будет также способствовать увеличению валютных поступлений.

Закон «О туризме» определяет основные принципы организации туризма в Республике Туркменистан. Основными принципами государственного регулирования в сфере туризма в Туркменистане являются:

- содействие туристической деятельности и создание благоприятных условий для развития международного и внутреннего туризма;
- развитие индустрии туризма как приоритетного направления государственной социально-экономической политики Туркменистана;
- формирование представления о Туркменистане как о стране, благоприятной для развития туризма;
- обеспечение устойчивого развития туризма на территории Туркменистана;
- популяризация внутренних туристических ресурсов;
- приоритетная поддержка малого и среднего предпринимательства в сфере туризма;
- развитие конкуренции и недопущение государственного монополизма на туристическом рынке Туркменистана;
- гласность и открытость в разработке, принятии и применении мер государственного регулирования в сфере туризма;
- обоснованность и объективность применения мер государственного;
- регулирования в сфере туризма;
- единство системы государственного регулирования в сфере туризма.

Законом введены и узаконены специфические виды туристической деятельности, широко охваченные туристическим бизнесом во всем мире. Широко регламентируются экономические аспекты финансовой деятельности туристической отрасли – от ценообразования при создании туристического пакета до инвестиционной политики в сфере туризма [1].

В настоящее время национальная туристическая индустрия Республики Туркменистан включает в себя более 50 туристических организаций, фирм и компаний, разветвленную сеть гостиниц и баз, большая часть которых соответствует современным требованиям, а также другие виды сервиса, связанные с туризмом. Очевидно, что такое количество туристических предприятий для страны с населением 5,5 млн. чел. является недостаточным, поэтому развитие туристического бизнеса и определяется как стратегическое и перспективное направление в социально-экономическом развитии страны. Для сравнения, в Республике Беларусь на 2016 года зарегистрировано 1 364 туристических фирм и организаций [3, с. 33–34].

Создание устойчивых предпосылок для выхода страны на глобальный туристический рынок призваны обеспечить принятые в последние годы важные государственные решения и документы. Среди них – Закон Туркменистана «О туризме», «Национальная программа поддержки и развития в Туркменистане сферы туризма на 2011–2020 годы», «Программа развития туризма в Туркменистане на 2013–2017 годы» [2, с. 23].

Необходимо отметить, что среднесуточные расходы туриста в Туркменистане сравнительно низки, отражая высокую долю этнических туристов, которые живут у родственников или арендуют дешевое жилье в частном секторе. В перспективе же среднесуточные расходы будут расти по мере роста туристов не из диаспоры, в основном за счет затрат на проживание и экскурсии.

В таблице 1 дана более подробная информация о прибытиях (отбытиях) за период 2014–2016 гг.

Таблица 1 – Показатели международного туризма Туркменистана в 2014–2016 гг.

Год / Показатель	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2015 г. к 2014 г. %	2016 г. к 2015 г. %
Количество гостиниц, которые приняли международных туристов	34	33	39	97,1	118,2
Приезжие					
Приезжие, которые по методологии ВТО являются туристами	206094	262959	318563	127,6	121,1
Приезжие, которые были размещены:					
в гостиницах и гостиничных хозяйствах	29083	35434	50025	121,8	141,2
остановившиеся в домах у родственников или родных, нанявшие квартиру и другие	177011	227525	268538	128,5	118,0
Выезжающие					
Выезжающие, которые по методологии ВТО являются туристами	169013	221133	268664	130,8	121,5

Выезжающие, путешествие которых было организовано:					
со стороны туристских организаций	5270	2977	4273	56,5	143,5
неучтенные со стороны туристских организаций (самостоятельные)	163743	218156	264391	133,2	121,2

Источник: собственная разработка автора на основании данных [2, с. 24]

Очевидно, что основной проблемой въездного туризма в Республике Туркменистан является тот факт, что абсолютное большинство туристов, которые посещают страну, не пользуются услугами официальных средств размещения – отелей и гостиниц. Гости республики предпочитают останавливаться у своих родственников или друзей. В частности, доля туристов, которые воспользовались услугами туркменских отелей от общего числа посетивших страну туристов, уже несколько лет колеблется в районе 15 %: 2014 г. – 14,1 %, 2015 г. – 13,5 %, 2016 г. – 15,7 %. Это серьезная проблема от решения которой во многом зависит дальнейшее развитие национальной туристической индустрии, а также увеличение прямых доходов от туристической отрасли.

Важными показателями являются также показатели туризма по целям поездок и структура географического распределения туристов (таблица 2).

Таблица 2 – Показатели туризма по целям поездок

Год / Показатель	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Удельный вес 2015 г., с 2014 г., %	Удельный 2016 г., с 2015 г., %
Выезжающие					
Всего туристы	5270	2977	4273	100	100
из которых по цели поездки:					
деловая	1493	421	319	14,1	7,5
отдых и времяпровождение	1671	1749	1254	58,8	29,4
образование	1	0	0	0	0
лечение	0	0	6	0	0,1
другие	2105	807	2694	27,1	63,0
Прибывшие					
Всего туристы	29083	35434	50025	100	100
из которых по цели поездки					
деловая	14912	14001	20708	39,5	41,4
отдых и времяпровождение	3986	5475	9245	15,5	18,5
образование	188	422	198	1,2	0,4
лечение	145	72	156	0,2	0,3
другие	9852	15464	19718	43,6	39,4

Источник: собственная разработка автора на основании данных [2, с. 25]

Въездной поток иностранных граждан в колебался за период 2014–2016 гг. в пределах 206–319 тыс. человек. При этом в среднем за этот период (учтенное число

туристов) деловые поездки составили 44 %, в целях отдыха 16 %, в целях образования 0,74 %, в целях лечения 0,49 %, по другим целям 39 %.

Выездной поток из Туркменистана колебался за период 2014–2016 гг. колебался в пределах 169–268 тыс. человек. Структура выезда за границу туркменских граждан складывалась следующим образом (в среднем за этот период, учтенное число туристов): деловые поездки составили 16,6 %, в целях отдыха 40 %, в целях образования 0,3 %, в целях лечения 0,3 %, по другим целям 42,8 %.

В числе въезжающих в Туркменистан туристов преобладает диаспора. Просто отдыхающие составляют небольшой процент приезжающих в Туркменистан. Страна пользуется наибольшей популярностью у граждан СНГ, США и Ирана. Средняя продолжительность поездки в Туркменистан сегодня высока по причине большого процента этнических туристов, которые посещают родственников и остаются в стране в среднем на десять дней.

Показатель количества туродней определяется путем умножения общего количества туристов на среднюю продолжительность пребывания одного туриста в стране (регионе). Д = Ч × t, где Д – количество туродней, чел.-дней; Ч – количество туристов, чел.; t – средняя продолжительность пребывания одного туриста в данной стране (регионе), дней. Таким образом, количество туродней в 2016 году составило:

Д = 318 563 × 10 = 3 185 630 (чел.-дней)

В перспективе к 2020 году Туркменистан может увеличить число въезжающих туристов в 6 раз. При этом почти 90 % посещающих Туркменистан в 2020 г. могут быть привлечены, в основном, темами истории и культуры, природы и экстрима.

Туркменистан – это родник общечеловеческого культурного богатства. Во-первых, по территории современной Республики Туркменистан в древности пролегал «Великий Шелковый путь», своего рода символ культурной интеграции Востока и Запада, связывающий народы и цивилизации. Во-вторых, Туркменистан – средоточие уникальных архитектурных шедевров прошлого. Особенно хочется выделить мавзолей султана Санджара в старом Мерве, мавзолей асхабов, сподвижников пророка Мухаммеда, памятники древнего Хорезма и Нисы. В данном случае мотивом, побуждающим иностранных туристов отправиться в путешествие, может стать желание расширить кругозор, прикоснуться к истокам мировой цивилизации.

Следующим перспективным направлением развития международного туризма в Туркменистане является экологический туризм – поездки в особо охраняемые природные территории, девственные места, заповедники, заказники. Таким местом является «Сказочный Койтендаг», где находятся самая высокая гора Туркмении, самое глубокое озеро, самое древнее дерево и знаменитое «Плато динозавров».

Таким образом, наиболее перспективными в инвестиционном плане являются такие туристические направления, как путешествия с целью развлечения и отдыха, экологический туризм, экзотический туризм – конный туризм на базе национальных природных парков. Положительное влияние туризма на экономику государства происходит лишь в том случае, когда туризм в стране развивается всесторонне, т.е. не превращает экономику страны в экономику услуг. Экономическая эффективность туризма предполагает, что туризм в стране должен развиваться параллельно с другими отраслями народнохозяйственного комплекса.

Список литературы

1. Закон Туркменистана «О туризме» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://alpagama.org/pravovaya-bazaturista/zakon-turkmenistana-o-turizme.html – Дата доступа: 07.03.2017.

2. Туризм и сервис Туркменистана 2016: Статистический сборник / Г.Д. Дышмухамедов [и др.]. – Ашхабад: Госкомитет Туркменистана по статистике, 2017. – 56 с.

3. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь: Статистический сборник / редкол. И.В. Медведева и др. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2016. – 91 с.

Analyzes the peculiarities of tourism activities in the Republic of Turkmenistan. Describes the basic laws governing tourism activity in the country. We studied the features of inbound, outbound tourism in the country. The proposed prospective directions the organization of the activities of the tourist infrastructure of Turkmenistan.

Аннамурадов Гурбанназар Суханович, магистрант специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: gurban4475@mail.ru

Научный руководитель – ***Донских Сергей Владимирович*** кандидат культурологии, доцент, заведующий кафедрой туризма и культурного наследия Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 334.7: 54

А.А. Бовшевич

ХИМИЧЕСКАЯ ОТРАСЛЬ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ И ТЕНДЕНЦИИ ЕЕ РАЗВИТИЯ

Проанализирована химическая отрасль мировой экономики. Рассмотрены прогнозируемые ежегодные темпы прироста, а также новые мощности химической промышленности в 2010–2020 гг.

Химическая промышленность является одной из важнейших базовых отраслей современной экономики. Ее продукция (70 тыс. наименований) широко используется для производства разнообразных потребительских товаров, а также – в больших объемах – в других отраслях экономики, таких как сельское хозяйство, обрабатывающая промышленность, строительство и сфера услуг. Химическая промышленность сама потребляет более 25 % собственного производства химикатов. Среди важнейших потребителей ее продукции – автомобильная, текстильная промышленность, производство одежды, металлургия и др.

Продукцию химической промышленности можно разделить на четыре категории: базовые химикаты (на них приходится примерно 35–37 % мирового производства отрасли), так называемые продукты жизнеобеспечения – life science (30 %), специальные химикаты (20–25 %) и потребительские товары (около 10 %) [1, с. 205].

Крупнейшим в мире производителем химической продукции к 2012 г. стал Китай, увеличив объемы производства за 2001–2012 гг. более чем в 10 раз и значительно обогнав бессменного лидера – США. На долю Китая в 2012 г. приходилась почти треть мирового производства химикатов. Усилили свои позиции и другие развивающиеся страны (таблица) [2].

Таблица – Мировое производство химической продукции (млрд долл.)

	Страна	2002 г.	Доля, %	2009 г.	Доля, %	2012 г.	Доля, %
11	Китай	136	7,7	746	21,5	1431,9	28,7
22	США	463	26,1	624	18,0	769,4	15,5
33	Япония	192	10,8	277	8,0	357,3	7,2

44	Германия	123	6,9	205	5,9	237,4	4,8
55	Южная Корея	53	3,0	109	3,1	176,3	3,5
66	Бразилия	37	2,1	101	2,9	153	3,1
77	Франция	81	4,6	129	3,7	140,0	2,8
88	Индия	34	1,9	92	2,6	131	2,6
99	Италия	67	3,8	96	2,8	99,4	2,0
110	Великобритания	71	4,0	86	2,5	92,4	1,9
111	Тайвань	31	1,7	59	1,7	90,5	1,8
112	Нидерланды	36	2,0	61	1,8	81,1	1,6
113	Россия	28	1,6	51	1,5	76,1	1,5
	Всего	1776	100	34 628	100	4973	100

В Китае химическая промышленность является третьей по величине и значению отраслью промышленности после текстильной и машиностроения, обеспечивая 10 % ВВП страны. На нее приходится 53 % химического производства стран Азиатско-Тихоокеанского бассейна. После 2009 г. отрасль развивалась ускоренными темпами, которые обеспечили двукратный рост объемов производства всего за три года. В 2010–2011 гг. темпы прироста превышали 30 %. В отрасли занято 33 тыс. человек, а норма прибыли составляет более 20 %, по сравнению с 1,4 % в Японии и 12 % в Индии. Все большую часть в объемах производства занимают специальные химикаты и продукция тонкой химии, на которые приходится уже более 20 % всего производства.

В США около 96 % всех отраслей обрабатывающей промышленности так или иначе связано с химическим производством и его продукцией. В химической промышленности США непосредственно занято 900 тыс. человек, а с учетом того, что каждое рабочее место в этой отрасли создает дополнительно 5 рабочих мест в смежных отраслях, всего в американской экономике 4,6 млн рабочих мест прямо или косвенно завязано на химическую промышленность. Химическое производство является относительно высокооплачиваемым: средний уровень заработной платы здесь составляет 78 тыс. долл. в год, что на 43 % выше, чем в среднем по обрабатывающей промышленности.

Ежегодно США экспортируют химические товары на сумму более 170 млрд долл., что составляет 10 % американского экспорта. Объем ежегодных капиталовложений в отрасль достигает 15 млрд долл., или 3,1 % продаж. Для сравнения: в фармацевтической промышленности уровень капиталовложений составляет 5 млрд долл., или 2,6 % продаж. В то же время в последнее десятилетие объем капитальных инвестиций в американскую химию снижается: за 1999–2009 гг. он сократился с 20 до 14,9 млрд долл. США являются нетто-импортером химической продукции. Поскольку производственная база американской обрабатывающей промышленности все больше переносится за рубеж, уступая место сфере услуг, потребление химикатов относительно сокращается, а темпы инвестиций в новые химические мощности значительно ниже по сравнению с другими странами мира.

Традиционным крупным центром химической промышленности является Западная Европа. В Европе (особенно в Германии) эта отрасль является одним из важнейших секторов экономики. Всего в европейской химической промышленности занято 3,6 млн человек, насчитывается 60 тыс. компаний. Продукция отрасли составляет 65 % европейского внешнеторгового оборота.

По уровню производительности труда предприятия химической промышленности уступают только организациям в такой отрасли, как фармацевтика (рис. 1). При этом

производительность труда на предприятиях химической промышленности опережает показатели производительности труда на предприятих автомобильной промышленности и по производству компьютеров в 1,4 раза, общего машиностроения – в 1,7, обрабатывающей промышленности – в 1,9, пищевой промышленности – в 3,3 раза [1, с. 208].

В западноевропейской химической промышленности насчитывается 29 тыс. промышленных предприятий. Однако 96 % из них – малые и средние предприятия с численностью занятых менее 250 чел. При этом 61 % составляют микрокомпании с численностью занятых от 1 до 9 человек.

В целом западноевропейская химическая промышленность сильно фрагментирована и обладает рядом структурных слабостей, таких как: недостаточные масштабы производства, относительно низкая интеграция активов, высокие издержки на исходное химическое сырье. Например, 60 % всех европейских заводов по производству полиэтилена высокой плотности малы по размерам (в сравнении с мировыми стандартами) и недостаточно тесно интегрированы с источниками химического сырья. В результате производственные издержки европейских химических компаний оказываются на 50 % выше, чем компаний из стран Среднего Востока. Одним из важнейших направлений повышения конкурентоспособности европейской химической промышленности становится процесс консолидации. Опыт других капиталоемких отраслей свидетельствует, что достаточный уровень прибыльности и эффективности достигается, когда на четыре крупнейшие компании отрасли приходится не менее 70 % всей производимой продукции в стране. Именно этот уровень обеспечивает оптимальное сочетание конкуренции и стабильности цен.

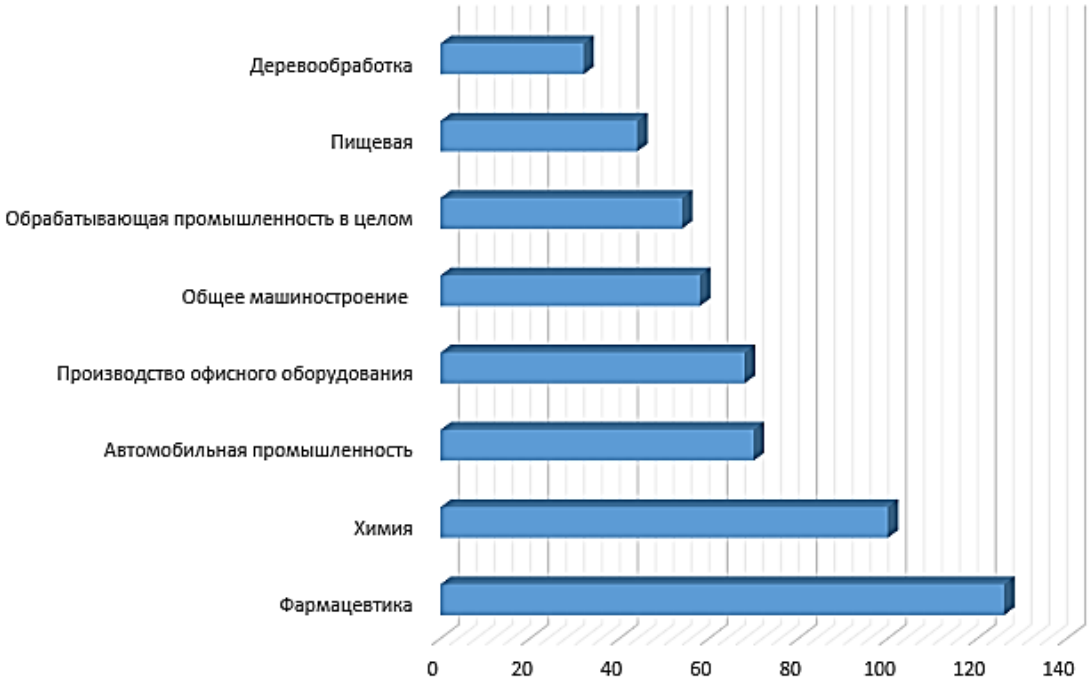


Рисунок 1 – Уровень производительности труда в различных отраслях западноевропейской промышленности

Источник: собственная разработка на основании [4]

Несмотря на имевшую место волну слияний и поглощений, оптимальный уровень концентрации в западноевропейской химической промышленности достигнут пока только в производстве стироловых мономеров. Близок к оптимальному уровень производства полипропилена, поливинилхлорида и полистирола. По оценке экспертов, европейской

химической промышленности предстоит осуществить еще 20–25 крупных сделок по консолидации активов.

Удельный вес США и других ведущих развитых стран в мировом производстве химической продукции за прошедшее десятилетие заметно снизился вследствие прогресса этой отрасли в развивающихся странах. Промышленно развитые страны сосредоточили у себя основную часть производства высокотехнологичных материалов специального назначения за счет инноваций и длительной целенаправленной структурной перестройки. При этом крупнотоннажные производства, которые не утратили своего значения в качестве основных поставщиков базовых продуктов для химической промышленности, активно переносятся в регионы, обеспеченные недорогим сырьем и дешевой рабочей силой. Например, если на создание мощности по полиэтилену в Венесуэле на единицу продукции (1 т) требуется 0,9 тыс. долл., то в Швеции – почти 1,5 тыс. долл. (рисунок 2 и 3).

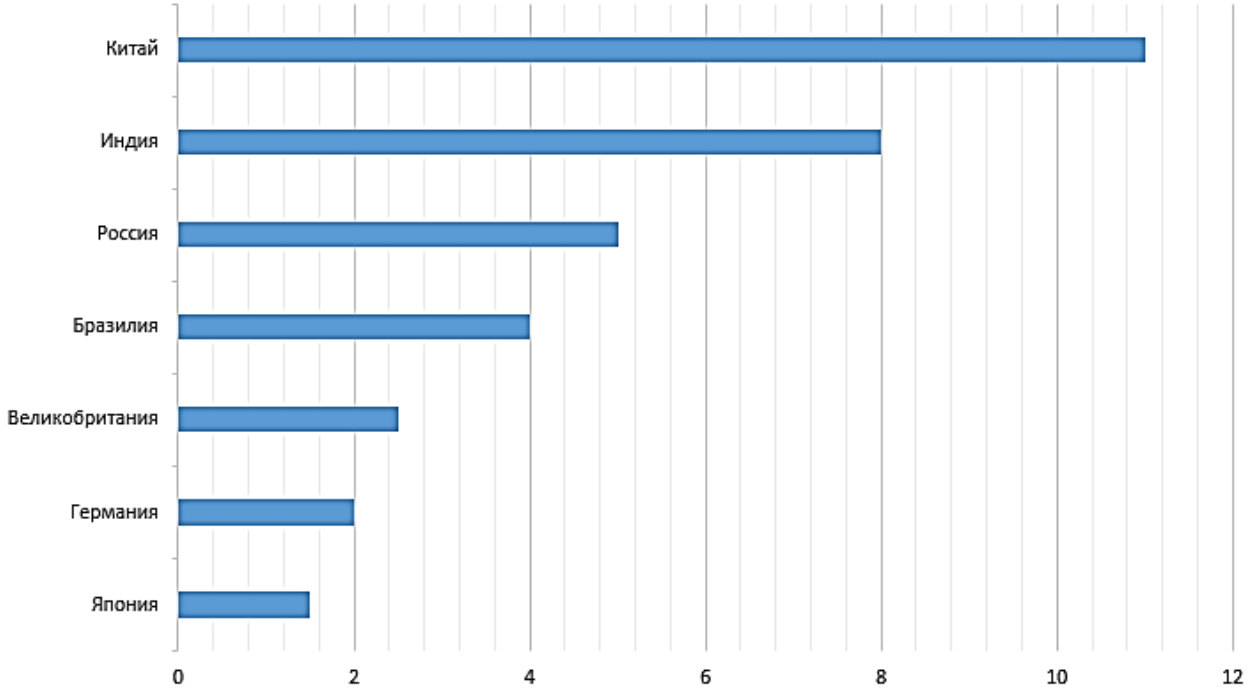


Рисунок 2 – Прогнозируемые ежегодные темпы прироста химической промышленности в 2010–2020 гг.

Источник: [2]

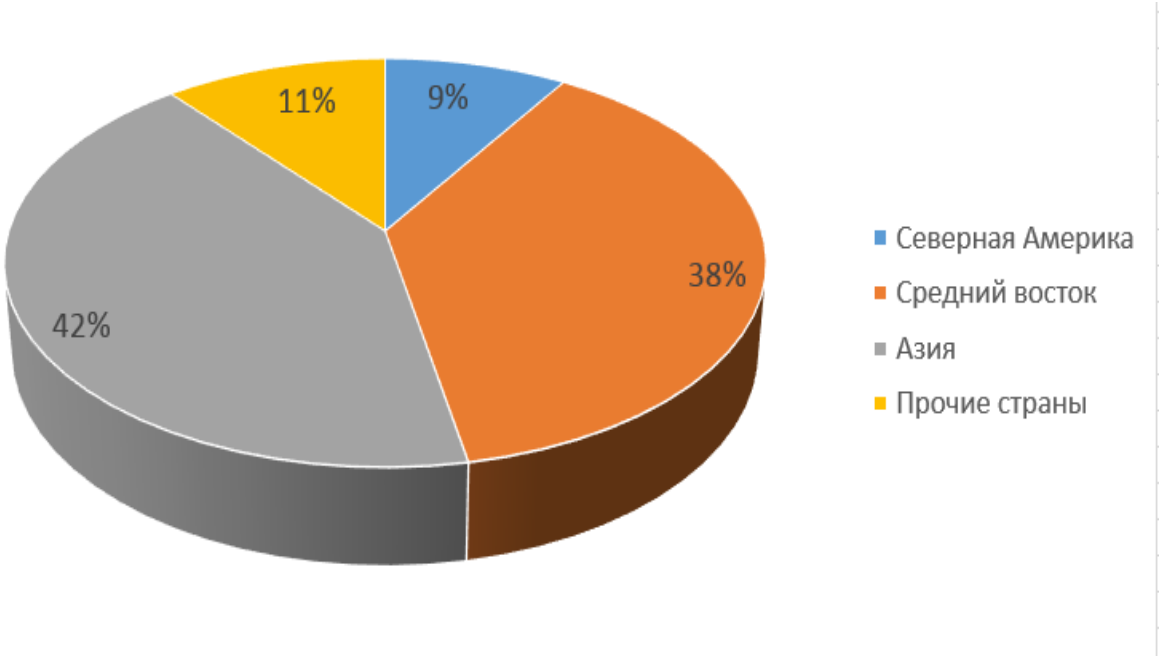


Рисунок 3 – Новые мощности химической промышленности в 2010–2020 гг.

Источник: собственная разработка на основании [3]

Подводя итог, необходимо отметить, что самых феноменальных результатов достиг Китай. За 2002–2012 гг. химическое производство в этой стране выросло более чем в 10 раз. Сегодня Китай прочно занимает первое место в мире.

Список литературы

1. Кондратьев, В. Б. Отрасль и сектор глобальной экономики: особенности и тенденции развития / В. Б. Кондратьев. – М. : Международные отношения, 2015. – 448 с.
2. American Chemistry Council, Global Business of Chemistry Statistics [Electronic resource] / Peace Palace Library. – Mode of access: https://www.americanchemistry.com.
3. Strategic Resources Inc. [Electronic resource] / Peace Palace Library. – Mode of access: http://strategicresourcesinc.com.
4. The European chemicals industry from a worldwide perspective [Electronic resource] / Peace Palace Library. – Mode of access: http://www.cefic.org.

The chemical branch of the world economy is analyzed. The projected annual growth rates, as well as new capacities of the chemical industry in 2010–2020 are considered.

Бовшевич Анна Андреевна, студентка 2 курса специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: hanna.bovshevich@yandex.ru.

Научный руководитель – ***Куликов Александр Михайлович***, старший преподаватель кафедры международного бизнеса и маркетинга факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 630

М.А. Буй

ИССЛЕДОВАНИЕ ЕВРОПЕЙСКОГО ОПЫТА КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ЛЕСНОГО ХОЗЯЙСТВА

Проведен анализ деятельности ведущих европейских стран в области лесного хозяйства по коммерциализации лесной отрасли. Выявлены пути совершенствования процесса коммерциализации лесного хозяйства в Гродненской области.

В современных реалиях белорусской экономики лесное хозяйство необходимо рассматривать как основу и источник развития лесопромышленного сектора экономики республики, доля которого в перспективе должна возрасти. Необходимость совершенствования процесса коммерциализации в лесном хозяйстве вызвана также недостатками ныне действующего экономического механизма, который, как показал опыт, препятствует развитию рыночных отношений и не позволяет использовать в полной мере те потенциальные возможности, которыми располагает отрасль.

В ходе исследования были рассмотрены сырьевые базы лесного хозяйства Швеции и Финляндии. Лесная промышленность играет особенно важную роль в экономике Швеции и Финляндии по сравнению с другими европейскими государствами.

Что общего между Беларусью и такими скандинавскими странами, как Финляндия и Швеция? Можно, конечно, усмотреть что-то похожее в истории, что-то – в территории. Но самое главное, что нас объединяет, это наличие такого возобновляемого природного богатства, как лес. И Беларусь, и Швеция, и Финляндия – страны, не богатые на углеводородное сырье или драгоценные металлы. А вот лес – то, что способно существенно повлиять на экономическое состояние наших стран. И надо сказать, что, например, в экономике Финляндии лесной сектор действительно играет ощутимую роль. Лесное хозяйство этой страны вместе с лесной промышленностью дает стране 4,1 % ВВП – это самый высокий в Европе показатель. На лесной сектор приходится 20 % промышленного производства страны. Примерно такая же доля лесной продукции и в финляндском экспорте. В Швеции эти показатели составляют соответственно 4 % и 15 % . У нас, к сожалению, эти показатели пока скромнее, хотя Беларусь также входит в число самых лесистых стран Европы. Именно в связи с тем, что лесной комплекс именно Финляндии имеет столь внушительные успехи, в нашей стране было решено, что называется, взять на вооружение финский опыт организации работы в лесохозяйственной сфере и то, что можно сочетать с нашими реалиями, внедрить в практику работы белорусской системы лесного хозяйства.

Убедиться в некоторых чертах сходства данных стран можно на основании таблицы.

Таблица – Краткая характеристика отдельных показателей лесного хозяйства Республики Беларусь и Финляндии

Страна	Финляндия	Беларусь
Площадь лесов	20300 тыс. га	8651 тыс. га
Лесистость страны	75%	39,3%
Общий запас древесины	2,3 млрд $м^3$	1,7 млрд $м^3$
Ежегодный прирост	104 млн $м^3$	31 млн $м^3$
Сертификация лесов	PEFC 98% FSC 1%	PEFC 100% FSC 62%

Собственность на леса	Частные 60% Государственные 26% Промышленные компании 9% Другие владельцы 5%	Государственные 100%
Расходы бюджета	10,6 тыс. евро на 1 тыс. га лесных земель	9 тыс. евро на 1 тыс. га лесных земель

Источник: собственная разработка на основе [1, с. 28–30]

Сравнить структуру финских и белорусских лесов можно с помощью рисунка.

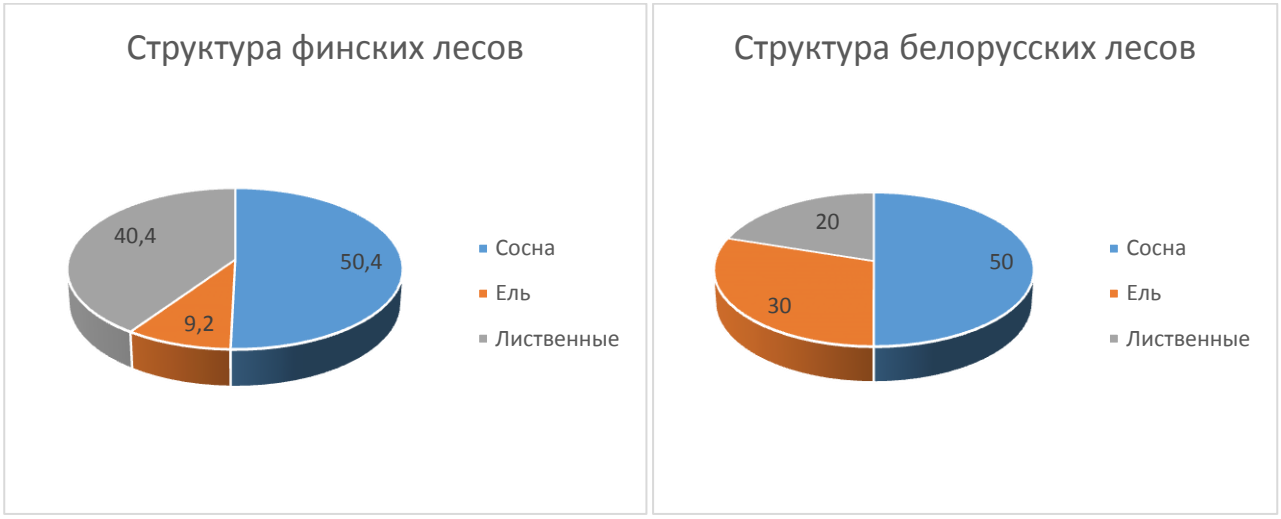


Рисунок – Структура финских и белорусских лесов

Источник: собственная разработка автора на основании данных [2].

Лесная промышленность является краеугольным камнем скандинавской экономики и одной из важнейших отраслей промышленности, которая создает рабочие места во всем регионе. Благодаря своим природным ресурсам, она также играет ключевую роль в развитии биотехнологий.

Так, например, эксплуатация лесных ресурсов в Швеции занимает второе место по значимости в экономике (после металлопромышленности). Швеция конкурирует с Канадой за достижение лидирующих позиций в мировом производстве древесной целлюлозы и является мировым лидером по экспорту целлюлозы.

Богатство Финляндии исходит из ее лесов – точнее, из деревообрабатывающей промышленности. Лесной сектор, бесспорно, играл главную роль в индустриализации, торговле и экспорте Финляндии. Лесное хозяйство дало средства к существованию большему количеству населения, чем какая-либо другая отрасль народного хозяйства, начиная с получения независимости в 1917 году.

Биоэнергетика, бионефть и другие инновации составляют значительные новые сегменты отрасли наряду с такими старыми, традиционными сегментами, как бумага, целлюлоза, древесина, деревянные изделия.

Примерно четверть лесов в Финляндии принадлежит государству. Основная их доля находится на севере страны. По информации Министерства сельского и лесного хозяйства Финляндии, государство не стремится увеличивать площадь своих лесов. Действующая система с преимущественной долей частных лесов в условиях Финляндии позволяет обеспечивать хорошее управление ими, а также развивать частный бизнес в лесной сфере. Примерно 80 % от общего объема древесины

заготавливается в частных лесах. В Республике Беларусь, напротив, леса принадлежат государству.

За короткое время скопировать модель управления лесного хозяйства Швеции либо Финляндии не получится. В данных скандинавских странах большая часть лесов – частные. Переработчики – частные. Все они работают в условиях открытой рыночной конкуренции. Цены для всех участников цепочки – от леса до готового изделия – исключительно рыночные. И еще очень важный фактор финского опыта – поведение государства. Все участники рынка в одинаковых условиях. Финны как зеницу ока берегут систему принятия решений, которая полностью прозрачна и исключает фаворитизм. Именно такая правовая среда и институты позволили Финляндии стать четвертой страной в мире по индексу глобальной конкурентоспособности.

Стратегически нужно взять курс на то, чтобы леса в Беларуси, как и в лучших, в плане управления лесов странах, были частными. Путь к этой цели далекий и непростой. Важно было бы в качестве обкатки модели подготовить и провести приватизацию хотя бы 15–20 больших участков леса для их коммерческого использования. Заниматься этим должны специалисты по институциональным преобразованиям, в т. ч. из Финляндии, но никак не Минлесхоз. На примере частных лесов можно было бы отработать практическую реализацию принципа равенства условий хозяйствования, взаимоотношения с заготовительными организациями и другими коммерческими организациями, которые используют лесное сырье в своем производстве.

Важнейшим элементом реформы системы управления лесным хозяйством является ликвидация конфликта интересов. Источник большинства бед белорусских лесов – концентрация законодательной, распорядительной и контрольной функций в одних номенклатурных руках. Такой практики нет ни в одной успешной в лесном хозяйстве стране мира. Реформа должна ликвидировать особый статус государственных коммерческих организаций, их дискриминационные практики и вытекающие из них сильные искажения рынка.

46 организаций концерна «Беллесбумпром» должны стать самостоятельными коммерческим организациями. Такая организационно-правовая форма, как концерн, несовместима со скандинавской системой управления лесным хозяйством. Высокооплачиваемые чиновники в Минске не должны управлять организациями, в которых работает около 40 тыс. человек. За 20 лет они уже доказали, что централизация кадровой, сбытовой, финансовой политики идет в ущерб самим предприятиям. Когда под одной организационно-правовой крышей находятся такие разные организации, как ЗАО «Мозырьлес», ОАО «Ивацевичдрев», ЧУПП “Брестская мебельная фабрика», ООО «СлонимИнвестМебель», ОАО «Управляющая компания холдинга «Белорусские обои», ОАО «Бумажная фабрика «Спартак», ГП «Белорусская лесная компания», большие начальники непременно перетягивают одеяло на себя. В течение трех лет их нужно приватизировать, чтобы капитализировать лесное хозяйство и деревообработку. Четкое разделение функции владельца и контролера за состоянием леса с одной стороны, заготовительных и торговых организаций с другой создаст здоровую институциональную среду.

На первом этапе реформы государство сохраняет собственность над лесными ресурсами. Лесхозы становятся принципиально иными организациями при проведении политики в сфере пользования лесными ресурсами. Они – глаза и уши государства. Поэтому они должны иметь солидное бюджетное финансирование и широкие полномочия по охране леса. При этом они не должны заниматься коммерческой деятельностью.

Конкуренция начинается на стадии коммерческого использования леса. Вот здесь нужны новые механизмы. Заготовка древесины, условия ее реализации, в т. ч. цены,

должны осуществляться в равном конкурентом поле частными и госорганизациями. Надо раз и навсегда ликвидировать порочную практику, когда особые госорганизации под «крылом» Минлесхоза получают сырье по особо низким ценам, а потом торгуют им со сверхприбылью на внешних рынках – часто в ущерб белорусским производителям.

Ценовой ориентир в лесном хозяйстве для Беларуси простой и понятный – мировая цена. Это закон, который скандинавы не пытались оспорить, а прекрасно к нему адаптировались. Мировая цена – сигнал для всех производителей по цепочке вниз, вплоть до тех, кто занимается выращиванием леса. Беларусь должна взять курс на ликвидацию разницы между ценами внутреннего и внешнего рынков. Лучше товарной биржи для определения баланса спроса и предложения люди еще не придумали. Со временем частные собственники лесов могут выработать свои механизмы взаимодействия с потребителями сырья. Одновременно, чтобы нейтрализовать монополистические практики, необходимо расширить конкуренцию производителей белорусского лесного сырья и иностранных. Честная открытая конкуренция на уровне заготовки, распределения и использования лесного сырья – вот экономическая идеология реформы лесного хозяйства.

Рассчитанное на длительную перспективу, устойчивое производство лесов должно быть обеспечено на сто лет законодательством, которое запрещает истребление частного леса. Если после рубки не позаботились о лесовозобновлении, лесоиспользование временно приостанавливается, а средства на лесовозобновление взимаются законодательным путем с лесовладельца. С другой стороны, государство должно вознаграждать лесовладельцев денежной поддержкой или кредитами за хороший уход за лесом. Поддержку получают обеспечившие постоянное воспроизводство древесины, в частности, за счет ухода за молодыми лесами, а также многообразие лесов и заботу о здоровье леса. Данная практика неоднократно применялась как в Швеции, так и в Финляндии.

Таким образом, можно констатировать ряд острых проблем, которые препятствуют развитию и коммерциализации отрасли лесного хозяйства. К ним мы относим: государственную собственность на леса, низкую степень нацеленности на коммерциализацию отрасли, отсутствие рыночных принципов функционирования лесного хозяйства, «институциональная отсталость» предприятий ЛПК, слабую систему использования аутсорсинга. При успешном решении данных проблем можно рассчитывать на толчок в экономическом развитии лесного хозяйства, который позволит успешно вывести коммерциализацию данной отрасли на совершенно новый уровень.

Список литературы

1. Парвиайнен, Я. Леса и лесное хозяйство Финляндии / Я. Парвиайнен // Издание научно-исследовательского института леса Финляндии METLA. – 2014. – №16. – С.27–34.

2. Сайт Министерства лесного хозяйства Республики Беларусь[Электронный ресурс] / Альтграфик, Беларусь. – Минск, 2002. – Режим доступа : http://www.mlh.by. – Дата доступа: 10.11.2016.

In the article the main problems of commercialization of forest branch in Republic of Belarus were considered, as well experience of Sweden and Finland in development of branch of forestry was studied.

Буй Максим Александрович, студент 4 курса специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: maxbui1995@mail.ru.

Научный руководитель – ***Ли Чон Ку,*** кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой международного бизнеса и маркетинга факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 339.9

Ван Байцзюнь

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КИТАЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

В статье кратко описаны этапы развития экономических реформ Китайской Народной Республики, рассмотрены вопросы участия Китая в глобальной экономике, определены основные движущие силы китайской экономики, исследованы изменения позиции Китая в глобальной экономике, определены перспективы развития экономики Китая.

Китай в мировом сообществе рассматривается как страна, стремительно уходящая от бедности к социальному равенству, зажиточности или, как говорят сами китайцы, к построению общества «малого благоденствия» *(сяокан шэхуэй),* удивляя весь мир проектами, воплощение которых в жизнь стало возможным в условиях социализма с китайской спецификой. Еще десять лет тому назад все это казалось бы фантастикой.

Три десятилетия назад в Китае начался процесс переосмысления государственной экономической политики, процесс перехода от модели плановой экономики к рыночной, что позволило Китаю сравнительно безболезненно проводить радикальные экономические реформы. В настоящее время в стране функционируют смешанная экономика и «разнородные» производительные силы. В течение реформенного периода надстройка также претерпела большие изменения, и Китай действует рационально, в своих национальных интересах.

Анализ характера эволюции китайской экономики показывает, что страна уже отказалась от используемой длительное время стратегии догоняющего развития и в ходе реализации экономической реформы перешла к стратегии сравнительных преимуществ. О достоинствах этих стратегий наглядно свидетельствуют итоги реформ за последние 30 лет [1].

За этот период в КНР произошли глубокие политические, экономические, социальные и структурные изменения. Китай взвешенно и расчетливо, с использованием международного опыта реформирования продвигался к поставленным целям, что позволило достичь значительных успехов в области социально-экономического развития. В настоящее время КНР производит более 10 % мирового ВВП, ежегодно выплавляет 500 млн т стали. С 1996 г. по производству стали, угля, цемента, химических удобрений и телевизоров Китай занимает первое место в мире. Жизненный уровень городского населения за годы реформ повысился в 7 раз, сельских жителей – в 5 раз, что свидетельствует о социальной направленности происходящих в стране изменений.

Важным достижением эпохи реформ является повышение научно-технического уровня промышленных предприятий Китая, улучшение качества их продукции. В перспективе, за счет еще более широкого распространения инноваций, это позволит сократить закупки новых технологий за границей и в основном перейти на самообеспечение инновационным оборудованием и техникой, для работы на которой Китай уже сейчас готовит внутри страны и за рубежом высококвалифицированных специалистов [2, с. 80].

«К 2020 году Китай должен превратиться в государство инновационного типа, такова цель нашей страны в области научно-технического развития на ближайшие 15 лет», – заявил в январе 2006 года Ху Цзиньтао на встрече с учеными Китая, представляя

«Средне- и долгосрочный план научно-технического развития» (План–2020). В соответствии с планом, к 2020 году Китай должен повысить долю расходов на науку с 1,34 % до 2,5 % ВВП, довести долю вклада технологического развития в ВВП до 60 %, снизить зависимость от иностранных технологий до 30 % («Женьминь Жибао онлайн») [4].

Реформа экономической системы Китая привела к успехам, привлекающим внимание всего мира. Эти успехи можно в общих чертах представить следующим образом. Во-первых, сформирована плюралистическая структура собственности, в которой разнообразные экономические элементы развиваются одновременно. Во-вторых, создана система рыночной конкуренции, рыночные механизмы начали играть основную роль в важнейших отраслях. В-третьих, от прямого регулирования и контроля в области макроэкономического управления государство благодаря реформе финансовой, налоговой и денежно-инвестиционной системы перешло к косвенному. В-четвертых, произошли важные изменения в системе трудоустройства и распределения доходов. В-пятых, сформирована структура всесторонней и многоуровневой внешней открытости. После вступления Китая в ВТО в 2001 г. внешняя открытость китайской экономики значительно продвинулась вперед [3].

Накануне перехода власти в стране в руки коммунистической партии создатели Нового Китая во главе с Мао Цзэдуном выдвинули стратегию «уверенного преобразования Китая из аграрной страны в индустриальную страну, перехода от нового демократического общества к социалистическому обществу». Была предпринята исключительная попытка совместного изменения экономического и социального строя: индустриализация страны стала материальной предпосылкой создания социалистического общества, а в процессе создания социалистического общества завершалась индустриализация страны.

Политическая, экономическая и социальная система, сложившаяся в Китае с момента образования КНР, оказала важное историческое влияние на смену власти до и после 1949 года, на экономический подъем в период восстановления экономики и даже на запуск процесса индустриализации. Однако по мере дальнейшего развития, особенно после окончания «культурной революции», данная система исчерпала себя, поскольку не происходило максимизации выгоды всех членов общества, люди постепенно утратили преданность традиционной системе. Утрата всеобщей веры в идеологию привела к тому, что традиционная система потеряла «смазочную жидкость», поддерживавшую ее существование. В результате не только невозможно стало завершить процесс индустриализации страны, но и тем более стало невозможным придерживаться пути модернизации Китая. Именно в этом заключалась глубинная причина, по которой в 1978 году началась реформа системы экономики.

Оглядываясь на 20-летний путь реформы экономической системы Китая, можно заметить, что ее главной задачей было реформирование и сокращение воздействия старой системы на экономику посредством расширения влияния новой системы на экономику, благодаря чему был успешно перейден водораздел между новой и старой системой.

На сегодняшний день в микроэкономике, конъюнктуре рынка, макроэкономической системе и степени внешней открытости Китая произошли огромные изменения. Система имущественных прав, механизмы развития, рамки макроэкономического регулирования и внешняя открытость, основывающиеся на рыночной экономике, постепенно заняли ведущее место в экономике, сформировались необратимые тенденции развития.

Китай сегодня – мощное влиятельное государство, быстро набирающее силу, фактически будущая сверхдержава. Как известно, в КНР успешно реализуется модель «социализма с китайской спецификой», в которой, несмотря на определенную динамику и постоянную корректировку, неизменным остается следующий ряд ключевых

компонентов: сильное государство; лидирующая, системная роль КПК; преемственность при смене поколений в стратегии развития [5].

В настоящее время в китайской геополитике присутствуют два ключевых компонента, которые находятся в определенном скрытом противоречии друг к другу.

С одной стороны, сохраняют свою силу базовые внешнеполитические принципы Дэн Сяопина, заложенные в 90-ые годы, – не присоединяться, проявлять сдержанность, скромность.

Но, с другой стороны, одновременно, особенно после 2010 года, когда Китай по ВВП вышел на второе место в мире после США, часть этих положений не стыкуется с глобальным активным мощным позиционированием Китая в мире. В китайском политическом руководстве, в экспертном сообществе появилась некая потребность в разработке и принятии новых идей, подходов в условиях изменения масштабов китайской внешней политики.

Если суммировать эти новые экспертные идеи, получившие уже и официальное подтверждение в китайском руководстве, они свидетельствуют о некотором отходе от части традиционных принципов Дэн Сяопина.

Здесь можно выделить пять ключевых идей:

- «мир и развитие»;
- создание «гармоничного мира»;
- «совместное развитие»;
- «совместная ответственность»;
- «активное участие».

Экономическая система Китая очень сложная и важная, так как она является огромной составляющей внешнеэкономических отношений. Продукцию, которую производит экономика Китая для импортирования на сегодняшний день, превышает объем импорта продукции всех других стран мира, а это свидетельствует о конкурентоспособности товаров и об экономическом состоянии страны. Но товарооборот Китая создает очень серьезные проблемы для стран с высокоразвитой промышленностью, в связи с тем, что на мировом рынке данная продукция пользуется большим спросом из-за своей дешевизны, хотя – оставляет желать лучшего.

За последние два десятилетия Китайская Народная Республика превратилась в динамичную развивающуюся державу. Успехи экономического развития Китая выражаются в росте объемов промышленного производства и занятии ведущих позиций в мире по производству многих видов продукции [6].

Исходя из предпринимаемых сегодня мер, можно предположить, что в перспективе экономика Китая будет инновационной. Создание такой экономики – системный и разносторонний процесс. В Китае на протяжении десятилетий шаг за шагом создается инновационная инфраструктура, стимулируется и прививается инновационная деятельность, привлекаются иностранные инвестиции в инновационную сферу, поддерживается экспорт инноваций.

Власти Китая проводят специальную политику по привлечению иностранных инвесторов в инновационную сферу Китая. Важнейшими направлениями совершенствования инновационного развития промышленности Китая можно назвать следующие:

1) модификация стратегии технопарков в условиях ресурсных ограничений экономического кризиса;

2) распространение кластерного подхода к инновационному развитию ведущих отраслей промышленности;

3) усиление частно-государственного партнерства и государственной поддержки инфраструктуры инновационного развития промышленности в условиях мирового экономического кризиса.

Для Китая Беларусь важна как надежный предсказуемый партнер, как комфортная площадка для работы на всем пространстве Евразийского экономического союза, а в перспективе и Евросоюза, уже сегодня в Беларуси работают более 40 представительств и дочерних компаний крупных китайских корпораций.

Сегодня уже очевидно, что центр мирового развития перемещается в Восточную Азию, что позволяет ряду исследователей говорить о начале нового – Азиатского – векового цикла накопления капитала. Вслед за сменившими друг друга в течение 500 лет Генуэзско-испанским, Голландским, Английским и Американским циклами формирующийся Азиатский создает свою систему институтов, которые эволюционно, опираясь на существующие технические и технологические достижения, создают новые возможности для динамичного развития производительных сил. А сложившиеся к настоящему времени в Китае производственные и общественно-политические отношения скорее всего следует рассматривать не как переходные, а как характерные для самой передовой в этом столетии социально-экономической системы.

Это еще один аргумент, кроме всего изложенного выше, в пользу вывода о том, что и существующее состояние белорусско-китайских отношений, и их дальнейшее развитие в полной мере отвечают национальным интересам Беларуси.

Список литературы

1. Ванг Майкл, Су Дэвид. Развивая электроэнергетику: опыт Китая / Су Дэвид Ванг Майкл // Вестник McKinsey.– 2008. – №18. – С.3– 4.

2. Давыденко, Л. Н. Эволюция рыночных реформ и администрирования в Китае / Л. Н. Давыденко, Дин Жуджунь // Весці БДПУ. – 2005. – Сер. 2. – С. 80–84.

3. Ли Цзи Шен Экономические реформы в Китае / Ли Цзи Шен, О. В. Казаринова. – М., 2011.

4. Наумов, И. Н. Стратегия экономического развития КНР – 1996–2020 гг. / И. Н. Наумов. – М.: ВДВ РАЦ, 2011.

5. Официальный сайт комитета по статистике правительства КНР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://data.stats.gov.cn /work space/index?m=hgnd. – Дата доступа: 20.03.2017.

6. Официальный сайт Министерства торговли КНР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://english.mofcom.gov.cn. – Дата доступа: 20.03.2017.

The article discusses the basic driving force of China's economic reform in participating in the global economic reform, explores the changes in the status of China in the global economy, and the future development of China's economy.

Байцзюнь Ван, магистрант 1 курса специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: 1290820347@qq.com.

Научный руководитель – ***Ли Чон Ку,*** кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой международного бизнеса и маркетинга факультета экономики и управления Гродненского государственного университета им. Я. Купалы, кандидат экономических наук, доцент, Гродно, Беларусь.

УДК 336.7

Ю.М. Верес

СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ ЗАРУБЕЖНОЙ СБЫТОВОЙ СЕТИ БЕЛОРУССКИМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

В статье раскрыты современные теоретические подходы к организации зарубежной сбытовой сети предприятия, проанализирована сбытовая деятельность ОАО «Лунинецкий

молочный завод». Автором предлагается комплекс мероприятий по совершенствованию организации зарубежной сбытовой сети.

В условиях современного рынка, для которого характерно ужесточение конкуренции, любое предприятие рано или поздно сталкивается с проблемой выбора наиболее эффективных каналов сбыта продукции и их оптимизации. Данному вопросу уделяется все большее внимание, так как от успешной реализации продукции зависит стабильная деятельность предприятия. В итоге оптимально сформированные каналы распределения продукции повышают конкурентоспособность предприятия, способствуют привлечению новых потребителей и расширению его влияния на рынке. Поэтому выбор конфигурации зарубежной сбытовой сети можно отнести к области стратегических решений.

Практика показывает, что качественный товар и оптимальная цена не являются гарантией того, что клиенты «встанут в очередь» за продукцией. Время дефицитного рынка прошло, в современных условиях производитель должен предпринять значительные усилия для того, чтобы привлечь потребителя и превратить его в своего постоянного партнера [1, с. 216].

От принятия правильных решений в области организации сети распределения продукции во многом зависит успех всего бизнеса. Поэтому в системе маркетинга существенное значение имеет политика сбыта – деятельность предприятия по организации, эксплуатации и контролю сбытовой сети, адекватная поставленным стратегическим целям фирмы на данном рынке.

Основная цель политики сбыта – формирование сети каналов товародвижения для продажи продукции с максимальным экономическим эффектом для предприятия. Выбор сбытовой политики предприятия, канала сбыта его продукции определяется, прежде всего, ограничениями.

При формировании сбытовой системы и сети каналов товародвижения компании следует учитывать множество факторов, основными из которых являются следующие:

1. Особенности конечных потребителей – их количество, концентрация, величина средней разовой покупки, уровень доходов, закономерность поведения при покупке товаров и др.

2. Возможности самой фирмы-продуцента – ее финансовое положение, конкурентоспособность, основные направления рыночной стратегии, масштабы производства.

3. Характеристики товара – вид, средняя цена, сезонность производства и спроса, требования к техническому обслуживанию, сроки хранения и др.

4. Степень конкуренции и сбытовая политика конкурентов – их число, концентрация, сбытовая стратегия и тактика, взаимоотношения в системе сбыта.

5. Характеристика и особенности рынка – фактическая и потенциальная емкость, обычаи и торговая практика, плотность распределения покупателей, средний доход на душу населения и др.

6. Сравнительная стоимость различных сбытовых систем и структур каналов сбыта.

Таким образом, для предприятия выбор сбытовой сети (каналов распределения) – это стратегическое решение, которое должно быть совместимо не только с ожиданиями в целевом сегменте, но и с его собственными целями.

Проблемы, с которыми предприятие сталкивается, организуя сбытовую сеть за рубежом:

- определение стратегии сбытовой политики во взаимосвязи с основными задачами глобальной маркетинговой стратегии предприятия;
- определение методов сбыта, типов канала по различным группам товаров и сегментам рынка;
- определение числа уровней канала (длина и протяженность канала);

- выбор системы руководства каналами сбыта и формы установления правовых и организационных отношений;
- определение главенствующей роли предприятия-производителя или торговой фирмы;
- установление ширины канала товародвижения;
- установление уровня интенсивности канала товародвижения и т.д.

В сбытовой деятельности используется три основных метода сбыта.

Прямой сбыт предусматривает, что производитель продукции вступает в непосредственные отношения с потребителями без привлечения посредников. Достоинства прямого сбыта:

- контроль процесса сбыта со стороны производителя;
- возможность быстрой реакции на изменение потребностей рынка;
- ускорение цикла реализации, обеспечивающее увеличение прибыли;
- непосредственные контакты с клиентом;
- быстрая поставка товара покупателям;
- экономия сбытовых издержек за счет отсутствия необходимости оплаты посреднических услуг.

Проблемы (недостатки) прямого сбыта:

- высокие затраты на создание и содержание собственной сбытовой сети;
- отсутствие возможности проникновения на отдельные рынки;
- высокие складские и транспортные расходы.

Косвенный метод сбыта предполагает использование услуг различного рода торговых посредников. Достоинства косвенного сбыта:

- создание удобств для конечных потребителей товаров;
- низкие затраты на реализацию;
- сэкономленные средства на реализацию могут быть направлены на производство;
- оптовый посредник, зная особенности своего рынка, может реализовать больше продукции.

Недостатки косвенного сбыта:

- конечному потребителю товар обычно обходится дороже;
- товар медленнее поступает к потребителю – меньше непосредственных контактов с потребителями;
- главная проблема, возникающая при использовании посредников это выбор оптимального числа и состава посредников.

Комбинированный (смешанный) сбыт предполагает сочетание различных элементов прямого и косвенного методов сбыта.

От верных маркетинговых решений зависит успешный сбыт продукции на внутреннем и внешних рынках. Белорусские производители все больше сталкиваются с комплексом проблем, связанных с организацией сбыта.

Рынок молочной продукции является рынком с высокой напряженностью конкурентной среды. Большинство предприятий производят широкий ассортимент молочных продуктов, среди которых предпочтение отдается цельномолочной продукции. В Республике Беларусь практически все предприятия по переработке молока осуществляют экспорт производимой ими молочной продукцией, что вызвано перенасыщением белорусского рынка основными видами готовой молочной продукции.

ОАО «Лунинецкий молочный завод» – предприятие, основными видами деятельности которого являются: выпуск молока питьевого, кефира, сметаны и творога, масла, казеина, а также йогуртов и сливочно-творожного крема «Мечта».

Предприятие развивается и модернизируется, имеет положительную динамику экономической деятельности. «Лунинецкий молочный завод» является перспективным

для выхода на новые рынки, расширения существующих внешних рынков и получения новых возможностей.

Целевым рынком ОАО «Лунинецкий молочный завод» является Российская Федерация. Двустороннее торгово-экономическое сотрудничество между Республикой Беларусь и Российской Федерацией в значительной степени способствует поступательному развитию торгово-экономических, научно-технических и культурных связей между двумя государствами.

Экспорт предприятия в 2015 году в Российскую Федерацию составил 94,9 % от общего объема экспорта, в то время как в 2014 году – 87,8 %, а в 2013 году он составлял почти 95,5 %. Снижение экспорта в долларовом эквиваленте в 2015 году связано с девальвацией российского рубля, который является валютой контракта при заключении договора на поставку молочной продукции завода.

ОАО «Лунинецкий молочный завод» осваивает новый зарубежный рынок, на который выводит существующий товар. Главная задача на данном этапе – понять, что важно для потребителя. Целевой рынок можно разделить на пять сегментов. Каждому сегменту предполагается поставлять молоко в определенной упаковке, с определенным процентом жирности. Однако эта сегментация не имеет четких границ из-за специфики продукта. Рынок сложен для четкой дифференциации.

Канал распределения молока и молочной продукции ОАО «Лунинецкий молочный завод» имеет следующий вид: ОАО «Лунинецкий молочный завод» => ООО «ГК Союз», ИП Продащук => розничный торговец => потребитель. К преимуществам такого выбора можно отнести: относительно небольшие затраты на распределение продукта; более широкий охват покупателей; возможность контроля; возможность реализации международного маркетинга, быстрое освоение новых рынков, возможность производителя сконцентрироваться на производстве.

К наиболее распространенным проблемам в области сбыта относятся следующие:

- несоответствие структуры отделов сбыта требованиям, предъявляемым потребительским рынком;
- отсутствие диагностики возникающих со сбытом проблем (установление симптомов, определение причин и условий их возникновения);
- несогласованность деятельности маркетинговых и сбытовых подразделений, которая может выражаться, например, в отказе сотрудников службы сбыта собирать информацию о рынке;
- несогласованность стратегических и оперативных планов сбыта;
- краткосрочный характер планирования сбыта по принципу «от достигнутого»;
- отсутствие единой процедуры анализа, обработки и реализации коммерческих предложений клиентов;
- отсутствие гибких эффективных технологий работы с клиентами в условиях взаимозачетов, предоплаты, отсрочки платежей, кредитования, использования ценных бумаг, лизинговых операций;
- отсутствие методик анализа, оценки, прогноза и выбора вариантов реализации продукции; несовершенство информационного обеспечения сбытовой деятельности;
- отсутствие мотивации у сотрудников сбытовых подразделений для активизации усилий по сбыту.

В связи с наличием перечисленных проблем на ОАО «Лунинецкий молочный завод» возникает необходимость изменения подходов к организации сбыта, реализации системы мероприятий по повышению его эффективности.

Отдел сбыта из простого исполнителя заказов потребителей должен превратиться в координатора и консультанта производственных, сервисных подразделений, торговых посредников. В целях достижения плановых показателей реализации и прибыли требуется

совершенствование планирования и управления операциями по сбыту. Наиболее общими направлениями совершенствования сбытовой деятельности на ОАО «Лунинецкий молочный завод» являются следующие:

- создание рациональной организационной структуры отделов сбыта, обеспечивающей их эффективное взаимодействие с отделом маркетинга, производством и другими отделами и службами;
- повышение эффективности операций по сбыту продукции;
- совершенствование информационного обеспечения деятельности сбытовых подразделений.

Информационная система сбыта должна содержать данные, необходимые для процессов стратегического и оперативного планирования; для контроля исполнения планов; для анализа деятельности подразделений, осуществляющих реализацию продукции; для принятия оперативных решений с учетом изменения рыночной ситуации.

Важным условием повышения эффективности сбыта выпускаемой продукции является использование современных инструментов и технологий маркетинга. Результаты реализации напрямую зависят от всестороннего изучения рынка и рыночных возможностей производимого продукта. Необходимость маркетинга, стратегически, тактически и технологически связанного со сбытом, заключается в том, что он выступает как механизм поддержания адекватности деятельности организации по отношению к процессам, развивающимся на рынке.

В связи с этим особую актуальность и значимость для ОАО «Лунинецкий молочный завод» приобретают вопросы создания эффективных маркетинговых подразделений; подготовка высококвалифицированных специалистов, обладающих профессиональными компетенциями в области маркетинга.

Список литературы

1. Сребник, Б. В. Маркетинг : учеб. пособие для вузов / Б. В. Сребник. – 2-е изд. – М. : Высшая школа, 2008. – 360 с.

The article deals with modern theoretically approaches to foreign distribution network companies analyzed marketing activities at PC «Luninets dairy factory.» The author proposes a set of measures to improve the foreign sales network.

Верес Юлия Михайловна, студентка 4 курса специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: yuliyaveres@mail.ru.

Научный руководитель – ***Кийко Юрий Иванович,*** старший преподаватель кафедры международного бизнеса и маркетинга факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 659.1

Е.И. Гнедкова

СПЕЦИФИКА РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ПТООО «ТАЙФУН»)

В статье раскрыты современные подходы к организации рекламной деятельности на международном рынке, в частности на рынке строительных материалов, проанализирован механизм организации внешнеторговой рекламы на ПТООО «Тайфун». Автором предлагаются мероприятия по оптимизации рекламной деятельности данного предприятия на внешнем рынке.

Растущая конкуренция товаропроизводителей в качественно новых условиях мирохозяйственного развития актуализирует проблему продвижения товаров и услуг на мировые рынки, а вместе с этим – использование внешнеторговой рекламы для конкурентного позиционирования компаний.

Сегодня коммуникативная политика в целом, а также проблемы разработки рекламных стратегий компаний занимают одно из центральных мест в их маркетинговых концепциях. Это объясняется множеством причин. В первую очередь, рекламная деятельность по своему сущностному содержанию выступает важнейшей частью маркетинговой политики компании, оказывая заметное влияние на ее позиционирование на целевых рынках. Во-вторых, она выступает весьма значимым инструментом, который играет огромную роль в процессе мировой интеграции [2, с.45].

Медиапланирование как один из этапов разработки рекламной кампании представляется очень важным процессом, главная задача которого в составлении медиапланов, планировании, выборе медианосителей для доставки рекламного сообщения, а также оптимизации по стоимостным и прочим характеристикам. Медиапланирование происходит с учетом ресурсов компании, рентабельности предлагаемой продукции, правовых ограничений, политики конкурентов и других факторов [1, с. 117].

В сфере производства строительных материалов международная реклама играет большую роль. Дилер продает то, что покупается, а на новый материал не сформирован спрос, потому что никто о нем еще ничего не знает. Типичная ситуация, когда компания, марка которой не знакома иностранному потребителю, заявляет о своем выходе на новый рынок. Для формирования определенного впечатления и нужна грамотная международная рекламная компания.

На первом этапе, когда партия строительных материалов выходит на иностранный рынок, необходимо, чтобы бренд ассоциировался с функциональными особенностями, отличающими его от аналогичных изделий. Только тогда, по мере роста популярности продукции, бренд перейдет в социальную плоскость и начнет объединять вокруг себя потенциальную группу потребителей. В сбыте строительных материалов на международном рынке этой теме нужно уделять самое пристальное внимание, так как строительные материалы – товар специфический, а следовательно, имеет свои особенности в организации рекламной кампании.

Сейчас эффективность наружной рекламы для строительных организаций уже не является столь высокой. Ее отсутствие уменьшает объем продаж на 5–8 %, а присутствие ничего не дает. Но из-за этих 5 % реклама строительных организаций и не уходит со щитов.

Среди самых первых и эффективных способов наружной рекламы сохраняется оформление строительных площадок, которое уже давно стало традиционным как для элитных, так и типовых объектов. Главным плюсом данной рекламы является то, что оформление площадки строящегося здания обходится заказчику дешевле, чем на т.н. «наружке», где оформление будет стоить в 2–3 раза дороже. Второе положительное свойство такой рекламы заключается в том, что реклама на строящемся здании и само здание не мешают друг другу, внешне это выглядит как единый цельный объект, сосуществующий вместе. Такой способ рекламы особенно сильно влияет на имидж самой организации, т.е. в любом случае в представлении у будущего покупателя будет строгая ассоциация с той или иной компанией, что положительно повлияет на ее популярность среди потенциальных потребителей.

Существует и иной способ размещения рекламы – это телевидение, но компании, производящие строительные материалы, не очень активно им пользуются. Строительные организации в большинстве случаев прибегают к телевизионной рекламе

в тот момент, когда наступает этап всплеска активности покупателей или внедрения новых видов продукции.

В последние годы среди иностранных строительных организаций особое распространение получила интернет-реклама, вследствие чего увеличились инвестиции в данную развивающуюся отрасль. В интернете организации используют контекстную и баннерную рекламу. Имиджевую рекламу в глобальной сети Интернет организации практически не используют, стараясь приковывать взгляд поте нциальных потребителей к конкретным объектам.

На имидж строительных компаний должны работать все средства коммуникации, и реклама должна фигурировать безостановочно, чтобы позволить предприятию занимать высокие рейтинги на строительном рынке. Так уверяют представители.

Таким образом, реклама в строительстве имеет свои исключительные черты из-за специфики товара и круга потребителей, но, также как и повседневная реклама, располагает обычными методами воздействия на потенциальных покупателей, так как целью является формирование и поддержание интереса к продукции.

Производственно-торговое общество с ограниченной ответственностью «Тайфун» г. Гродно является одним из ведущих производителей строительных материалов в Республике Беларусь и на пространстве СНГ. Одним из учредителей является ООО «Атлас» (Республика Польша г. Лодзь), по договору с которым ПТООО «Тайфун» запрещено выходить на рынок Польши, чтобы не дублировать продаваемую продукцию.

Основная продукция предприятия – строительные смеси и кровельные материалы. Развитие строительной отрасли и новых технологий во многом определяет потребность рынка в данной продукции.

В географическом разрезе иностранный рынок представлен такими сегментами, как:

- рынок стран–участниц СНГ – Российская Федерация;

- рынок стран Европейского союза – Республика Польша (импорт материалов для изготовления продукции).

Как известно, одним из главных компонентов рекламы как на отечественном, так и на зарубежном рынке является фирменный стиль предприятия, который способствует формированию узнаваемого, оригинального образа фирмы и, соответственно, способствует идентификации товаров и рекламы, указывает на их связь с фирмой и общее происхождение, помогает потребителю ориентироваться в потоке прочих рекламных сообщений именно на данного производителя.

В случае ПТООО «Тайфун» одним из компонентов фирменного стиля является синий и красный цвет. Символикой определен знак, который указывается на фирменных табличках продукции, на упаковке продукции – веселый и добродушный человечек, который является олицетворением мастера на все руки.

В целом же, рекламная деятельность ПТООО «Тайфун» включает следующие направления:

1) реклама по радио;

2) наружная реклама, реклама в наземном транспорте;

3) реклама в периодических изданиях (газетах, журналах, каталогах);

4) печатная реклама (каталоги продукции, буклеты, плакаты);

5) реклама на сувенирной продукции (ручки, ежедневники, конверты);

6) реклама в Интернет (сайт www.taifun.by);

7) реклама в торговых точках (рекламные вывески).

Недавно из бюджета компании были выделены значительные средства на реализацию имиджевых рекламных видеороликов в главной роли с Иваном Тихоном, трехкратным чемпионом мира по метанию молота. Таким образом, компания хотела вызвать ассоциации у потребителей как успешной компании – «чемпиона», лидера на

рынке строительных материалов. Как и звучали громкие названия рекламных видеороликов: «Тайфун. Результат чемпиона!», «Тайфун. Превосходит ваши ожидания».

Технология организации рекламной деятельности на предприятии состоит из следующих этапов:

1. Изучается предложение на рынке рекламных услуг.
2. Отбирается несколько наиболее интересных предложений, рассылается техническое задание на изготовление рекламы.
3. Изучаются высланные коммерческие предложения по следующим пунктам: стоимость; условия оплаты; сроки изготовления (размещения) и условия поставки.
4. Выбирается одно наиболее выгодное рекламное предложение, заключается договор.

Отдел маркетинга выбирает средства рекламы таким образом, чтобы эффективно достичь внимания целевой аудитории. Причем основными критериями при выборе каналов распространения рекламных посланий являются обеспечение максимального охвата целевой аудитории, соответствие стоимости размещения рекламы рекламному бюджету и соответствие характера рекламного сообщения особенностям канала. Кроме того, выбор средств рекламы производится таким образом, чтобы обеспечить необходимый географический охват потребителей и желаемые частоту и форму подачи материала.

Типичными ошибками при проведении внешнеторговой рекламной кампании могут быть отсутствие постоянного рекламного образа; креатив, оторванный от реальности – увлечение креативной идеей, которая никак не отражает суть продвигаемого бренда; коммуникативные ошибки; игнорирование здравого смысла и создание негативного первого впечатления; невнимание к деталям; несоответствие контексту; неправильное использование рекламного носителя [2, с. 48].

В случае с внешнеторговой рекламной кампанией ПТООО «Тайфун» можно отметить, что символика соответствует осуществляемой деятельности, т.е. не вызывает у иностранных потребителей двусмысленности, однако касательно последних рекламных мероприятий, связанных с участием Ивана Тихона, можно констатировать неграмотное применение выделенных бюджетных средств. Вложенные в имиджевые видеоролики средства не оправдали ожиданий и не принесли дополнительных денежных поступлений. Исходя из анализа данных видеороликов, были выявлены такие ошибки, как увлечение креативной идеей и неграмотно построенный ассоциативный ряд, который привел больше к рекламе самого спортсмена, нежели ПТООО «Тайфун».

Однако не всегда можно выявить ошибки в проведении той или иной рекламной кампании, так как на момент ее проведения производителю кажется, что он учел все факторы, влияющие на ее эффективность. Сложность контроля торговой эффективности рекламной деятельности фирмы связана с:

- ✓ трудностью выявления прямой зависимости между сбытом и предварившей его рекламной кампанией;
- ✓ наличием сложного комплекса факторов, определяющих успешность маркетинга фирмы. Влияние рекламы на реализацию продукции является только одним компонентом в этой системе, выявить и количественно подсчитать эффективность которого сложно;
- ✓ наличием определенного временного интервала между рекламой и реальной реализацией продукции, т.н. отсроченный эффект рекламы, который может быть неправильно интерпретирован в экономической оценке.

Получить абсолютно точные данные об экономической эффективности рекламы заранее крайне трудно. Подсчитать экономическую эффективность отдельных рекламных мероприятий или кампании в целом можно лишь оценочно из-за множества неподдающихся учету рыночных факторов.

Относительная экономическая оценка эффективности рекламы сводится к сравнению:

1) полученных доходов до и после рекламной кампании;

2) полученных доходов с ассигнованиями на рекламу.

Продолжая анализировать рекламную кампанию ПТООО «Тайфун», становится очевидно, что ввиду того, что главным партнером по экспорту является Российская Федерация, особой внешнеторговой рекламной кампании не проводится как таковой. У компании есть свой сайт, что немаловажно для иностранных партнеров, однако из языковых опций лишь русский язык, что подтверждает ориентацию только на русскоязычный рынок, т.е. на внутренний и РФ.

Необходимо отметить, что с маркетинговой точки зрения Интернет – мощный инструмент, чему способствуют следующие факторы: доступность большого объема информации позволяет потребителю в короткие сроки найти данные о товаре, конкурентах и ценах; высокое качество аудитории, т.е. пользователи Интернет – высокообразованная и платежеспособная часть общества, что представляет повышенный интерес для рекламодателей; возможность поддержки мультимедиа (графика, аудио, анимация, видео); Интернет способствует быстрому изменению и корректировке цен, поскольку в Интернете наблюдается практически постоянная конфронтация спроса и предложения.

Исходя из вышесказанного, очевидно, что гибкость управления (и как результат ее долговременная эффективность), высокая мощность, прозрачность расчетов, более высокая величина средней покупки, меньшая зависимость эффективности от расстояния – факторы, которые убедят в расходовании денежных средств в пользу интернет–рекламы для продвижения продукции ПТООО «Тайфун» за рубежом.

Таким образом, стратегические цели маркетинговой политики ПТООО «Тайфун» на 2017 год должны исходить, прежде всего, из правильного выбора приоритетов развития. Очевидно, что привлекательным для предприятия остается не только внутренний, но и внешний рынок, обеспечивающий приток иностранной валюты и рост объемов производства. Внешнеторговая рекламная деятельность компании должна включать рекламу на радио, в периодических изданиях, в торговых точках, наружную рекламу, но вместе с тем основной упор должен быть сделан на интернет–рекламе.

Список литературы

1. Назайкин, А. Н. Медиапланирование: учеб. пособие / А. Н. Назайкин. – М. : Эксмо, 2009. – 135 с.

2. Сейфуллаева, Э. Б. Концепция международной рекламы / Э. Б. Сейфуллаева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 6. – С. 45–50.

3. Сайт ПТООО «Тайфун» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.taifun.by. – Дата доступа: 15.02.2017.

The article deals with modern approaches to the organization of advertising activities on the international market, particularly on the market of building materials. The author analyzed the mechanism of advertising on the basis of «Typhoon» Company. The author proposes certain measures to optimize the advertising activities of the company on the world market.

Гнедкова Екатерина Игоревна, студентка 4 курса специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: luwerx@yandex.by.

Научный руководитель – ***Кийко Юрий Иванович,*** старший преподаватель кафедры международного бизнеса и маркетинга факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 338.45

Е.Д. Дильдабеков

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В КАЗАХСТАНЕ

В статье рассматривается современное состояние инновационного развития промышленности в Казахстане. Инновационное развитие промышленности в Казахстане имеет определенные проблемы, связанные с последствиями перехода к рыночной экономике. Данные проблемы оказывают влияние на инновационное развитие в целом.

Необходимость развития и внедрения инноваций в промышленности для обеспечения экономического роста Казахстана не вызывает сомнения, что подтверждается опытом экономически развитых стран. Однако процессы развития и внедрения инноваций в любой экономической системе отличаются в зависимости от воздействия значительного числа неоднозначных по характеру влияний факторов внешней среды. Решение задачи перехода к инновационному типу развития и повышения конкурентоспособности промышленности предполагает необходимость проведения глубокого анализа закономерностей технологических и институциональных изменений предпринимательской среды, определения механизмов стимулирования инновационной деятельности в отечественной экономике.

Последствия рыночной трансформации экономики Казахстана ярко обозначили разного рода проблемы в развитии промышленности, к главным из которых можно отнести:

– сырьевая направленность структуры промышленного производства (нефть, металлы и т. п.);

– отсутствие интегрированных комплексов с полным циклом производства от добычи до выпуска продукции с высокой степенью товарной готовности;

– высокий уровень износа основных фондов;

– низкая конкурентоспособность выпускаемой продукции;

– низкая инновационная активность промышленных предприятий.

Далее рассмотрим инновационную активность Казахстана по официальным статистическим данным. Ключевым показателем инновационного развития экономики является инновационная активность предприятий. Ее можно измерять долей предприятий, выпускающих инновационную продукцию, применяющих новую технику и технологии, новые методы и способы в управлении производством, в общей численности хозяйствующих субъектов в национальной экономике.

Таблица 1 – Инновационная активность предприятий

Показатели	2011 год	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	Изменение, %
Количество респондентов, всего	10937	10723	21452	22070	24068	220,1
Количество инновационно-активных предприятий	467	614	1622	1774	1940	415,4
Уровень активности в области инноваций, %	4,3	5,7	7,6	8,0	8,1	188,4
Доля инновационно-активных предприятий, %	4,3	5,7	7,6	8,0	8,1	188,4
Примечание: Составлено автором на основе источника [1]						

Как видим из таблицы 1, количество респондентов за анализируемый период увеличилось почти в 2 раза, при этом количество инновационно-активных предприятий увеличилось более чем в 4 раза. Несмотря на то, что наблюдается положительная

тенденция изменения уровня активности в области инноваций, уровень активности на промышленных предприятиях Казахстана все еще находится на низком уровне в сравнении с технологически развитыми странами мира [2].

Инновационная активность предприятий по продуктовым, процессным, оранизационным и маркетинговым инновациям составила 8,1%, а по продуктовым и процессным инновациям – 5,4%. Наиболее высокая активность в области инноваций по всем типам инноваций наблюдалась среди крупных предприятий и составила 25,5% (из 1913 отчитавшихся крупных предприятий 487 осуществляли инновационную деятельность). Рассмотрим объем инновационной продукции и ее долю в ВВП Казахстана (рисунок 1).

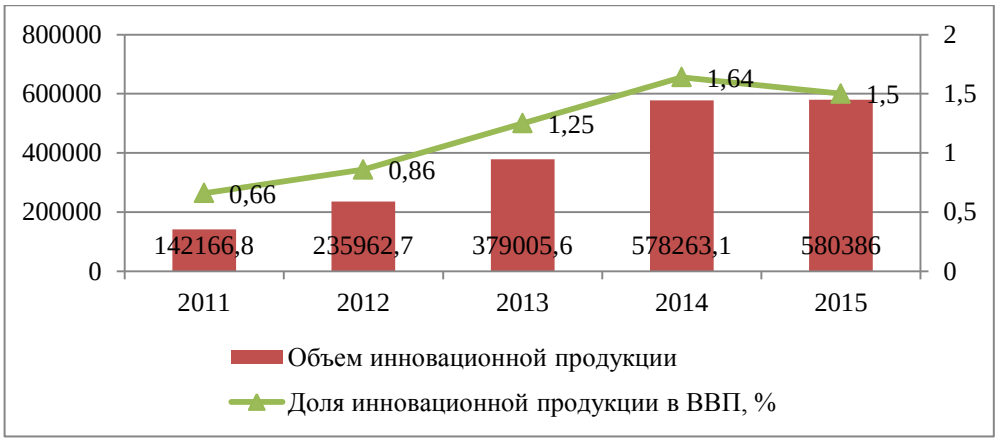


Рисунок 1 – Объем инновационной продукции, млн тенге

Объем инновационной продукции в Казахстане в 2015 году по сравнению с 2014 годом увеличился на 0,4 % и составил 580 386,0 млн тенге, в том числе было реализовано продукции на сумму 525 924,9 млн тенге. В прежние годы темп роста объема инновационной продукции был гораздо выше, но если говорить о доли инновационной продукции в ВВП Казахстана в 2015 году, то она снизилась до 1,5 %. Динамика доли инновационной продукции в ВВП свидетельствует о поступательном движении данного показателя до 1,64 %, тогда как в 2015 году произошло снижение доли инновационной продукции в ВВП до 1,5 %. В Концепции инновационного развития Республики Казахстан до 2020 года, утвержденной Указом Президента Республики Казахстан № 579 от 4 июня 2013 г., предусмотрено достижение к 2015 г. уровня инновационной активности до 20 %, доля инновационной продукции в ВВП – 2,5 % к 2020 г.

Далее рассмотрим затраты на инновации в промышленности (см. таблицу 2).

Таблица 2 – Затраты на продуктовые и процессные инновации в промышленности, млн тенге

Показатели	2011 год	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	Темп роста,%
Затраты на продуктовые и процессные инновации в промышленности, в т.ч.	219571,2	170174,3	168477,1	219263,3	248473,6	113,2
продуктовые инновации	17162,1	106284,0	49668,8	90223,8	94404,0	550,1
процессные инновации	202409	63890,3	118808,3	129039,5	154069,6	76,1

Источник: Составлено автором на основе данных Комитета по статистике МНЭ РК

Наиболее распространенным субъектом исследования при изучении инновационной деятельности являются промышленные предприятия, поскольку именно промышленность – основной потребитель создаваемых технологических инноваций и организатор научно-технологической сферы и разработок. За анализируемый период затраты на продуктовые и процессные инновации в промышленности увеличились на 13,2 % по сравнению с 2011 годом и составили 248,5 млрд тенге (в 2014 г. – 219,3 млрд тенге). При этом затраты на продуктовые и процессные инновации из собственных средств предприятий составили 256 071,9 млн тенге, или 58,9 % от общих затрат на реализацию инновационной деятельности. Затраты на продуктовые инновации увеличились почти в 5 раз, и в 2015 году составили 94404 млн тенге. Но если посмотреть на динамику затрат на процессные инновации, то в 2015 году они сократились до 154069,6 млн тенге, или 76,1 %. Данные по доле затрат на исследования и разработки по отношению к ВВП представлены на рисунке 2.

Наблюдается рост объема внутренних затрат на исследования и разработки в 2015 году, которые составили 248 млрд тенге с ростом на 13,2 % к уровню 2011 года. Доля затрат на исследования и разработки к ВВП за последние пять лет снизилась с 0,75 % до 0,61 %, однако в 2013 году доля внутренних затрат на исследования и разработки достигла значения 0,45 %.

Существенно вырос объем инновационной продукции: с 142 млрд тенге в 2011 году до 580 млрд тенге в 2015 году, прирост составил 308 %. Несколько увеличилась доля инновационной продукции в ВВП страны: с 0,66 % в 2011 году до 1,5 % в 2015 году (на 1,5 %).

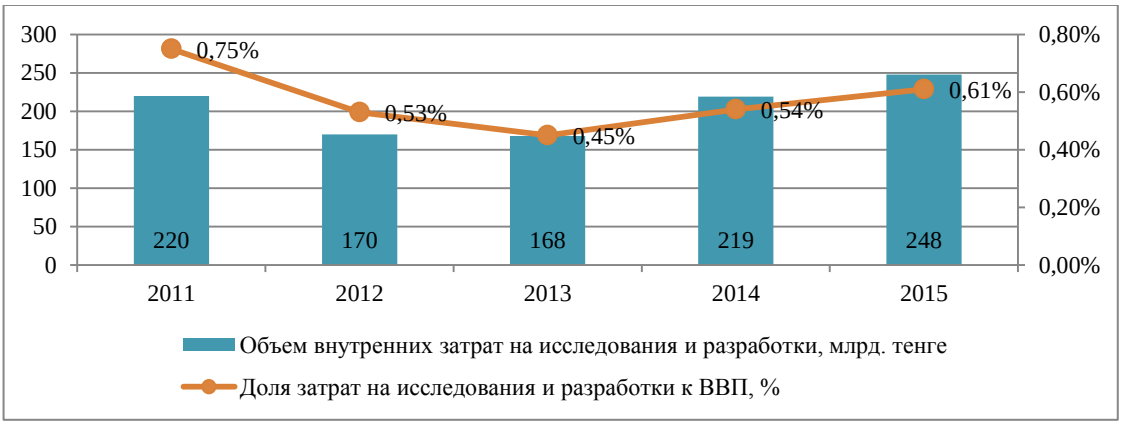


Рисунок 2 – Динамика объема внутренних затрат на исследования и разработки

Среди факторов, вызвавших отрицательные тенденции в инновационном развитии Казахстана, основными являются:

- неразвитость рынка инновационных услуг и рыночной инфраструктуры;
- низкий уровень инновационной культуры;
- слабая связь между участниками инновационного процесса;
- несовершенство нормативно-правовой базы регулирования инновационной сферы;
- ограниченность доступа предприятий к финансовым ресурсам;
- нехватка квалифицированных научно-технических кадров;
- недостаток производственных мощностей для исследований.

В результате анализа инновационной деятельности промышленных предприятий были определены следующие тенденции в инновационном развитии промышленных предприятий [3]. Анализ современного состояния инновационного развития промышленных предприятий позволяет определить факторы, препятствующие инновационному развитию деятельности промышленных предприятий.

В настоящий момент государством уделяется все большее внимание инновационному развитию промышленных предприятий. В программе правительства ставятся задачи, без решения которых механизм эффективного инновационного развития не будет работать:

– выборочное развитие принципиально новых технологий с целью повышения экспортного потенциала страны по наукоемкой продукции;

– широкомасштабное внедрение базовых технологий, обеспечивающих значительное повышение качества продукции, сокращение издержек производства и снижение дефицита на внутреннем рынке за счет массового использования в производстве научно-технических достижений;

– активное свертывание устаревших технологий и производств, направленное на ликвидацию технологической многоукладности;

– изменения в технике и технологии, обеспечивающие масштабное ресурсосбережение;

– проведение инновационной политики с целью обеспечения радикальных изменений в научно-технической сфере: реорганизация науки на основе поддержки инновационного развития в научно-технической сфере;

– интеграция научно-промышленного потенциала Казахстана в мирохозяйственные связи на основе трансферта высоких технологий.

Некоторые из указанных направлений уже находятся в стадии воплощения: происходит переориентация отраслей промышленности на потребительский рынок экономики, развивается сфера малых и средних предприятий в производстве комплектующих изделий с целью импортозамещения, происходит постепенное приближение к западным стандартам качества продукции. Однако, несмотря на положительные сдвиги, спад в инновационном развитии еще не преодолен.

Одним из основных факторов, препятствующих инновационному развитию, является недостаточная восприимчивость предприятий к инновациям и отсутствие действенного организационно-экономического механизма инновационного развития. На современном этапе развития отечественной экономики это одна из самых острых проблем, так как во многом от ее разрешения будет зависеть успешное инновационное развитие промышленных предприятий и становление отечественной конкурентоспособной промышленности.

Список литературы

1. Об инновационной деятельности предприятий в Республике Казахстан. 2014 год. – Статистический сборник/ на казахском и русском языках / гл. ред. А. А. Смаилов // Комитет по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.stat.gov.kz. – Дата доступа: 10.03.2017.

2. Байжолова, Р. А. The problems of innovative development of the manufacturing industry and innovative capacity of manufacturing enterprises in Kazakhstan / Р. А. Байжолова, Н. Д. Есмагулова, П. Т. Садыкова // Актуальні проблеми економіки, №10 (160), 2014, С.128-137., ISSN 1993-6788, SciVerse Scopus – since October 2009 (SJR 2012 = 0,187)

3. Бажиров, К. Н. Совершенствование механизма управления индустриально-инновационным развитием предприятия (в отрасли производства строительных материалов) / К. Н. Бажиров // Дисс. PhD. – Туркестан, 2012, с. 27

The article analyzes the current state of innovative development of Kazakhstan's industry according to official statistical data. The authors examined the main problems hampering the innovative development of industry.

Дильдабеков Ергали Дюсенович, магистрант 1 курса специальности «Экономика», АО «Финансовая академия», г. Астана, Республика Казахстан.

Научный руководитель – ***Темирова Акмарал Болатовна,*** кандидат экономических наук, доцент, декан факультета послевузовского отделения АО «Финансовая академия», г. Астана, Республика Казахстан.

УДК 659.1.01

А.В. Дубровская

РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ В УНИВЕРСИТЕТЕ

Изучены особенности рекламной деятельности университета. Представлены данные динамики университетов, количества студентов и преподавателей Республики Беларусь. Раскрыты преимущества рекламы в университете. Проведено маркетинговое исследование. Рассмотрены виды рекламы, оказываемой в Гродненском государственном университете имени Янки Купалы.

На рынке образовательных услуг наблюдается тенденция усиления конкуренции. Конкуренция на рынке образовательных услуг Беларуси обостряется в первую очередь по причине неблагоприятной демографической ситуации. В условиях все возрастающего дефицита бюджетного финансирования и необходимости самофинансирования, рекламная деятельность учреждений высшего образования становится одним из дополнительных инструментов самофинансирования [3].

Реклама представляет собой целенаправленное информативное воздействие неличного характера на потребителя для продвижения товаров на рынке сбыта. Рекламные цели и задачи должны соответствовать маркетинговому плану и бюджету организации, поэтому менеджеры по рекламе должны иметь представление обо всех факторах, оказывающих влияние на деятельность компании.

К экономическим целям рекламной деятельности вуза следует отнести:

1. Обеспечение выполнения плана-задания по количеству обучающихся.
2. Повышение (удержание) рыночной доли, удельного веса вуза на целевом рынке.
3. Обеспечение желаемых уровней цен на образовательные услуги и продукты вуза как в абсолютном выражении, так и в соотнесении с ценами вузов-конкурентов.
4. Увеличение прибыли.

Как было отмечено ранее, целью рекламной деятельности университета является увеличение прибыли. Это может быть достигнуто за счет увеличения спроса на образовательные и необразовательные услуги.

На сегодняшний момент на базе университета, как правило, оказываются следующие платные необразовательные услуги:

- издательские услуги;
- сдача в аренду помещений;
- услуги по ксерокопированию;
- торговая деятельность (продажа печатных изданий);
- продажа туров и экскурсий;
- услуги по спортивной деятельности;
- услуги пункта общественного питания.

Установлено, что одним из способов получения дополнительных доходов является привлечение рекламодателей для размещения рекламной информации на университетских площадях. На данный момент в Республике Беларусь действует 55 высших учебных заведений. На рисунке 1 представлены данные динамики университетов, количества студентов и преподавателей Республики Беларусь.

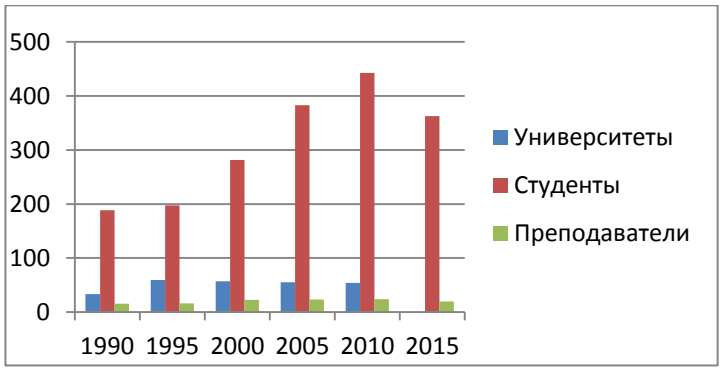


Рисунок 1 – Динамика университетов, количество студентов и преподавателей Республики Беларусь

Источник: собственная разработка на основании [5]

Данные рисунка свидетельствуют о том, что университет является очень большой рекламной площадкой. Учитывая тот факт, что молодые люди особенно открыты для получения новой информации, пристально следят за новыми веяниями моды, для них имеют важное значение новинки рынка, то реклама для молодежи и подростковой целевой аудитории – это определенно очень эффективная реклама.

Студент – это не только усердно работающий, занимающийся, а также активно общающийся, развлекающийся и потребляющий много разнообразных товаров и услуг посетитель учебного заведения. Если сфера вашего интереса – молодые люди в возрасте от 17 до 22 лет, то реклама в ВУЗах – это один из способов привлечь внимание данной целевой аудитории. По данным исследования Comcon-2**,** [2] студенты демонстрируют высокую степень лояльности к рекламной информации. В среднем 60 % студенческой молодежи при покупке ориентируются на оформление и внешний вид товара или услуги, 66% из них часто приобретают товар в результате рекламы.

Мы провели маркетинговое исследование 150 респондентов, результаты которого показали, что чаще всего молодежь обращает внимание на рекламу товаров из своей сферы интересов: косметика – 64 %, прохладительные напитки – 58 %, бытовая химия – 48 %, средства личной гигиены – 40 %, шоколад – 20 %, автомобили – 30 %. На рисунке 2 представлены результаты маркетингового исследования основных предпочтений студентов.

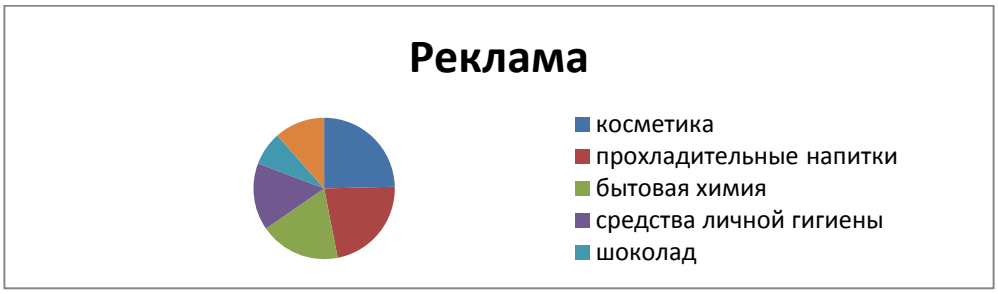


Рисунок 2 – Маркетинговое исследование основных предпочтений студентов

Источник: собственная разработка

Проведенное исследование показало, что набольшим спросом в студенческой среде пользуются косметика (64 %), прохладительные напитки (58 %) и бытовая химия (48 %). Исходя из этого, сотрудникам отдела рекламы и маркетинга необходимо в первую очередь предлагать размещать рекламу данных товаров и услуг.

Если говорить о том, какой бывает реклама в учебных заведениях и что она собой представляет, то стоит выделить несколько ее видов, которые одинаково популярны и действенны. Чаще всего для рекламы в вузах используют плакаты, световые панели, раздачу листовок и флаеров, что характерно для индор-рекламы в целом. Печатную продукцию обычно распространяют на улице либо у входов в корпуса, оставляют на подоконниках, столах в аудиториях и библиотеках.

Рекламу в университетах и других учебных заведениях можно увидеть на ситилайтах, на беклайтах и лайтбоксах, ее размещают на досках объявлений, на стенах, рядом с университетами. Также проводится брендирование различных поверхностей: пола, окон, столиков в студенческих кафе, скамеек рядом со зданием.

Очень эффективно проведение промо-акций в вузах – это позволяет студентам не только обратить внимание на рекламу и рекламируемый товар, но и более досконально изучить его. В университетах проводится раздача листовок, распространение бесплатных образцов рекламируемого товара, а также различные рекламные акции, которые могут совмещаться с разнообразными студенческими мероприятиями.

В таблице 1 представлены места размещения рекламы и их особенности.

Таблица 1 – Места размещения рекламы и их особенности

Места размещения носителей	Особенности
Входная и выходная зона из здания	Имеют максимальный охват, но необходимо учитывать, что ввиду большого потока время контакта с рекламой непродолжительно; места перенасыщены рекламой, поэтому эффективность восприятия печатной продукции снижена; лучше всего работают BTL-акции по раздаче листовок и флаеров.
Холлы	Холлы – места встреч, что обеспечивает длительный контакт с рекламой, хорошие возможности для indoor-телевидения, крупных стендов, BTL-акций.
Переходы между корпусами	Непродолжительный контакт; если переходы широкие, то есть возможности для крупных носителей.
Большие поточные учебные аудитории	Вблизи поточных аудиторий оптимально размещать постеры, лайтбоксы, так как студенты могут находиться около аудиории длительное время в ожидании лекций.
Информационные комплексы (расписание занятий)	Носители, размещенные вблизи информационных досок, обеспечивают длительный контакт с рекламой плюс высокую частоту контактов; охват небольшой, но интерес к таким объявлениям выше.
Буфеты	Любимые места обитания студентов (ходят туда часто и остаются надолго); хорошо работают реклама на ТВ-мониторах, раскладка листовок на подносах.

Источник: собственная разработка на основании [4]

К преимуществам размещения рекламы в вузах можно отнести:

- возможность количественной оценки размера аудитории: численность студентов и преподавателей – доступная информация; высокая частота контактов с рекламой: студенты посещают вуз практически каждый день, маршруты перемещения по зданию примерно одинаковы и определяются расписанием и привычкой учащихся.

Основные места размещения рекламоносителей определяются исходя из максимальной проходимости точек.

Наряду со стандартными рекламоносителями, некоторые рекламные агентства, специализирующиеся на рекламе в вузах, предлагают и необычные способы коммуникации со студенческой аудиторией:

- скамейки с брендом клиента (реклама размещается на спинке);

- спонсорство крупных мероприятий вузов (Дни рождения, Первое сентября, Новый год), спортивных команд и команд КВН;
- учреждение призов и подарков по итогам сессии;
- размещение баннерной рекламы на сайтах вузов;
- размещение рекламы в журналах, газетах вузов;
- размещение на студенческом телеканале и радиостанции.

В таблице 2 представлены виды рекламы, оказываемой в Гродненском государственном университете имени Янки.

Таблица 2 – Рекламные услуги, оказываемые в Гродненском государственном университете имени Янки Купалы.

Вид услуги	Параметры размещения	Средняя стоимость размещения, руб.
Плакат на информационном стенде, формат А2	От 1 до 4 стендах на 10 факультетах в течение 1 месяца, формат размещения А8 – А1	39,6
Проведение промо-акций	В 9 учебных корпусах, в 4 студенческих общежитиях	18
Услуги дизайна	Разработка дизайн-макета визиток, листовок, флаеров, буклетов, баннеров, календарей и т.д.	от 9,6
Консультации	Индивидуальные консультации по вопросам управления бизнес-процессами, маркетинговой деятельности, проведение маркетинговых исследований	36

Источник: собственная разработка на основании [1]

Как видно из таблицы 2, университетом оказывается наиболее эффективный, на наш взгляд, вид рекламы – индор-реклама, а также проводятся различные промо-акции. Нами было проанализировано продвижение «рекламы», оказываемой университетом. Установлено, что данный вид услуг освещается на сайте http://market.grsu.by/services/marketing и при телефонных переговорах с последующей рассылкой коммерческих предложений. На наш взгляд, имеет смысл разносить рекламодателям листовки с информацией о «рекламных площадках университета». Также, на наш взгляд, имеет смысл расширять целевую аудиторию с помощью рекламы в школах. Для этого можно при проведении факультетами профориентации, проводить рекламу определенных рекламодателей. Необходимо размещать на сайте отдела маркетинга и рекламы стоимость рекламы товаров и услуг, а также рекламодателей, сотрудничавших с университетом.

Таким образом, реклама в вузах является одним из самых популярных и востребованных видов внутренней рекламы, которая позволяет привлечь внимание самого активного потребителя – молодежи. Ведь именно ей наиболее интересна современная реклама, именно она больше всего интересуется различными новинками рынка и старается идти в ногу со временем. Именно благодаря молодежи формируется мнение о многих новаторских идеях. По данным ЮНЕСКО, пятая часть населения нашей страны – это молодежь, треть из которых – это студенты. Размещая рекламу в вузах, вы получаете 100 % попадание в эту привлекательную активную потребительскую аудиторию.

Список литературы

1. Виды рекламы / «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы» // Отдел маркетинга и рекламы ЦСО [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: http://market.grsu.by/services/marketing.

2. Исследовательский центр «COMCON». Гуманитарная энциклопедия [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий. – 03.08.2009. – Режим доступа: http://gtmarket.ru/organizations/comcon/comcon-info.

3. Реферат: проблема формирования конкурентной среды в РБ [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: http://ref.by/refs/98/24094/1.html.

4. Реклама в учебных заведениях: как размещать рекламу в ВУЗах / Рекламное агенство СНТ-МЕДИА [Электронный ресурс]. – «M'Index» Москва, 2007. – Режим доступа: http://snt-media.ru/uchebnye-zavedeniya.html.

5. Шмыгов, В. Диаграммы: количество вузов и студентов, преподавателей в РБ / Шмыгов В.// Количество вузов, студентов, преподавателей Беларуси [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: http://news.tut.by/society/437602.html.

In this article there were studied the peculiarities of the University's advertising activity. There was presented the data of the universities' dynamics and the amounts of students and teachers of the Republic of Belarus. There were revealed the advantages of advertising at the University. It was held a marketing research. There were examined the types of edvertising extended in Yanka Kupala State University of Grodno.

Дубровская Анастасия Валерьевна, студентка 2 курса специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: nastya.dubrovskaya.98@mail.ru.

Научный руководитель – ***Шишко Анна Юрьевна***, магистр экономических наук, преподаватель кафедры международного бизнеса и маркетинга Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 658.87

А.С. Жуковский, В.С. Рышкевич

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

В статье рассмотрены особенности и тенденции коммерческой деятельности в розничной торговле в современных условиях и факторы, их определяющие. На примере конкретной розничной организации торговли показаны инструменты активизации коммерческой деятельности в изменяющихся условиях, сформулированы предложения по ее совершенствованию.

Функцию обслуживания процесса купли-продажи выполняет коммерческая деятельность, через коммерческие операции, которые имеют абсолютно самостоятельное значение и не охватываются маркетингом.

Таким образом, коммерческая деятельность является самостоятельным видом деятельности, которая базируется на рыночных законах и принципах, проявляется в различных формах и занимает важное место в сфере товарного обращения.

Розничная торговля – вид торговли, связанный с приобретением и продажей товаров для личного, семейного, домашнего и иного подобного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью, если иное не установлено законодательными актами Республики Беларусь [1]. Данное определение предполагает организацию широчайшего доступа к товарам и услугам, продажу их огромному количеству потребителей с разными требованиями мелкими партиями, что коренным образом отличает ее от оптовой торговли.

Коммерческая деятельность в розничной торговле имеет свои специфические особенности, так как именно здесь осуществляется признание или непризнание товара

конечным потребителем, происходит смена форм стоимости и компенсация затрат, связанных с производством и доведением товара до потребителя.

Успех коммерческой деятельности в розничной торговле во многом зависит от эффективности работы коммерческой службы, основными задачами которой являются:

- формирование отношений хозяйствующих на рынке субъектов на взаимовыгодной основе;
- укрепление договорной дисциплины, повышение роли договора поставки;
- развитие стабильных прямых хозяйственных связей, повышение их эффективности;
- внедрение прогрессивных методов розничной торговли;
- повышение уровня работы по изучению спроса, экономическому обоснованию потребности в товарах;
- совершенствование механизма управления товарными ресурсами, спросом и предложением, формирование конкурентоспособного ассортимента;
- стимулирование сбыта товаров, сервисное обслуживание, оказание дополнительных услуг;
- своевременная и адекватная реакция на изменения, происходящие на рынке [2, с. 20].

Целесообразно выделить особые функции коммерческой деятельности в розничной торговле в современных условиях:

- обеспечение доступности товаров и услуг как по месту расположения, так и по цене;
- обеспечение сбалансированности интересов покупателей и торговых организаций.

Интересы покупателей реализуются путем решения следующих задач:

- установление режимов работы, обеспечивающих удобство покупателям;
- формирование ассортимента товаров с учетом требований покупателей: обеспечение его стабильности, гибкости, новизны;
- достоверное, в полном объеме и своевременное информирование покупателей о товарах, услугах;
- обеспечение защиты прав потребителей как средства гарантии выполнения обязательств торговли перед покупателями;
- дифференцированное предложение товаров.

Экономические интересы торговых организаций реализуются через получение прибыли, а социальные – через выполнение государственных задач по повышению качества жизни населения и формированию положительного имиджа торговых объектов.

Основу розничной торговли составляют магазины (на их долю приходится примерно 90% всей сети). Они размещены в капитальных зданиях, располагают системой специальных помещений, оснащенных торгово-технологическим оборудованием, применяют различные формы продажи товаров в широком ассортименте, оказывают покупателям дополнительные услуги, обеспечивают высокую культуру торговли.

Мелкорозничная торговая сеть организует торговлю товарами частого спроса (мороженое, табачные изделия, овощи, фрукты, соки, безалкогольные напитки и т. д.) через павильоны, палатки, ларьки и киоски. Сюда же относят и торговые автоматы, устанавливаемые на улицах, площадях, в местах отдыха населения, на вокзалах. В отличие от магазинов, эти сооружения легкой конструкции не требуют больших капитальных затрат, но недостатком их является более узкий ассортимент товаров (нет подсобных помещений) и меньше удобств при обслуживании покупателей. Однако в летнее время, в период проведения массовых мероприятий и массового поступления в город овощей, ягод, фруктов роль мелкорозничной торговли повышается.

Торговые автоматы применяются для продажи штучных товаров, пива, соков, газированной воды, табачных изделий, горячих и холодных напитков, хлебобулочных

изделий и др. Возможности использования их разнообразны. Их можно использовать для оснащения магазинов или отдельных секций, кафе-автоматов, торговли через витрины-автоматы (витроавтоматы), установки отдельных автоматов на улицах, в метро, на вокзалах. Увеличение численности торговых автоматов позволяет сократить численность торговых работников, занятых обслуживанием покупателей, дает возможность населению приобретать товары в любое время суток с минимальными затратами времени, повышает культуру торговли.

В современных условиях происходит сближение покупательских требований и покупательского поведения. Получают развитие торговые сети, применяющие инновационные технологии продаж и способные обеспечить любой уровень торгового обслуживания в соответствии с требованиями различных сегментов, используя различные форматы торговых объектов: гипермаркеты, супермаркеты, минимаркеты и др., что в свою очередь формирует достаточно высокие требования к организации торгового обслуживания.

Деятельность хозяйствующих субъектов подчиняется определенным правилам, соответствующим механизмам рыночного регулирования и интересам государства, и основополагающим принципам, вытекающим из данных правил. Коммерческая деятельность торговых организаций также подчиняется определенным принципам, к которым относятся:

- развитие и осуществление коммерческой деятельности на основе современных достижений в теории и практике маркетинга и менеджмента;
- эффективное обучение и мотивация труда специалистов коммерческих служб;
- сочетание личной инициативы и высокой ответственности специалистов-коммерсантов;
- подчиненность тактической и оперативной работы всех функциональных подразделений стратегическим целям организации на рынке.

Ведущим принципом современной структуры управления является «делегирование полномочий и ответственности», т.е. сотруднику предоставляется определенная сфера деятельности, в рамках которой он обязан действовать и принимать решения самостоятельно [3, с. 10].

Можно выделить основные факторы, определяющие особенности коммерческой деятельности в розничной торговле.

В розничной торговле отражаются уровень производства, тенденции в экономике, благосостояние населения, количественное и качественное изменение спроса населения, культура потребления, потребительское общественное сознание, в связи с чем повышается роль розничной торговли.

Результативность коммерческой деятельности розничной торговли зависит от меняющихся требований покупателей к товарам и методам организации торговли ими, от использования новых технологий.

Покупатель оценивает систему производство – оптовая торговля – розничная торговля по качеству розничной торговли. Здесь проявляется уровень взаимодействия социальных, технологических достижений и качества выполнения коммерческих операций во всей цепи по доведению товара от производителя до потребителя.

Под влиянием рассмотренных выше факторов формируются наиболее значимые тенденции развития розничной торговли:

- глобализация розничной торговли как мировая тенденция, оказывающая влияние и на организацию розничной торговли в Республике Беларусь;
- усиление конкуренции между производителями и продавцами товаров, активное насыщение рынка товарами, расширение структуры ассортимента;

- повышение технической оснащенности торговых объектов, применение новых технологий, современных инструментов и методов коммерческой работы, направленных на эффективное использование экономических ресурсов;
- активное использование различных методов стимулирования розничных продаж и др.

Торговое Республиканское унитарное предприятие «Гроднооблсоюзпечать» входит в систему государственных предприятий Республики Беларусь по распространению печатной продукции и образовано приказом Белорусского республиканского объединения «Союзпечать» от 11 декабря 1990 года № 81.

С июня 2000 года ООРП «Гроднооблсоюзпечать» переименовано в Торговое Республиканское унитарное предприятие «Гроднооблсоюзпечать».

В состав УП «Гроднооблсоюзпечать» входят: Волковысское, Лидское, Ошмянское, Слонимское межрайонные отделения «Гроднооблсоюзпечать»; Мостовское и Щучинское районные отделения «Гроднооблсоюзпечать».

Районные и межрайонные отделения «Гроднооблсоюзпечать» являются структурными единицами предприятия без права юридического лица.

Управление организацией осуществляется в соответствии с действующим законодательством и ее Уставом.

В настоящее время ассортимент реализуемых периодических изданий составляет более 500 наименований. Кроме того, в киосках реализуются книги, открытки, канцелярские и бумажно-беловые товары, табачные изделия, галантерея, парфюмерия, игрушки, продовольственные товары и другие товары народного потребления. В торговой сети также продаются проездные билеты для проезда в общественном транспорте, лотерейные билеты, телефонные карточки. В общей структуре продаж преобладают периодические издания, которые выполняют социально значимую функцию, их доля более 30 %, однако в 2016 г. наблюдается тенденция снижения. В то же время около 40 % составляют табачные изделия, их доля в данном периоде несколько возросла, но ниже по отношению к 2014 г. Наблюдается тенденция роста канцелярских и группы продовольственных товаров.

Доля реализация товаров белорусских производителей в структуре розничного товарооборота составляет около 69 %, оборачиваемость товаров в среднем по организации равна 36 дням.

Как показывает опыт УП «Гроднооблсоюзпечать», деятельность организации в 2015–2016 гг. была подвержена общим внешним экономическим факторам воздействия, таким как рост цен и снижение реальных денежных доходов населения, что повлияло на снижение спроса и, соответственно, темпов розничного товарооборота и рентабельности продаж.

В данных условиях коммерческая деятельность УП «Гроднооблсоюзпечать» была направлена на оптимизацию расположения торговых киосков; совершенствование ассортиментной политики, форм и методов розничных продаж; формирование и развитие положительного имиджа организации; стимулирование результативности продаж. В 2016 г. в центре города был открыт магазин «БАГАЧ».

На мой взгляд, в целях повышения эффективности коммерческой деятельности УП «Гроднооблсоюзпечать» в дальнейшем необходимо осуществление следующих мероприятий:

- дальнейшая модернизация специализированных киосков по распространению печатных изданий;
- оптимизация режима работы торговых точек;
- проведение тренингов и экономической учебы для продавцов и специалистов с целью внедрения инновационных технологий продаж и повышения экономической грамотности продавцов;

- обеспечение постоянного мониторинга и устойчивости торгового ассортимента по киоскам с учетом их месторасположения;
- формирование ассортимента товаров с учетом изменений конъюнктуры рынка;
- поиск новых поставщиков и диверсификация ассортимента;
- обеспечение комплекса услуг, востребованных покупателями.

В динамично меняющихся условиях требует корректировки коммерческая стратегия организации, коммерческая деятельность должна носить системный характер, так как результативность торговой деятельности зависит от умения грамотно реагировать на постоянно меняющиеся требования потребителей к товарам, формам и методам торгового обслуживания.

Список литературы

1. О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь: Закон Республики Беларусь, 8 января 2014г., №128–З // Национальный правовой Интернет- портал Республики Беларусь, 21.01.2014, 2/2126

2. Коммерческая деятельность: учеб. / С. Н. Виноградова. – Минск : Выш. школа, 2012. – 288 с.

3. Коммерческая деятельность предприятия: учеб. пособие / О. В. Пигунова, Е. П. Науменко. – Минск : Выш. школа, 2014. – 255 с.

The article considers features and tendencies of commercial activity in retailing sector in modern conditions and factors which define them. On the example of a definite retail organization the tools of activating of commercial activity in changing conditions are reveale, some suggestions for its improvement are made.

Жуковский Артур Сергеевич, студент 4 курса специальности «Коммерческая деятельность» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E –mail: zhukovskiy1501@mail.ru.

Рышкевич Владислав Сергеевич, студент 4 курса специальности «Коммерческая деятельность» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E –mail: keyko11@mail.ru.

Научный руководитель – ***Андрушко Раиса Вячеславовна,*** магистр экономических наук, старший преподаватель кафедры международного бизнеса и маркетинга, руководитель филиала кафедры РУП «Гроднооблсоюзпечать» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 339.542.22+339.1(476)

В.В. Зенкевич

РЕСПУБЛИКА БЕЛАРУСЬ И ВТО: ПОТЕРИ И ВЫГОДЫ

Выявлена необходимость вступления Республики Беларусь в ВТО. Рассмотрен процесс вступления. Определены преимущества, недостатки и перспективы членства РБ в ВТО. Предложена стратегия, позволяющая минимизировать негативные последствия.

Глобализация является основной тенденцией современного мирового развития. Для большинства государств мировые связи стали одним из главных факторов роста национальной экономики. Появилась потребность в международных институтах, способствующих развитию свободной торговли. Одним из таких институтов стала Всемирная торговая организация. Членами ВТО к настоящему времени являются 164 страны. Это означает, что практически каждое государство, претендующее на создание современной экономики и равноправное участие в мировой торговле, стремится стать

членом ВТО. Республика Беларусь не является исключением. В настоящее время Беларусь имеет статус наблюдателя.

Рабочая группа по присоединению Беларуси к ВТО была создана 27 октября 1993 года и до 2005 года провела 7 официальных заседаний. Через 12 лет после последнего официального заседания Рабочая группа встретилась только 24 января 2017 года [1].

В июне 2009 г. Беларусь, Казахстан и Россия объявили, что приостанавливают двусторонние переговоры о вступлении в ВТО и будут вести консультации на предмет вступления в организацию единой таможенной территорией. Однако спустя несколько месяцев эти страны возобновили двусторонние переговоры о присоединении к ВТО по отдельности. В результате Россия стала членом ВТО в 2012 году, Казахстан – в 2015 году. Кроме того, в 1998 году членом ВТО стала Киргизия, а в 2003 – Армения [1]. Таким образом, Беларусь – единственная страна из государств-членов ЕАЭС, до сих пор не вступившая в ВТО.

Решение этого вопроса стало необходимым, когда в октябре 2011 года все нормы Таможенного союза были приведены в полное соответствие с нормами ВТО. Было установлено, что Соглашения ВТО становятся частью правовой системы Таможенного союза, ставки Единого таможенного тарифа Таможенного союза не должны превышать ставки тарифа, предусмотренные ВТО, при заключении международных договоров в рамках Таможенного союза должно быть обеспечено соответствие таких договоров и актов Соглашению ВТО [2].

Беларусь как член Таможенного союза была вынуждена взять на себя ряд обязательств, которые на себя взяли Россия и Казахстан. Так, например, после того как Россия вступила в ВТО, Таможенный союз примерно на треть снизил импортные пошлины на грузовую и сельскохозяйственную технику. В результате МАЗ утратил свои позиции на российском рынке из-за иностранной конкуренции.

Таким образом, после вступления в ВТО партнеров Беларуси по Евразийскому экономическому союзу Беларусь стала жить в условиях, максимально близких к ВТО, поскольку де-факто приняла на себя обязательства по ВТО и должна следовать им. Но в отношении Беларуси этих требований и правил нет, ведь ВТО не брала на себя никаких обязательств в отношении нашей страны: организация по-прежнему может проводить расследования, устанавливать квоты. То есть Беларусь должна соблюдать требования ВТО, а страны-члены ВТО не обязаны их соблюдать в отношении Беларуси, а это крайне невыгодно Беларуси.

Ввиду вышесказанного необходимость вступления Беларуси в ВТО является очевидной.

Препятствием на пути Беларуси в ВТО является то, что принципы Всемирной торговой организации, как и мировой торговли в целом, основаны на рыночной экономике. В то время как в Беларуси все еще действуют унаследованные от советского периода методы управления экономикой. В Беларуси многие отрасли, особенно агропромышленный комплекс, являются объектом государственного регулирования и зависят от государственной поддержки. Поэтому процесс вступления нашей страны в ВТО не может быть быстрым, так как решения требует целый круг вопросов:

1) приведение законодательства в соответствие с многосторонними соглашениями ВТО;

2) доступ на рынок товаров;

3) доступ на рынок услуг;

4) государственная поддержка сельского хозяйства [3].

Опыт многих стран показывает, что продолжительность процесса вступления в ВТО зависит от принятой системы регулирования экономики (чем менее система регулирования соответствует правилам ВТО, тем длительнее будут вестись переговоры и тем больше будет наложено обязательств на страну), ее величины и темпов

экономического роста (крупные и быстрорастущие экономики проходят период вступления быстрее), а также политического режима (чем более демократичен режим, тем быстрее процесс вступления). Так, переговоры о вступлении России в ВТО велись 18 лет, Казахстана – 19 лет, Афганистана – 13 лет.

Следствием затягивания этого процесса могут более жесткие, чем предлагаются сейчас, условия вступления, продолжающееся отставание производства из-за отсутствия возможности получить зарубежные инвестиции и технологии.

В ВТО отмечают, что рост внешней торговли и ВВП стран, которые вступили в ВТО, ускоряется. Они быстрее преодолевают экономические спады или глобальные финансовые кризисы, достигают большего успеха в привлечении прямых иностранных инвестиций. Многие страны, которые присоединились к ВТО, использовали это вступление как инструмент структурных реформ: экономических, управленческих, политических.

Рассмотрим преимущества вступления Беларуси в ВТО:

1. При вступлении страны в ВТО создается правовая основа для устранения количественных ограничений, антидемпинговых, компенсационных и защитных мер. Снижение торговых барьеров означает, что продавать белорусские товары за рубеж станет проще, появится возможность выйти на новые рынки сбыта. Это особенно актуально для отраслей, которые периодически подвергается квотированию и другим ограничениям (производство калийных удобрений, легкая промышленность). В результате вырастет белорусский экспорт, а значит, увеличатся доходы производителей, налоговые поступления в бюджет и благосостояние населения в целом. Но не стоит ожидать, что это произойдет автоматически после вступления в ВТО: рост экспорта будет только в том случае, если белорусские экспортеры научатся работать в условиях ВТО и пользоваться преимуществами членства в ней Беларуси.
2. Снижение таможенных пошлин должно способствовать удешевлению и импортных товаров, и отечественной продукции, в производстве которой используются импортные компоненты. То есть выгодой для потребителя станет снижение стоимости жизни, более широкий выбор товаров и услуг, рост благосостояния в целом. Глеб Шиманович в своей работе «Социальные последствия вступления Беларуси в ВТО» пришел к выводу, что вступление Беларуси в ВТО вызовет улучшение благосостояния населения в пределах 1–2 % в долгосрочном периоде и 0,7 % в краткосрочном [5].
3. Более активный товарообмен способствует развитию новых технологий.
4. Ужесточение конкуренции со стороны импорта после вступления в ВТО создаст стимул для белорусских предприятий к пересмотру бизнес-стратегий, повышению эффективности, качества продукции, конкурентоспособности товаров и услуг.
5. Членство в ВТО способствует предсказуемому инвестиционному климату, улучшению имиджа страны, что позволит привлечь иностранный капитал в конкурентоспособные, экспортоориентированные отрасли экономики.
6. Возможность использовать один из главных инструментов защиты собственных интересов – правовые механизмы ВТО для разрешения споров со странами вне ЕАЭС. Это регламентированный, но достаточно гибкий механизм, с помощью которого Беларусь сможет добиваться соблюдения другими членами ВТО принятых на себя обязательств, требовать отмены необоснованных торговых мер или устранения иных нарушений своих интересов. Принятые решения имеют значительный шанс практически реализоваться.
7. Членство в ВТО означает интеграцию в глобальную экономику, принятие базовых правил и ценностей организации, в частности – рыночной экономики. Не интегрироваться в мировую торговую систему Беларусь позволить себе не может, так как экономика является экспортоориентированной и от условий на внешнем рынке во многом зависит благосостояние страны.

Недостатки вступления Беларуси в ВТО:

1. Беларусь должна будет открыть доступ на внутренний рынок товаров и услуг. Ввиду снижения торговых барьеров между странами ввозить в Беларусь товары из-за границы станет дешевле и проще. Белорусские предприятия, к жесткой конкуренции не привыкшие, могут оказаться в весьма затруднительном положении. Их продукция может не выдержать конкуренции. После вступления в ВТО появятся дешевые импортные товары, с которыми белорусские товары конкурировать не смогут. В первую очередь это касается сельского хозяйства и машиностроения. Продвижение многих белорусских товаров и услуг за рубежом может оказаться не слишком успешным из-за их низкой конкурентоспособности. Если не модернизироваться – предприятия не смогут работать в условиях ВТО, могут рухнуть целые отрасли, не станет рабочих мест для населения.

2. После вступления Беларуси в ВТО ожидается, что цены на некоторые импортные товары станут ниже, поскольку будут снижены пошлины на их ввоз, однако это может обернуться спадом отечественного производства из-за высокой конкуренции и, соответственно, уменьшения количества рабочих мест. В результате у населения не будет доходов, чтобы купить импортные товары даже по сниженной цене.

3. После вступления в ВТО Беларусь обязана будет проводить экономическую политику и экономические реформы с учетом требований международной организации. После определенного переходного периода предполагается существенное снижение государственной поддержки и защиты отечественного производителя, предоставление равных условий внутренним и иностранным участникам рынка. Не вступая в ВТО, Беларусь хотя бы сохраняет за отечественными производителями собственный рынок – благодаря дискриминации при госзакупках и нетарифным барьерам.

4. Необходимость принятия обязательного дополнительного соглашения к ВТО ТРИПС. Это соглашение связанно с интеллектуальной собственностью. С введением ТРИПС Беларусь должна будет обеспечить более жесткое следование регулированию в области патентов, авторского права, торговых марок. А покупка многих корпоративных пакетов программ часто очень дорога. Любое нарушение может вызвать санкции со стороны стран-участниц, сокращение торговых квот. Это значит, что ресурсы страны нужно будет тратить на ужесточение правоприменительной практики. А с учетом того, что Беларусь в основном завозит контент, выполнение ТРИПС условий будет вести к оттоку валюты из страны. Кроме того, адаптация страны к этим правилам станет большой дополнительной нагрузкой на госорганы, на образование и экономику. Мировой опыт показывает, что малые страны, адаптируясь к правилам ТРИПС, оказываются в проигрыше.

Чтобы минимизировать негативные последствия вступления в ВТО, Беларусь должна добиться преференций для уязвимых отраслей экономики, получить право назначить повышенную таможенную пошлину, чтобы в течение определенного периода перестроить ту либо иную отрасль. Членство Республики Беларусь в ВТО не должно быть самоцелью, а должно рассматриваться сквозь призму ее экономических интересов. Правительство должно настаивать на предоставлении технической помощи и стремиться к заключению соглашения в целях получения достаточного переходного периода для практической реализации соглашений ВТО. Беларуси следует придерживаться стратегии, которая заключается в том, чтобы делать как можно меньшие уступки, но достаточные для вступления в ВТО. Нужно стараться поддерживать высокие уровни протекционизма, чтобы использовать их для улучшения своего доступа на рынки других стран на будущих раундах торговых переговоров. Кроме того, значительный уровень протекционизма необходим в течение переходного периода, когда неконкурентоспособные предприятия осуществляют реструктуризацию.

Вступление в ВТО само по себе не дает толчка к росту, получение доступа на новые внешние рынки не гарантирует присутствие на них белорусских товаров. Открыть свой

рынок и получить доступ на другие рынки недостаточно. Мировой опыт показывает, что от вступления в ВТО выигрывают только те страны, которые проводят соответствующие институциональные реформы. Реформы должны быть продуманы, непротиворечивы, постепенны, последовательны и соответствовать реальным потребностям белорусской экономики. Только тогда они будут стимулировать развитие отечественных предприятий и экономический рост. В противном случае возможен обратный результат.

Остается открытым вопрос, смогут ли белорусские производители работать в условиях ВТО, т.е. без большинства ныне действующих мер нетарифного регулирования и господдержки. Многие из них не воспользовались возможностью осуществления модернизации в течение времени, которое у них было, пока шел длительный процесс переговоров по вступлению Беларуси в ВТО. Если белорусские предприятия смогут использовать оставшееся время и переходный период (который будет дан, если переговоры закончатся успешно), чтобы перестроиться, то пред ними откроются много новых возможностей и новых рынков. Если же не сумеют, то не смогут выжить в условиях жесткой конкуренции.

Присоединение к ВТО должно стать не конъюнктурным политическим мероприятием, а продуманным стратегическим этапом развития.

Экономические и законодательные институты Беларуси необходимо адаптировать к условиям многосторонних торговых Соглашений в рамках ВТО. Если структурные реформы будут правильно и вовремя сделаны, то выгода будет получена. Белорусские товары могут стать узнаваемы в мире, отечественные производители смогут расширить свой рынок. В частности, речь может идти о продукции сельского хозяйства, нефтеперерабатывающей отрасли.

Получение определенных выгод от членства в ВТО станет возможным при условии, что белорусские производители будут пользоваться возможностями, которые предоставляет ВТО, а правительство будет пользоваться правовыми механизмами для отстаивания торгово-экономических интересов страны.

Список литературы

1. World trade organization [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.wto.org. − Дата доступа: 10.02.2017.

2. О ратификации Договора о функционировании Таможенного союза в рамках многосторонней торговой системы [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь от 11 ноября 2011 года, № 310-37 / Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. – Режим доступа: http://www.pravo.by/pdf/2011-128/2011-128(054-059).pdf. – Дата доступа: 14.02.2017.

3. Переговорный процесс по присоединению Беларуси к ВТО [Электронный ресурс] / Министерство иностранных дел Республики Беларусь. – Режим доступа: http://mfa.gov.by/export/wto/accession. − Дата доступа: 12.02.2017.

4. Точицкая, И. Э. Оценка предприятиями последствий вступления Беларуси в ВТО [Электронный ресурс] / И. Э. Точицкая // Исследовательский центр ИПМ. – Режим доступа: http://www.research.by/webroot/delivery/files/pdp2013r07.pdf. − Дата доступа: 13.02.2017.

5. Шиманович, Г. А. Социальные последствия вступления Беларуси в ВТО [Электронный ресурс] / Г. А. Шиманович // Исследовательский центр ИПМ. – Режим доступа: http://www.research.by/webroot/delivery/files/pdp2013r08.pdf. − Дата доступа: 17.02.2017.

The article deals with the necessity of accession of the Republic of Belarus to the WTO. The accession process is considered. The advantages, disadvantages and prospects of membership of the Republic of Belarus in the WTO are identified. A strategy to minimize the negative consequences is suggested in the article.

Зенкевич Виктория Валерьевна, студентка 3 курса специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: vika.zenkevich@mail.ru.

Научный руководитель – ***Куликов Александр Михайлович,*** старший преподаватель кафедры международного бизнеса и маркетинга факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.
УДК 316.344

Б.Р. Ильясов

СТАНОВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В КАЗАХСТАНЕ: АНАЛИЗ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В данной статье автор рассмотрел действующую систему социальной политики Казахстана. Проведен анализ статистических данных по социальной защите населения за последние годы. Рассмотрены показатели адресной социальной помощи и социального пособия. Аналитика государственного социального пособия в разрезе регионов выявила региональные различия.

Наиболее масштабной задачей социально ориентированной экономики государства в формирующемся рыночном хозяйстве Казахстана является деятельность по социальной защите всех слоев общества и по выработке стратегии эффективной социальной политики. Формой ее реализации выступает фактический образ действий государства, воплощенный в социальную политику, которая охватывает все сферы экономических отношений в стране. Одним из важнейших направлений его деятельности является регулирование занятости и стимулирование высококвалифицированного и производительного труда и, как следствие, увеличение национального дохода.

В Казахстане на протяжении ряда лет функционируют государственные социальные программы, направленные на снижение масштабов бедности, безработицы, на повышение качества жизни людей, охраны здоровья. Рассмотрим официальные данные Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан (см. таблицу 1).

Таблица 1 – Данные по социальной защите за 2010–2015 годы

Показатели	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2015 к 2010
Численность получателей пенсий, человек	1695301	1732412	1759321	1863615	1918516	1980847	116,8
Среднемесячный размер назначенной пенсии, тенге	21238	27388	29644	31918	36068	38933	183,3
Численность получателей государственных социальных пособий, человек	767239	778504	768747	791631	774149	767458	100,0
Среднемесячный размер назначенного государственного социального пособия, тенге	14037	15520	16384	17738	19918	21674	154,4
Минимальный размер пенсии, тенге	12344	16047	17941	19066	21736	23692	191,9

Источник: составлено на основе данных Комитета по статистике РК [1]

Как показывают статистические данные, за период 2010–2015 гг. численность получателей пенсий увеличилась на 16,8 % и составила в 2015 году 1980847 человек. Численность получателей государственных социальных пособий за этот период практически не изменилась и составила 767458 человек. Среднемесячный размер назначенной пенсии в 2015 году составил 38933 тенге и увеличился на 83,3 %. В то же

время минимальный размер пенсии составил 23692 тенге, или 191,9 % по сравнению с 2010 годом.

Среднемесячный размер назначенного государственного социального пособия в 2015 году составил 216748 тенге, или 154,4 % по сравнению с 2010 годом.

Одним из инструментов осуществления социальной политики является государственная адресная социальная помощь. Адресная программа обеспечивает наибольшую значимость социальной помощи и в большей степени способствует снижению бедности. То есть ключевым преимуществом адресных программ является их эффективность с точки зрения борьбы с бедностью. Адресные программы позволяют нацелить помощь только на тех, кто в ней нуждается, и не тратить ресурсы на относительно обеспеченных людей. Эффективности распределения имеющихся ресурсов уделяется значительное внимание даже в развитых странах, где проблема бедности стоит не так остро и на социальные нужды выделяются значительные средства.

Рассмотрим динамику численности получателей и среднемесячный размер выплаченной адресной социальной помощи по данным рисунка 1.

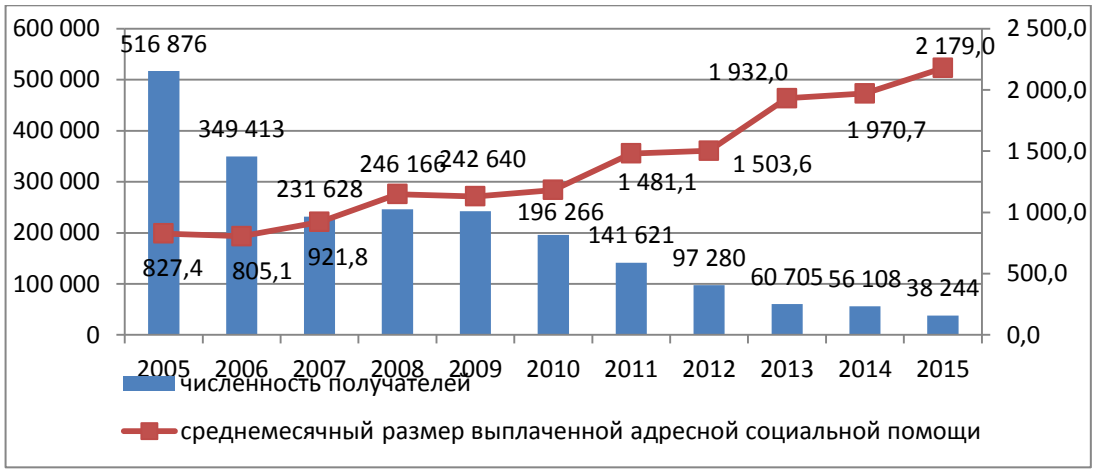


Рисунок 1 – Численность получателей и среднемесячный размер выплаченной адресной социальной помощи

Источник: составлено на основе данных Комитета по статистике РК [1]

Как видно из рисунка 1, число получателей адресной помощи снижается по республике, а размер среднемесячной выплаты растет. Так, в 2005 году количество получателей адресной социальной помощи – 516876 человек, а в 2015 году – 38244 человек, т.е. 7,4 %. За этот же период среднемесячный размер выплаченной адресной социальной помощи увеличился более чем в 2 раза. Если в 2005 году было 827,39 тенге, то на 2015 год размер помощи составил 2179 тенге.

Независимо от иных видов пособий, гражданам республики Казахстан, имеющим право на пособие, предоставляется специальное государственное пособие. Рассмотрим по официальным статистическим данным динамику среднемесячного размера назначенного государственного социального пособия по данным таблицы 2.

Таблица 2 – Динамика среднемесячного размера государственного социального пособия в разрезе регионов Казахстана за 2010–2015 годы

Наименование	2010		2012		2013		2014		2015	
	тг.	%	тг.	%	тг.	%	тг.	%	тг.	%
Казахстан	14037	100	16384	100	17742	100	19918	100	21674	100

Акмолинская	13696	98	16035	98	17339	98	19419	97	21227	98
Актюбинская	13826	98	16120	98	17577	99	19730	99	21476	99
Алматинская	14040	100	16381	100	17735	100	19961	100	21677	100
Атырауская	14141	101	16407	100	17837	101	19940	100	21591	100
ЗКО	13905	99	16210	99	17559	99	19730	99	21491	99
Жамбылская	14333	102	16741	102	18063	102	20269	102	22017	102
Карагандинская	14039	100	16424	100	17666	100	19864	100	21647	100
Костанайская	13628	97	15994	98	17270	97	19378	97	21334	98
Кызылординская	14234	101	16477	101	18112	102	20287	102	21924	101
ЮКО	14194	101	16543	101	18315	103	20205	101	21875	101
Мангистауская	14381	102	16656	102	17972	101	20529	103	22145	102
Павлодарская	13857	99	16210	99	17526	99	19666	99	21423	99
СКО	13745	98	16005	98	17277	97	19403	97	21093	97
ВКО	13948	99	16324	100	17566	99	19711	99	21594	100
г. Астана	13964	99	16333	100	17614	99	19758	99	21546	99
г. Алматы	14270	102	16681	102	17938	101	20076	101	21880	101

Источник: составлено на основе данных Комитета по статистике РК [1]

Как видно по данным таблицы 2, в разрезе регионов можно отметить следующую динамику. Если в среднем по Казахстану среднемесячный размер государственного социального пособия в 2010 году составлял 14037 тенге, то в 2014 году он увеличился до 19918 тенге. Наблюдаются области, в которых среднемесячный размер государственного социального пособия равен среднереспубликанскому уровню: Алматинская, Карагандинская, Атырауская, приближенно значение в ВКО, г. Астана. Ниже данного значения Акмолинская, Актюбинская, ЗКО, Костанайская, Павлодарская, СКО и граничит в пределах 98–97 %. Выше среднереспубликанского уровня отмечается в следующих регионах: Жамбылская, Кызылординская, ЮКО, Мангистауская, г. Алматы. Значение государственного социального пособия в данных регионах составляет в среднем 101–102 % среднереспубликанского уровня [2].

Рассмотрим динамику изменения численности получателей и среднемесячного размера государственного социального пособия по Казахстану в целом за период 2007–2014 гг. по данным рисунка 2.

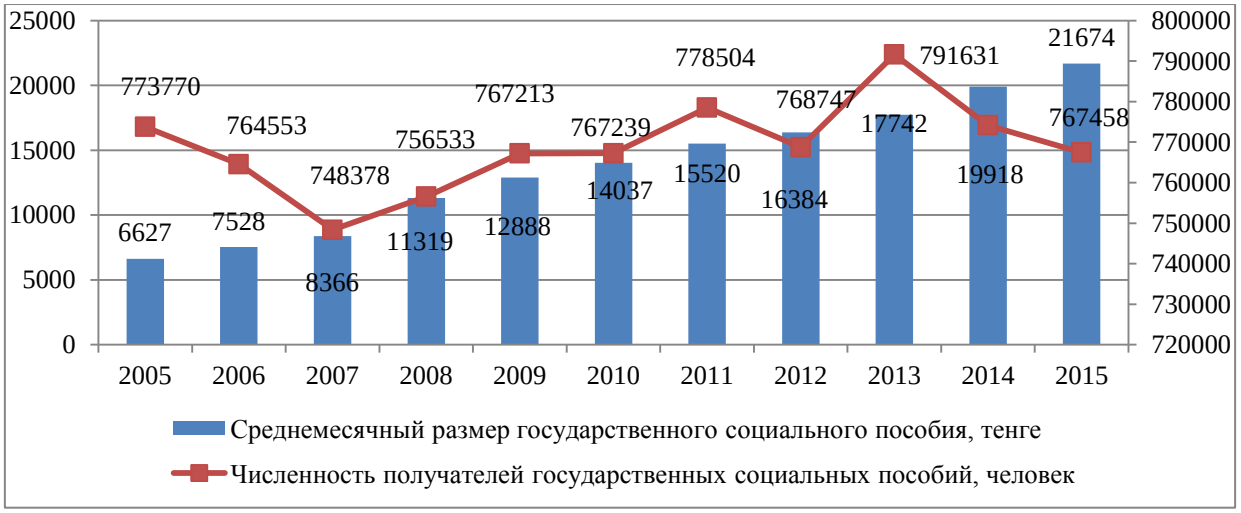


Рисунок 2 – Численность получателей и среднемесячный размер государственного социального пособия в Казахстане

Источник: составлено на основе данных Комитета по статистике РК [1]

Как можно наблюдать по данным рисунка 2, тенденция изменения численности получателей и среднемесячного размера государственного социального пособия по Казахстану в целом идентична. Но нужно отметить период 2011–2014 годы, когда происходят резкие колебания в численности получателей социального пособия.

Так, в 2011 году численность получателей увеличилась и составила 778504 человек, в 2012 году снизилась до 768747 человек, затем в 2013 году увеличилась и достигла значения выше 2011 года (791631 человек), затем снова снижается до 774149 человек. Если говорить о размере государственного социального пособия, то здесь наблюдается положительная тенденция, связанная больше с проводимой политикой государства по увеличению размеров социальных пособий. В 2007 году государственное социальное пособие составило 8366 тенге, а в 2014 году увеличилось до 19918 тенге.

В целом, подводя итоги, можно отметить, что основными недостатками действующей системы социальной защиты, препятствующими ее эффективному функционированию, являются:

- несовершенное законодательство – законодательство, регулирующее социальную сферу, сформировано в основном по видам выплат, а не по социальным рискам и основаниям для выплат;
- недостаточная справедливость и низкие стимулы – отсутствие преимуществ работников формального сектора экономики, осуществляющих налоговые отчисления, перед теми, кто не отчисляет, при реализации права на получение социальных пособий;
- недостаточная прозрачность – на стадии становления находится система индивидуальной идентификации для отслеживания процесса получения социальных выплат.

Сохранение действующей системы может привести к углублению имеющихся недостатков, дальнейшему ослаблению связи между объемом выплат и вкладом в систему и, как следствие, к увеличению граждан, избегающих уплаты налогов и обязательных взносов в накопительную пенсионную систему.

За последние годы ситуация в сфере социального обслуживания населения претерпела значительные изменения. Взамен действовавшей ранее системы социального обеспечения создана принципиально новая система социальной защиты населения, включающая в себя учреждения социальной защиты семьи и детей, территориальные центры социального обслуживания населения, отделения социальной помощи на дому и службы срочной социальной помощи. Вводятся в действие новые стационарные учреждения для престарелых и инвалидов. Учреждения социального обслуживания оказывают помощь не только пожилым людям, инвалидам, семье и детям, но и активно работают над решением проблем детской безнадзорности, социальной помощи лицам без определенного места жительства.

Вместе с тем остаются недостаточными материально-техническая база и финансирование отрасли, имеющиеся возможности не обеспечивают потребности населения, нуждающегося в социальном обслуживании. До настоящего времени не приняты стандарты социального обслуживания населения, не внедрен порядок лицензирования этой деятельности.

Кроме того, следует сказать о необходимости реформировать сложившиеся структуры Центров социального обслуживания населения: минимальное число сотрудников за мизерную заработную плату пытаются оказать весь перечень предусмотренных законодательством услуг. Функции некоторых отделов подменяются при выполнении другими отделениями своих обязанностей. Все это говорит о необходимости увеличения вместе с перечнем предоставляемых услуг числа отделений, которые будут обеспечивать их предоставление.

Развитие социальной политики должно происходить путем концентрации усилий на последовательной реализации мер по усилению и расширению системы социального

обслуживания населения, обеспечивающей гарантированный государством уровень социальной защиты.

Список литературы

1. Основные показатели за 2003-2014 годы. Социальная политика. Комитет по статистике министерства национальной экономики Республики Казахстан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: stat.gov.kz. – Дата доступа: 14.03.2017.

2. Демографический ежегодник Казахстана. Статистический сборник / под ред. А. А. Смаилова – Астана : Комитет по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан, 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.stat.gov.kz. – Дата доступа: 17.03.2017.

The article describes the main indicators characterizing the social policy of Kazakhstan. Despite the ongoing reforms in this area, there are a number of problems of the current social protection system that hamper its effective functioning.

Ильясов Бахытжан Решатович, магистрант 1 курса специальности «Экономика» АО «Финансовая академия», г. Астана, Республика Казахстан.

Научный руководитель – ***Есмагулова Нургуль Дюсеновна,*** кандидат экономических наук, доцент, г. Астана, Республика Казахстан.

УДК 659.1

И.С. Карповец

ОРГАНИЗАЦИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЕЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПТООО «ТАЙФУН»)

Проанализирована внешнеэкономическая деятельность ПТООО «Тайфун». Исследованы пути повышения эффективности внешнеэкономической деятельности ПТООО «Тайфун».

Внешнеэкономическая деятельность становится все более важным фактором развития народного хозяйства и экономической стабилизации республики. Сейчас нет практически ни одной отрасли в промышленно развитых странах, которая не была бы вовлечена в сферу внешнеэкономической деятельности. Развитие внешнеэкономической деятельности играет особую роль в современных условиях, когда происходит процесс интеграции экономики республики в мировое хозяйство.

На современном этапе промышленные предприятия часто сталкиваются со следующими основными проблемами: применение неэффективных методов управления предприятием, отсутствие четких стратегий управления на уровне отрасли и отдельных предприятий. Решение этих и других проблем возможно в результате совершенствования системы управления хозяйственной деятельностью на предприятиях путем применения новых организационно-экономических механизмов управления, применения современных подходов к управлению и оценке результатов коммерческой деятельности предприятий.

Производственно-торговое ООО «Тайфун», являясь коммерческим предприятием, главной своей миссией считает получение прибыли, а также одним из принципов деятельности остается повышение жизненного уровня работников предприятия за счет обеспечения роста их заработной платы и решения вопросов социальной сферы.

Доля экспорта ПТООО «Тайфун» в общем объеме сбыта составляет около 1,6 %. Основной партнер – Россия. В 2016 году будет продолжена работа по диверсификации рынков сбыта по следующим направлениям: Украина, Польша. На рынок России поставляются растворы строительные и лакокрасочная продукция.

Основным видом деятельности предприятия является производство сухих строительных смесей и лакокрасочной продукции.

Темп роста производства продукции в декабре 2015 года по отношению к январю 2015 года составил 99 % (по прогнозам бизнес-плана данный показатель должен был составить 127 %). Причины такого положения, с одной стороны, – возросшая инвестиционная активность, а с другой стороны – влияние факторов финансового кризиса 2014 года, которые сильно повлияли на экономику предприятия.

По итогам финансово-хозяйственной деятельности предприятия за 2014 год получена чистая прибыль в размере 55929 млн руб., что на 8712 млн руб. выше уровня 2013 года. В 2015 году чистая прибыль предприятия составила 25004 млн руб. (в отличие от ожидаемого размера прибыли в 52435 млн руб.), что на 30925 млн руб. меньше 2014 года. Основной причиной снижения размера чистой прибыли можно считать отмену льготы по налогу на прибыль в связи с исключением продукции из перечня импортозамещающих товаров.

Важнейшим фактором успешной деятельности предприятия является качество выпускаемой продукции как один из критериев, предопределяющих ее конкурентоспособность. Высокое качество продукции может быть достигнуто только путем внедрения и постоянного совершенствования эффективной системы менеджмента качества, обеспечивающей стабильность протекания процессов производства и обслуживания.

Ежегодно Белорусской торгово-промышленной палатой проводится экспертиза продукции для получения сертификата собственного производства.

Выпускаемая предприятием продукция, подлежащая обязательной сертификации, сертифицирована в Национальной системе подтверждения соответствия Республики Беларусь. Продукция, которая не подлежит обязательной сертификации, декларируется добровольно в Национальной системе подтверждения соответствия Республики Беларусь.

В 2012 году ПТООО «Тайфун» выдано свидетельство о государственной регистрации Гродненским областным центром гигиены, эпидемиологии и общественного здоровья, согласно которому продукция ПТООО «Тайфун» соответствует Единым санитарно-эпидемиологическим и гигиеническим требованиям Таможенного союза Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации.

Приоритетным направлением развития предприятия на 2016 год и последующие годы является обеспечение конкурентоспособности выпускаемой продукции как на внутреннем, так и на внешнем рынке, расширение на этой основе объемов производства. Для достижения этой цели в условиях все возрастающей жесткой конкуренции планируется как в ближайшей перспективе, так и в дальнейшем:

- внедрение программного средства для автоматизации системы менеджмента качества;
- модернизация производства;
- освоение и выпуск новой продукции, имеющей спрос на рынках.

Являясь резидентом СЭЗ «Гродноинвест», ПТООО «Тайфун» регулярно предоставляет отчеты. На территории СЭЗ «Гродноинвест» установлен специальный правовой режим, который включает специальный налоговый и таможенный режимы. Деятельность свободных экономических зон регулируется: Законом Республики Беларусь «О свободных экономических зонах»; Инвестиционным кодексом Республики Беларусь; Указами Президента Республики Беларусь; Постановлениями правительства Республики Беларусь; Международным договором Таможенного союза Республики Беларусь, Российской Федерации и Республики Казахстан.

Налоговые льготы: для предприятий-резидентов налоговая нагрузка уменьшается в среднем на 30 %.

Таможенные льготы: в рамках Таможенного союза Беларуси, России и Казахстана начала функционировать единая таможенная территория, в пределах которой товары обращаются без взимания таможенных пошлин, не применяются количественные ограничения, меры нетарифного регулирования.

Специальный правовой режим распространяется на реализацию резидентами СЭЗ:

• товаров (работ, услуг) собственного производства, произведенных на территории СЭЗ на экспорт;

• на территории РБ импортозамещающих товаров;

• товаров (работ, услуг) другим резидентам СЭЗ.

Цены на ПТООО «Тайфун» свободные, отсутствует прямое государственное регулирование. Свободная цена колеблется вокруг стоимости товара, реагируя на изменение спроса и предложения, и, как правило, включает в себя два элемента: себестоимость и прибыль.

При экспорте продукции имеют право самостоятельно или по согласованию с покупателем устанавливать цены (тарифы) на товары (работы, услуги), если в отношении их в соответствии с законодательством о ценообразовании не применяется государственное ценовое регулирование.

Цены на экспортируемые товары согласовываются с покупателями в валюте, определяемой по соглашению сторон, если законодательством не установлен иной порядок.

На рисунках 1 и 2 представлена динамика экспорта и импорта за 2015 год.

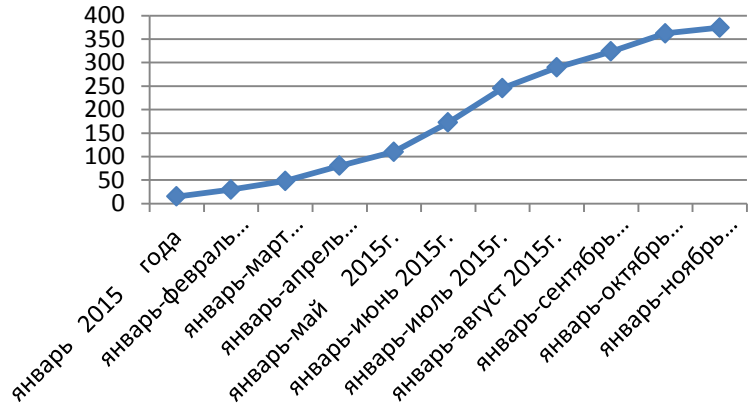


Рисунок 1 – Динамика экспорта товаров за 2015 год (тыс. долл. США)

Источник: собственная разработка автора на основании документации предприятия

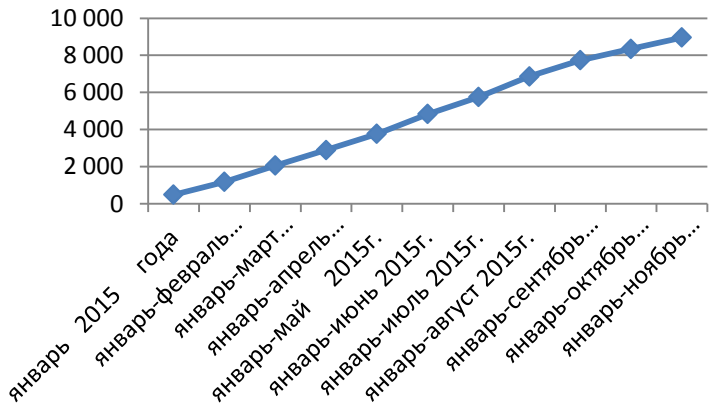


Рисунок 2 – Динамика импорта товаров за 2015 год (тыс. долл. США)

Источник: собственная разработка автора на основании документации предприятия

Объем импортных поставок за 2015 год составил 9278 тыс. долл. США (по бизнес-плану должен был составить 16474 тыс. долл. США). Объем экспорта товаров составил на 2015 год 401 тыс. долл. США (по бизнес-плану должен был составить 860 тыс. долл. США). При этом сальдо торгового баланса за 2015 год отрицательное и составило – 8877 тыс. дол. США вместо прогнозируемого – 15614 тыс. долл. США. Оценивая перспективы и возможности развития, учитывая тенденции изменения внешней товарной среды, предприятие стремится адекватно принимать решения для наилучшего использования предоставленных возможностей.

Объем экспортных поставок на 2015 год составил 401 тыс. долл. США, что составило 32 % от прибыли, полученной предприятием за 2015 год.

Рассчитаем экономическую эффективность экспортной сделки:

$$ЭЭэкс = \frac{\mathbf{1348344000}\ тыс.руб.}{\mathbf{1340428661}\ тыс.руб.} = 1{,}0059050804\ тыс.\ руб.$$

Необходимым условием показателя эффективности экспортной сделки остается требование, чтобы ЭЭэкс была > 1. Так как ЭЭэкс=1,0059050804, а 1,0059050804 >1 мы можем утверждать, что внешнеторговые сделки на предприятии ПТООО «Тайфун» являются эффективными. Однако стоит отметить, что данный показатель незначительно превышает единицу, причиной чему могут быть небольшие объемы экспорта продукции.

Основными рисками деятельности ПТООО «Тайфун» являются:

- риск повышения цены;
- технологический риск;
- усиление налогового пресса;
- риск потери обеспечения сырьем.

Для повышения эффективности ПТООО «Тайфун» совместно с компанией «ATLAS» запланирована реализация перспективного инвестиционного проекта по расширению производства строительных смесей в условиях специального правового режима свободной экономической зоны «Гродноинвест». В рамках реализации проекта планируется в течение 5 лет инвестировать в основной капитал 1,48 млн евро.

Важнейшими факторами повышения экономической эффективности выступают:

- научно-технические;
- организационно-экономические;
- социально-психологические;
- внешнеэкономические.

Также основной проблемой, на наш взгляд, является незначительный удельный вес экспорта продукции в общем объеме реализации.

Мы предлагаем следующие пути решения данной проблемы:

- более частое участие в выставках, ярмарках за рубежом;
- размещение информационных статей в отраслевых журналах по РБ и СНГ.

Проведенный анализ показывает, что проект эффективный, генерирующий высокий доход и имеет средний срок окупаемости инвестиционных затрат. Существенных трудностей в его перспективной реализации не выявлено. Уровень рисков невысокий. Реализация проекта в СЭЗ «Гродноинвест» позволяет прогнозировать долгосрочный финансовый результат и минимизировать риски на реализацию инвестиционного проекта.

Рост показателей ПТООО «Тайфун» при реализации инвестиционного проекта позволит за расчетный период (с 2016 г. по 2021 г.) обеспечить прирост объемов производства продукции в размере 22 млн евро.

Список литературы

1. Сайт ПТООО «Тайфун» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.taifun.by. – Дата доступа: 28.02.2017.
2. Сайт СЭЗ «Гродноинвест» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.grodnoinvest.com. – Дата доступа: 21.07.2016.

The foreign economic activity of the Typhoon PTOO is analyzed. The ways of increasing the effectiveness of Typhoon PTOO are investigated.

Карповец Ирина Степановна, студентка 4 курса специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Республика Беларусь. E-mail: Irina_Karpovets@mail.ru.

Научный руководитель – ***Караченцева Татьяна Игоревна,*** кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры международного бизнеса и маркетинга факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 332.8 (476.6)

Д.О. Климович

СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

В данной статье проанализирована роль интернет-маркетинга в успешной экономической деятельности предприятия. Исследованы наиболее распространенные инструменты интернет-маркетинга. Данный анализ позволит выявить преимущества и недостатки широко используемых инструментов интернет-маркетинга.

Любое предприятие в настоящее время невозможно представить без отдела маркетинга, так как именно от этого отдела зависит успешная деятельность предприятия в области спроса и реализации продукции, производимой предприятием. Маркетинг – представляет собой процесс планирования и осуществления замысла, ценообразования, продвижения и реализации идей, товаров и услуг посредством обмена, удовлетворяющего цели отдельных лиц и организаций.

В данной статье выявлены наиболее эффективные инструменты интернет-маркетинга.

Актуальность данной работы обусловливается тем, что маркетинговая деятельность является одним из важнейших критериев планирования сбытовой и производственной деятельности предприятия. Маркетинг выполняет различные роли на предприятии: нахождение оптимального баланса между производством и спросом, изучение потребителей, анализ рынков, исследование продукта, исследование конкурентов, анализ методов и каналов сбыта. Маркетинговая деятельность предприятия наиболее подвержена изменениям и требует применения творческих способностей, потому что маркетинговая деятельность направлена на конечного потребителя, а в современных условиях из-за высокого уровня развития общества удивлять потребителей становится все труднее, их вкусы и предпочтения быстро меняются, а соответственно и товар, продвигаемый с помощью маркетинга, становится более уязвимым и неконкурентоспособным в более краткие сроки. Сейчас информационные технологии стали незаменимой частью нашей жизни, поэтому целесообразно использовать интернет-ресурсы для продвижения продукции предприятий, выявления потребностей будущих клиентов и их удовлетворения.

В данной статье был использован системный метод. Суть этого метода заключается в том, чтобы посредством рассмотрения и анализа всех аспектов интернет-маркетинга определить целесообразность его применения, выявить его слабые и сильные стороны.

Цель данной работы состоит в том, чтобы проанализировать влияние интернет-маркетинга на маркетинговую деятельность предприятия как средства достижения высокой эффективности предприятия и развития его конкурентоспособности. Это позволит выявить, какие инструменты интернет-маркетинга целесообразнее всего применять.

Еще Ф. Котлер выделил 4Р, на которых основан маркетинг:

- Продукт (Product) – это товар или услуга, которые фирма производит. В более широком контексте этот пункт включает также и товарный знак, упаковку, сервис.
- Цена (Price) – сумма, которую покупатели платят за товар. Формирование цены, ценообразование, скидки и ценовые стратегии – это составляет сущность цены для покупателя.
- Место (Place) – деятельность по размещению, в результате которой товары становятся доступными для потребителей. Это каналы сбыта, логистика, дистрибуция, мерчендайзинг.
- Продвижение (Promotion) – всевозможная деятельность компании направленная на информирование целевых потребителей о достоинствах товаров или услуг, на убеждение купить именно этот продукт [1, с. 121]. Для этого используются самые разнообразные методы – реклама, личные продажи, выставки, презентации, промо-акции, прямой маркетинг, интернет-маркетинг.

Существует множество различных способов продвижения товаров и услуг в интернете, однако наиболее распространенными из них являются:

- SEO-продвижение;
- E-mail-маркетинг;
- реклама в социальных сетях;
- контекстная реклама;
- баннерная реклама;
- арбитраж трафика;
- размещение видеороликов о предоставляемой услуге либо товаре.

SEO–продвижение (search engine optimization) – это поисковая оптимизация сайта с целью повышения его позиций в поисковой выдаче Яндекс или Google по определенным ключевым фразам (поисковым запросам) [2].

Ключевой задачей данного метода продвижения является продвижение сайта компании, привлечение внимания целевой аудитории, для которой предназначен наш продукт либо услуга. Создать собственный сайт компании мало, для получения прибыли необходимо, чтобы этот сайт начали посещать люди заинтересованные в нашем товаре, и SEO–продвижение – прямой путь к увеличению посещаемости.

E-mail–маркетинг позволяет работать со своей целевой аудиторией напрямую, доносить важную информацию до своих потребителей, помогает установить доверительные отношения между вами и вашими клиентами. С помощью E-mail–маркетинга возможно создать и постоянно развивать базу клиентов, напоминать клиентам о проводимых акциях, собирать информацию о предпочтениях и вкусах потребителей.

Реклама в социальных сетях – на данный момент один из лучших методов рекламы в интернете, поскольку социальными сетями пользуется большое количество людей, они проводят там очень много времени и заинтересовать их в процессе не так уж сложно. Данный метод обладает рядом ключевых преимуществ:

- низкая затратность (создание общества либо полноценного интернет-магазина не требует затрат);
- простота привлечения новых клиентов;

- обширный охват целевой аудитории;
- постоянная обратная связь с потребителями;
- возможность покупки рекламных постов в других сообществах;
- возможность формирования положительного мнения о нашем товаре, бренде или компании в целом;
- завоевание лояльности целевой аудитории;
- возможно наладить постоянную сервисную поддержку с нашими потребителями;
- простота применения.

Баннерная реклама – графические изображения на сайтах, которые рекламируют товары и услуги. Существуют статичные, интерактивные и анимированные изображения [3]. Использование данного вида продвижения предполагает покупку рекламных баннеров на сайтах, как правило, сайты каким-либо образом связаны с продвигаемым товаром либо услугой.

Контекстная реклама – разновидность сетевой рекламы, при которой рекламное объявление появляется в соответствии с содержанием страницы [4]. Преимуществом данной рекламы является ее направленность на целевую группу, так как она работает только с теми посетителями, которые заинтересованы в нашем товаре. Еще одним преимуществом контекстной рекламы является то, что оплата за нее производится по итогам ее результативности.

Арбитраж трафика – скупка и перепродажа трафика по более выгодной стоимости [5]. Арбитраж трафика позволяет выявить нашу целевую аудиторию из всего потока пользователей интернета и привлечь на сайт компании. Таким образом, арбитраж трафика – это комплексный подход, включающий в себя все вышеперечисленные способы вместе.

Размещение видеороликов о предоставляемой услуге либо товаре. Видеоролики не обязательно размещать только на собственном сайте, их можно размещать в социальных сетях, YouTube. В данных роликах можно рассказывать о качествах вашего продукта, выкладывать видео с мнением потребителей о вашем продукте, проводить презентации новых товаров. Главной целью данных роликов является привлечение внимания, поэтому в данном виде продвижения продукта целесообразно применить сообразительность и творческие способности ваших сотрудников. Именно ваш видеоролик может стать примером впечатляющего вирусного маркетинга и завоевать большую часть потребителей.

Таким образом, можно выделить следующие преимущества интернет-маркетинга:

1. Высокая эффективность за счет процесса быстрого распространения информации.
2. Охват большой целевой аудитории.
3. Низкая стоимость привлечения новых клиентов.
4. Эффективность интернет-маркетинга гораздо выше традиционного маркетинга. Порядка 40 % пользователей Интернета внимательно относятся к рекламным объявлениям. В прессе данный показатель не превышает 15 %, на телевидении – 8 %, а в наружной рекламе – 5 %.
5. Низкая затратность интернет-маркетинга. Как итог, цена на предлагаемый товар либо услугу снижается за счет уменьшения расходов на рекламу.
6. Формирование известности компании.
7. Получение детальной и оперативной информации для подготовки и проведения маркетинговых исследований.
8. Отсутствие психологического давления на потенциального покупателя со стороны продавца.
9. Гибкость маркетинговой политики.
10. Удобство. Интернет-маркетинг работает 24 часа в день, 7 дней в неделю.

Недостатки интернет-маркетинга:

1. Расчет на долгосрочную перспективу, постепенное приобретение доверия покупателей.
2. Дефицит профессионалов в сфере интернет-маркетинга. Существует множество агентств по продвижению товаров и услуг в интернете, однако многие из них работают малоэффективно.
3. Относительно невысокая степень доверия покупателей к интернет-покупкам.
4. Невозможность проверки физических свойств товара.
5. Высокая конкуренция за наиболее высокие позиции в поисковых системах.
6. Перенасыщенность Интернета бесполезной информацией. Данный фактор затрудняет поиск необходимой информации.

Маркетинговую деятельность предприятия невозможно представить без применения интернет-маркетинга, потому что информационные технологии стали двигателем прогресса в современном обществе и для достижения высокой эффективности предприятия необходимо комплексное применение всех инструментов как традиционного маркетинга, так и интернет-маркетинга. Интернет-маркетинг работает круглосуточно и разнонаправленно в отличие от традиционных маркетинговых инструментов, с помощью интернет-маркетинга мы можем продавать наши товары и услуги потребителям из любой точки мира, в любое удобное для него время.

Интернет-маркетинг необходим для продвижения любого продукта или услуги, но необходимо тщательно выбирать инструменты для продвижения в Интернете, поскольку каждый товар либо услуга обладает своей спецификой. Также необходимо решить, каким образом вы будете продвигать свой товар или услугу: собственными силами либо нанимать профессионального специалиста-маркетолога.

Все чаще люди отказываются от просмотра телевидения и чтения газет – их постепенно заменяет Интернет. Сейчас в мире наблюдается тенденция к увеличению числа покупок через Интернет, поэтому необходимо развивать сферу интернет-маркетинга и повышать тем самым эффективность всей маркетинговой деятельности предприятия. Поскольку предприятие, которое игнорирует такой способ продвижения товаров и услуг, как интернет-маркетинг, не сможет оптимизировать свою рекламную и маркетинговую деятельность, достигнуть высоких результатов на международном и внутреннем рынке.

Список литературы

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М. : Вильямс, 2007. – 643 с.
2. SEO-продвижение [Электронный реурс]. – Режим доступа: http://convertmonster.ru/blog/seo-blog/seo-optimizacija-ili-poiskovaja-optimizacija-sajta/. – Дата доступа: 13.03.2017.
3. Баннерная реклама [Электронный реурс]. – Режим достаупа: http://artnevsky.com/bannernaya-i-medyinaya-reklama/. – Дата доступа: 13.03.2017.
4. Контекстная реклама [Электронный реурс]. – Режим достаупа: http://formen.su/reklama/kontekstnaya_reklama. – Дата доступа: 13.03.2017.
5. Арбитраж трафика [Электронный реурс]. – Режим достаупа: http://vaden-pro.ru/blog/zarabotok-v-seti-internet/chto-takoe-arbitrazh-trafika. – Дата доступа: 13.03.2017.

This article analyzes the role of Internet marketing in the successful economic activity of the enterprise. The most common tools of Internet marketing. This analysis will identify the advantages and disadvantages of widely used tools of Internet marketing.

Климович Денис Олегович, студент 3 курса специальности «Менеджмент» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: klimovichd@bk.ru

Научный руководитель – ***Рабцевич Валентина Вениаминовна***, доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 339.9(476)

Т.В. Козак

РОЛЬ БЕЛОРУССКОЙ ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННОЙ ПАЛАТЫ В ВЭД БЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Проанализирована деятельность Белорусской торгово-промышленной палаты Республики Беларусь. Выявлена значимость Белорусской торгово-промышленной палаты во внешнеэкономической деятельности Республики.

Развитие внешнеэкономических связей во многом предопределяется развитием инфраструктуры внешнеэкономического комплекса, особое место в котором занимают торгово-промышленные палаты. Торгово-промышленные палаты являются наиболее представительными организациями, объединяющими коммерческие структуры различных секторов экономики. Во всех странах мира они имеют ряд общих черт, которые отличают их от других организаций, союзов и ассоциаций: они являются некоммерческими организациями, носят территориальный характер (организованы в административных границах города, округа, штата), функционируют на основе самоуправления, определяемого их уставами, оказывают различные виды услуг своим членам (состав этих услуг хотя и весьма отличается в разных странах, но в целом направлен на развитие предпринимательства), используют свое влияние и авторитет в законодательных и исполнительных органах власти для создания благоприятного правового климата для развития предпринимательства и лоббирования его интересов, выполняют функции посредников между правительственными и предпринимательскими структурами в деле исполнения, толкования и совершенствования нормативных документов, регламентирующих предпринимательскую деятельность. Роль торгово-промышленных палат в социально-экономическом развитии стран зависит от таких факторов, как требования к членству в палатах и охват деловых структур, источники и объемы финансирования деятельности палат; виды и диапазон услуг, оказываемых палатами деловым кругам; авторитет и влияние палат в законодательных и исполнительных органах власти; характер и качество вертикальных связей национальной палаты с региональными, территориальными и местными палатами, а также ассоциациями и союзами предпринимателей для выработки совместных позиций по актуальным проблемам развития предпринимательства и защиты интересов деловых кругов.

Объектом исследования данной работы является торгово-промышленная палата Республики Беларусь и ее роль в развитии внешнеэкономической деятельности в Беларуси.

Бел ТПП – негосударственная некоммерческая организация, основанная на членстве юридических лиц и индивидуальных предпринимателей Республики Беларусь.

Белорусская торгово-промышленная палата является юридическим лицом и осуществляет свою деятельность в соответствии с актами законодательства Республики Беларусь и ее уставом.

Бел ТПП может создавать представительства и филиалы, которые не являются юридическими лицами и действуют на основании утвержденных палатой положений о них.

Задачи Белорусской торгово-промышленной палаты заключаются в содействии развитию внешнеэкономических связей субъектов предпринимательской деятельности с

иностранными партнерами, увеличению экспорта белорусских товаров, работ и услуг, привлечению в национальную экономику иностранных инвестиций, в оказании практической помощи субъектам предпринимательской деятельности в развитии производства конкурентоспособной продукции, в проведении торговых операций на внешних рынках, в представлении и защите интересов членов Белорусской торгово-промышленной палаты при осуществлении внешнеэкономической деятельности как в Республике Беларусь, так и в иностранных государствах, в развитии и укреплении связей с торгово-промышленными палатами, ассоциациями, союзами предпринимателей и другими неправительственными организациями иностранных государств, совершенствовании системы обучения и стажировки специалистов по вопросам внешнеэкономической деятельности. Белорусская торгово-промышленная палата занимается распространением информации об экспортном, промышленном и научно-техническом потенциале Республики Беларусь, национальном законодательстве о внешнеэкономической деятельности, обычаях и правилах международной торговли, организовывает международные и национальные выставки и ярмарки. Выполняет отдельные функции, возложенные на Белорусскую торгово-промышленную палату законодательством Республики Беларусь.

К функциям БелТПП относится участие в подготовке проектов законов и других нормативных актов, регулирующих внешнеэкономическую деятельность в Республике Беларусь, а также по другим вопросам, вытекающим из целей деятельности БелТПП и затрагивающим интересы субъектов хозяйствования: организация международных, иностранных, национальных выставок и ярмарок, деловых встреч, дней экономики, презентаций, конференций, семинаров, симпозиумов в Республике Беларусь и за рубежом, а также обеспечение коллективного участия в них субъектов хозяйствования. БелТПП оказывает рекламные услуги в области внешнеэкономической деятельности. Подтверждает подлинности документов, используемых в международном экономическом обороте, свидетельствование обстоятельств форс-мажора, а также выполнение иных действий, отнесенных к компетенции БелТПП в силу международного права и международных торговых обычаев. Выдает удостоверения сертификатов происхождения, что включает в себя: проведение всех видов экспертиз товаров, сырья, оборудования и собственности, определение принадлежности к собственному производству продукции, работ и услуг субъектов хозяйствования, сертификация соответствия продукции, определение кода товаров в соответствии с товарной номенклатурой внешнеэкономической деятельности, осуществление деятельности в качестве таможенных агентов. БелТПП выполняет заявки белорусских и иностранных юридических и физических лиц по патентованию изобретений, промышленных образцов, разработке и регистрации товарных знаков и знаков обслуживания, фирменных и других наименований, а также проведение иных действий, связанных с охраной промышленной и интеллектуальной собственности. Осуществляет переводов технической и коммерческой документации, справочных и информационных материалов, другой литературы, устных переводов с иностранных языков на белорусский и русский, а также с белорусского и русского на иностранные языки. Занимается организацией приема иностранных делегаций, представителей деловых кругов и миссий белорусских деловых людей за рубеж; оказывает содействие белорусским и иностранным предпринимателям в поиске партнеров для сотрудничества, налаживании деловых контактов.

Сегодня наиболее приоритетным направлением деятельности БелТПП является содействие развитию внешнеэкономических связей Республики Беларусь и формированию ее облика как открытого внешнему миру надежного делового партнера, обладающего значительным экономическим и экспортным потенциалом, заинтересованного в развитии связей с зарубежными странами.

Белорусская торгово-промышленная палата – действительный член Международной торговой палаты. Она является одним из учредителей и активным членом Международного Совета Торгово-промышленных и хозяйственных палат стран Центральной и Восточной Европы, а также членом Совета ТПП стран Центральной европейской инициативы. При Белорусской ТПП и ТПП России создан и действует Координационный комитет по содействию процессам интеграции, развитию всех форм делового сотрудничества между субъектами хозяйствования Республики Беларусь и Российской Федерации.

БелТПП принимаются меры по активизации взаимодействия с указанными организациями, расширяются рамки двухсторонних связей с национальными и региональными палатами ближнего и дальнего зарубежья. К настоящему времени подписаны Соглашения о деловом сотрудничестве с 200 зарубежными палатами, которые предусматривают регулярный обмен законодательной и коммерческой информацией, совместную организацию выставочных мероприятий, деловых миссий, а также презентацию на белорусском рынке возможностей и интересов как зарубежных стран и регионов, так и отдельных предприятий и фирм.

Расширение сети представительств БелТПП позволяет проводить более целенаправленную деятельность по рекламе и продвижению на рынки мира товаров и услуг белорусского производства, оперативно налаживать деловые отношения с деловыми кругами зарубежья.

В последнее время заметно расширились география и рамки белорусско-российского сотрудничества. В связи с подписанием Договора о создании Союзного государства Беларуси и России БелТПП активизировала работу по расширению торгово-экономических отношений с Россией. По договоренности с ТПП России прорабатывается вопрос создания единого белорусскороссийского палатовского пространства, чтобы объединить усилия двух торгово-промышленных палат по ускорению интеграционных процессов в сфере экономики. Палата также уделяет большое внимание содействию освоения новых нетрадиционных для Беларуси рынков. Палата ориентируется на развитие отношений с такими государствами, как Китай, Япония, Южная Корея, Бразилия, а также со странами Ближнего и Среднего Востока: Объединенными Арабскими Эмиратами, Израилем, Ираком, Ираном.

За последние 10 лет по линии Палаты республику посетили делегации деловых кругов из 25 стран мира. Всего было организовано более 130 визитов иностранных бизнесменов. В рамках проводимых мероприятий они получали объективные ответы на все интересующие их вопросы, знакомились с условиями работы на внешнем рынке, проводили встречи и переговоры с белорусскими партнерами. Вместе с тем под эгидой Палаты были организованы визиты белорусских промышленников и предпринимателей в 22 государства дальнего и ближнего зарубежья, всего свыше 150 миссий. Во время визитов за рубеж налаживаются партнерские связи, а деловая общественность стран пребывания и их пресса получают «из первых рук» информацию о Беларуси, ее географическом и экономическом положении.

Следующим направлением работы Палаты является информационное обеспечение участников внешнеэкономической деятельности, которое осуществляется путем предоставления деловым людям рекламно-информационной литературы либо в форме устных и письменных консультаций.

В БелТПП функционирует информационная система, объединяющая три банка данных: а) экспортные возможности членов Палаты и их предложения по сотрудничеству; б) деловые и коммерческие предложения зарубежных фирм; в) информация по странам с национальным внешнеэкономическим законодательством.

Используя имеющуюся базу данных, участники внешнеэкономической деятельности и прежде всего члены БелТПП могут получать необходимую информацию для работы на

внешнем рынке, начиная от условий и обычаев торговли, рыночной и ценовой конъюнктуры в интересуемой стране и заканчивая сведениями о потенциальном партнере и его деловой состоятельности.

Ведется работа по подключению информационной системы Палаты к банкам данных торгово-промышленных палат стран СНГ и Восточной Европы. Главной задачей является постоянное пополнение и обновление имеющейся информации.

Наиболее важную информацию, имеющую отраслевой характер, Палата направляет в соответствующие министерства, ведомства, а также в облисполкомы. Созданная в системе Палаты техническая база позволяет передавать информацию в режиме электронной почты.

Наряду с этим Палата постоянно занимается рекламной деятельностью. Палата имеет специализированные компьютерные базы данных, в которых сосредоточены предложения белорусских и иностранных фирм по торговле и сотрудничеству в различных отраслях производства, сельского хозяйства, торговли, сферы услуг. Деловые предложения зарубежных фирм регулярно публикуются в белорусской прессе, распространяются по каналам электронной почты.

Уделяется постоянное внимание развитию и совершенствованию рекламно-издательской деятельности Палаты. Ежеквартально выходит палатовский бюллетень Меркурый, где публикуются коммерческие предложения и инвестиционные проекты не только белорусских, но и российских субъектов хозяйствования, подборки материалов «Как торговать с той или иной страной». Палата ежегодно выпускает бизнес-каталог Республика Беларусь с электронной версией на компакт-диске, в котором в полном объеме отдельно на английском и русском языках содержится информация об экономическом потенциале республики, ее экспортных возможностях, а также деловые предложения белорусских предприятий по сотрудничеству. Причем в каталоге представлены их адреса и электронные реквизиты, фамилии контактных лиц, что позволяет потенциальным партнерам напрямую, без посредников, налаживать деловые контакты. Данный каталог распространялся среди деловых кругов стран дальнего и ближнего зарубежья и, бесспорно, содействовал развитию белорусского экспорта, налаживанию торговоэкономических связей с зарубежными партнерами.

Важным направлением деятельности БелТПП, содействующей экспорту, является предпродажная подготовка товара. Обеспечивается она предоставлением предприятиям-экспортерам широкого комплекса таких услуг, как разработка и регистрация товарных знаков, перевод на иностранные языки коммерческой и товарно-сопроводительной документации, предоставление ценовой информации, декларирование таможенных грузов, оформление паспортов сделок, штриховое кодирование товаров, выдача различных форм сертификатов.

О важности штрихового кодирования свидетельствуют постоянно возрастающие трудности в продвижении белорусской продукции не только на рынки дальнего, но и ближнего зарубежья. Достаточно сказать, что правительства Москвы и Украины приняли решения, ограничивающие экспорт продукции без штриховой нумерации. Но БелТПП удалось решить эту проблему. В 1998 году в республике была создана Ассоциация товарной нумерации «EAN-Беларусь», одним из учредителей которой выступила БелТПП. Названная ассоциация по заявкам предприятий осуществляет присвоение товару идентификационного номера в системе EAN и выдачу соответствующего свидетельства.

The activity of the Belarusian Chamber of Commerce and Industry of the Republic of Belarus is analyzed. The significance of the Belarusian Chamber of Commerce and Industry in the foreign economic activity of the Republic was revealed.

Козак Тимофей Владимирович, магистрант 1 курса специальности «Мировая экономика» факультета экономика и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: kozaktimofey11@gmail.com.

Научный руководитель – ***Ли Чон Ку***, кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой международного бизнеса и маркетинга факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 637.1

Н.А. Курлович

ТЕНДЕНЦИИ И ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО МОЛОЧНОГО РЫНКА

Выявлены тенденции мирового молочного рынка и предложен прогноз его дальнейшего развития.

Молоко и молочные продукты являются одними из наиболее потребляемых пищевых продуктов в мире. Под молоком и молочными продуктами принято понимать жидкую цельномолочную и кисломолочную продукцию, сливки, сыры и творог, сливочное масло, сухое молоко (обезжиренное и цельное), сухой молочный жир, сыворотку, сгущенные молочные продукты, молочно-белковые концентраты, мороженое. Среди кисломолочных продуктов наиболее популярны кефир, простокваша, ацидофилин, йогурт (в том числе греческий), кумыс, пахта, ряженка, варенец, сметана.

Производители развитых рынков, которые ищут новые пути для удовлетворения роста спроса на молочную продукцию в развивающихся странах, сталкиваются с зеркальной проблемой снижения потребления данной продукции на локальном уровне. В Европе и в Северной Америке, например, изменение образа жизни и новые диетические требования вызвали значительный сдвиг традиционных потребительских предпочтений. Продажи молока в США находятся на самом низком уровне за 30 лет, в то время как потребление белого молока в Западной Европе в течение последних трех лет упало на 0,8 %.

По итогам 2016 года, по оценкам USDA, производство молока в ЕС может составить 152,0 млн т (+1,2 % к уровню 2015 года), а в 2017 году – 152,5 млн т (+0,3 % к ожидаемому уровню 2016 года). Поголовье коров в 2017 году может сократиться на 150,0 тыс. голов, несмотря на прирост цен на сырое молоко в среднем на 19 % (до 0,3 €/кг) с середины 2016 года. Незначительный прирост производства связан с невозможностью компенсировать сокращение поголовья увеличением молочной продуктивности животных. Большая часть дополнительно произведенного молока при этом будет направлена на производство сыров и СЦМ, а сливочное масло и СОМ ожидает снижение объемов производства.

Изменение производства сырого молока в странах ЕС-28 в январе-октябре 2016 года в сравнении с январем-октябрем 2015 года в % представлено на рисунке.

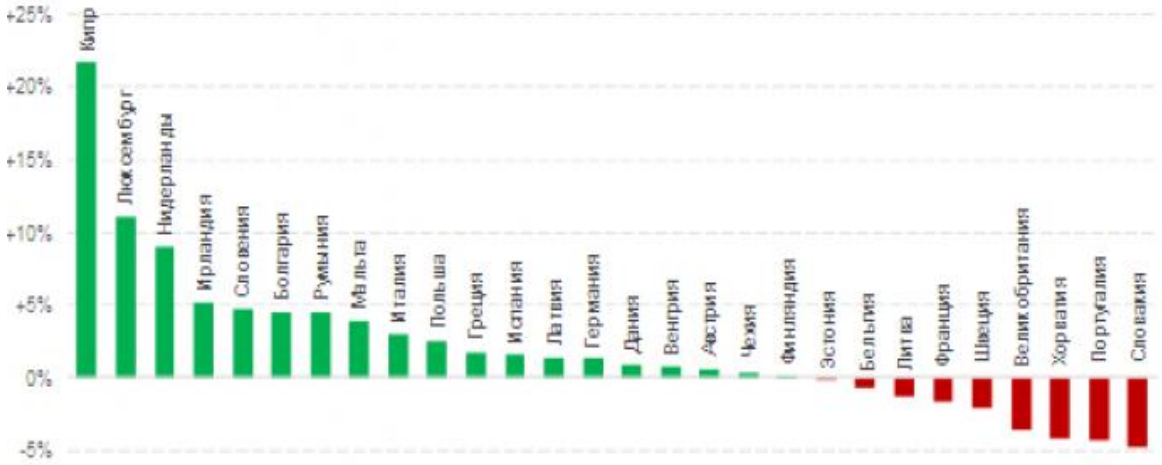


Рисунок – Производство сырого молока в странах ЕС-28 в январе-октябре 2016 г. и в январе-октябре 2015 г.,в %

Источник: [1].

Экспорт жидкого питьевого молока (прежде всего ультрапастеризованного) в 2016 году может составить 0,95 млн т, а сохранение уверенного внешнего спроса (в том числе со стороны Китая) будет способствовать его наращиванию, и в 2017 году объем внешних поставок питьевого молока из Европы может составить 1 млн т.

Наибольший относительный прирост производства среди стран ЕС (за 10 месяцев) отмечен на Кипре (+21,8 %, до 162,38 тыс. т), в Люксембурге (+11,1 %, до 305,4 тыс. т), Нидерландах (+9,0%, до 12 006 тыс. т), Ирландии (+5,2 %, до 6 356 тыс. т), Словении (+4,7 %, до 484 тыс. т), Румынии (+4,5 %, до 815 тыс. т), Болгарии (+4,5 %, до 448 тыс. т) и на Мальте (+3,9%, до 36 тыс. т). При этом в 9 странах суммарные объемы производства оставались ниже прошлогодних: в Словакии – на 4,7 % (до 694 тыс. т), Португалии – на 4,2 % (до 1 560 тыс. т), Хорватии – на 4,2 % (до 415 тыс. т), Великобритании – на 3,6 % (до 12 289 тыс. т), Швеции – на 2,1% (до 2 408 тыс. т), Франции – на 1,6 % (до 20 817 тыс. т), Литве – на 1,3 % (до 1 208 тыс. т), Бельгии – на 0,7 % (до 3 284 тыс. т), Эстонии – на 0,1 % (до 601 тыс. т).

Результатом более высоких объемов производства сырого молока стало наращивание производства большинства видов молочной продукции в январе–октябре 2016 года в сравнении с тем же периодом прошлого года. Наибольший прирост производства отмечен по СОМ – на 5,9 % выше объемов прошлого года (произведено 1 334,8 тыс. т), СЦМ – на 5,2 % (произведено 559,8 тыс. т) и сливочному маслу – на 4,1 % больше (произведено 1 817,4 тыс. т). В меньшей степени, но все-таки в большую сторону, отмечено изменение объемов производства кисломолочной продукции (прирост на 2,9 %, до 6 860,8 тыс. т) и сыров (+1,7 %, до 7 548,5 тыс. т). При этом производство питьевого молока снизилось на 0,1 %, до 25 124,4 тыс. т.

Снижению темпов наращивания производства сырого молока во II полугодии 2016 года, несмотря на начавшийся процесс восстановления ценовых уровней, способствовали дополнительные меры государственной поддержки, которые в некоторой степени стабилизировали негативные последствия низких закупочных цен. По предварительным данным FAO, фермеры во многих странах ЕС ускорили выбраковку коров для снижения объемов производства, стимулом для этого стали меры государственной поддержки.

Экономический рост способствует потреблению молочных продуктов. Экономические сигналы на год вперед неплохи. Тем не менее политическая нестабильность, 6 лет низких цен на нефть и опасения по поводу экономики Китая создали значительный риск ухудшения ситуации. Ослабление экономики Китая вызывает беспокойство не только о его воздействии на внутреннее потребление, но и о том, как это повлияет на экономику (и потребление) в Юго-Восточной Азии, Японии, Кореи и мире в

целом. (Британская газета The Guardian публиковала ряд инфографик, иллюстрирующих объемы потерь экспорта в мире из-за замедления экономики Китая) [1].

Хотя валюта играет важную роль в молочной торговле, ее роль вторична по отношению ко многим другим факторам, связанным с предложением и спросом. Основная область беспокойства для растущего доллара – это потенциальное воздействие, которое он оказывает на общий спрос со стороны основных стран-импортеров. Сильный доллар может поднять цены на импорт, который со временем пробьет свой путь к потребителям и удержит потребление. Это может сдержать рост спроса, что было бы плохо для молочных экспортеров из всех стран.

В течение 2015 г. доллар США вырос на 11–15 % по отношению к валютам трех основных конкурентов – Австралии, ЕС и Новой Зеландии. Надвигающийся импульс процентных ставок в США может стимулировать доллар в ближайшие месяцы. Для американского молочного экспорта это не совсем хорошая новость, но важно прогнозировать курс в будущем.

Мировые цены на молочную продукцию устанавливаются аукционом Global Daily Trade, который проводится крупнейшим мировым производителем молочных продуктов один раз в две недели.

В середине февраля 2017 года цены на мировом молочном аукционе, организованном новозеландской Fonterra (специализированная торговая площадка GlobalDairyTrade – GDT) снизились. На торгах 21.02.2017 средний индекс мировых цен на молочные продукты опустился на 34 пункта и составил 1020 пунктов. Средневзвешенная индикативная цена на молокопродукты снизилась на 3,2 %, до 3 474 USD/т, оставаясь на 55,4 % выше соответствующего уровня прошлого года (2 235 USD/т), когда на рынке наметилась стабилизация после долгосрочного снижения. При этом продолжилось сокращение объемов торгов. Всего на аукционе было продано 20,5 тыс. т молочной продукции (на 3,7 % меньше объемов торгов в начале февраля и на 7,0 % меньше в сравнении с прошлым годом).

Стоит отметить, что до конца 2017 года в порту Роттердама планируется завершить строительство уникального проекта – первой в мире плавучей фермы по производству молока и йогуртов. Создатели Floating Farm – Институт инноваций в области сельского хозяйства и производства молочной продукции Courage, оператор городских фермерских хозяйств Uit Je Eigen Stad и компания Beladon, специализирующаяся на создании плавучих конструкций,.

Также на прошедшей выставке EuroTier-2016 огромный интерес посетителей вызвала представленная GEA концепция умных технологий для молочного скотоводства. Современные фермеры ищут ориентированные на будущее технологии, которые позволят лучше управлять производственными процессами. GEA Smart Technology for Future Farming помогает им в этом, объединяя различные приложения и таким образом оптимизируя взаимодействие человека, животных и оборудования при производстве молока.

Производство молока в странах ЕС по итогам 2016 года может вырасти на 1,2 %. По итогам 2016 года, по оценкам USDA, производство молока в ЕС может составить 152,0 млн т (+1,2 % к уровню 2015 года), а в 2017 году – 152,5 млн т (+0,3 % к ожидаемому уровню 2016 года). Поголовье коров в 2017 году может сократиться на 150,0 тыс. голов, несмотря на прирост цен на сырое молоко в среднем на 19 % (до 0,3 €/кг) с середины 2016 года [1].

Мировой молочный рынок ждет, когда начнется сезон «большого молока» в Северном полушарии. Результаты начала нового сезона определят, насколько сильным будет дальнейший рост цен на молоко. Но уже мало кто сомневается, что мировые цены на молочную продукцию будут расти в течение всего года. В Южном полушарии заканчивается лето. В последующие месяцы производство молока будет сокращаться, но

фермеры могут улучшить результаты сезона, продлив лактацию. В прошлом году новозеландские и австралийские производители снизили затраты в том числе за счет более ранней отправки животных на зимние пастбища.

Мировая торговля молоком и молочными продуктами перенесла несколько серьезных ударов за последние три года и в дальнейшем продолжит сталкиваться с препятствиями. Торговое эмбарго России, замедление роста спроса в Китае, взаимосвязь между низкими ценами на нефть и спросом среди стран-экспортеров нефти, укрепление доллара – все эти факторы оказали влияние на импорт молока. Расширение производства в связи с отменой квот в Европе также способствовало снижению цен.

Молочный рынок наиболее чувствителен к влиянию внешней среды. Изменения в балансе спроса и предложения способны оказывать значительное влияние как на цены реализуемых молочных продуктов, так и на приток инвестиций. Большинство экспертов сходятся во мнении, что в предстоящие годы резких скачков цен, аналогичных пережитым, не будет, хотя определенные колебания будут существовать всегда, но амплитуда их не будет большой. Стратегически необходимо ориентироваться на то, что молочные продукты, как и в целом продовольствие, будет дорожать, что является хорошим сигналом для инвесторов.

На протяжении последних лет Беларусь увеличивает объемы экспорта молочной продукции в натуральном выражении. Правда, в стоимостном выражении они заметно снизились на фоне мирового кризиса перепроизводства в 2014–2015 годах. Напомним, в лучшие годы молоко приносило стране около 3 млрд долларов в год.

По официальным данным, за 11 месяцев 2016 года белорусский молочный экспорт превысил 1,63 млрд долларов. Напомним, что в 2015-м он сократился до 1,7 млрд долларов. В ноябре темпы экспорта в стоимостном выражении сохранились: вывезено продукции примерно на 200 млн долларов. Таким образом, поставки молочной продукции за рубеж по итогам 2016 года, скорее всего, увеличились на 50–100 млн долларов.

По итогам 2016 года производство молока в сельхозорганизациях Беларуси увеличилось на 1,9 %, до 6762,9 тыс. т. С учетом хозяйств населения валовые надои в стране превысят 7 млн т. Надо отметить, что на основном рынке сбыта ожидается снижение производства молока.

В Беларуси доходы от молочного экспорта в 2017 году могут увеличиться. Кризис перепроизводства на мировом молочном рынке можно считать завершенным. Ближайший год будет отмечен, скорее всего, ростом цен [2].

Список литературы

1. Мировой молочный рынок / Новости. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.dairynews.ru. < http://www.dairynews.ru/>. – Дата доступа: 02.03.2017.

2. Экспорт продовольствия в цифрах и фактах / Аналитика / Главная. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http:// http://produkt.by. < http://produkt.by/>. – Дата доступа: 02.03.2017.

The article analyzes the tendencies of the world dairy market and it's forecast of further development.

Курлович Наталья Андреевна, студентка 5 курса специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: nataliekurlovich@mail.ru.

Научный руководитель – ***Кийко Юрий Иванович,*** старший преподаватель кафедры международного бизнеса и маркетинга факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 338.5

В.Ю. Лойко

РАЗВИТИЕ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ

Проанализировано развитие экспортного потенциала машиностроительного комплекса Республики Беларусь. Исследованы структура и динамика экспорта в машиностроительной отрасли и выявлены перспективы развития экспорта продукции машиностроения.

Машиностроение всегда было одной из главных составляющих развития экономики во всех странах мира и до сих пор является материальной базой научно-технического прогресса.

Машиностроение Беларуси – одна из основных отраслей промышленного комплекса Беларуси. Начиная с 1975 г. по объему валовой продукции, стоимости основных производственных фондов и количеству занятых этот комплекс устойчиво занимал первое место в промышленности Беларуси. В экономике СССР Беларусь играла роль «сборочного цеха», таким образом, была сформирована очень существенная и в некоторой степени уникальная индустриальная база, представленная в основном традиционными секторами экономики, включая производство оборудования и машин, автомобильную промышленность. Большую роль в формировании машиностроительного комплекса Беларуси сыграл сложившийся в ней научно-технический потенциал (исследовательские, проектно-конструкторские организации, опытные производства). Главными звеньями этого комплекса стали автомобилестроение, тракторостроение и производство сельскохозяйственной техники.

Машиностроительный комплекс республики включает такие отрасли, как производство машин и оборудования, производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования, а также производство транспортных средств и оборудования. Наибольший удельный вес занимает производство машин и оборудования, на долю которого приходится 50 % от всей продукции комплекса.

Территориально машиностроение республики концентрируется в Минске и областных центрах восточной Беларуси – Гомеле, Витебске, Могилеве. Это объясняется историческими особенностями развития отрасли и тем, что почти весь необходимый металл для машиностроения поставляется из восточных и южных районов СНГ и туда же отправляется основная часть продукции.

В 2013 году выпуск машиностроительной продукции (производство машин и оборудования, производство транспортных средств и оборудования, производство электрооборудования) в денежном эквиваленте составил 12,7 млрд долл. США, что составило 18,7 % от общего объема производства в экономике Республики Беларусь. На протяжении 2007–2013 гг. наблюдается постоянная доля производства отрасли машиностроения в общем объеме производства, она варьируется от 17 % до 20 %. Динамика объемов производства продукции промышленности представлена на рисунке 1.

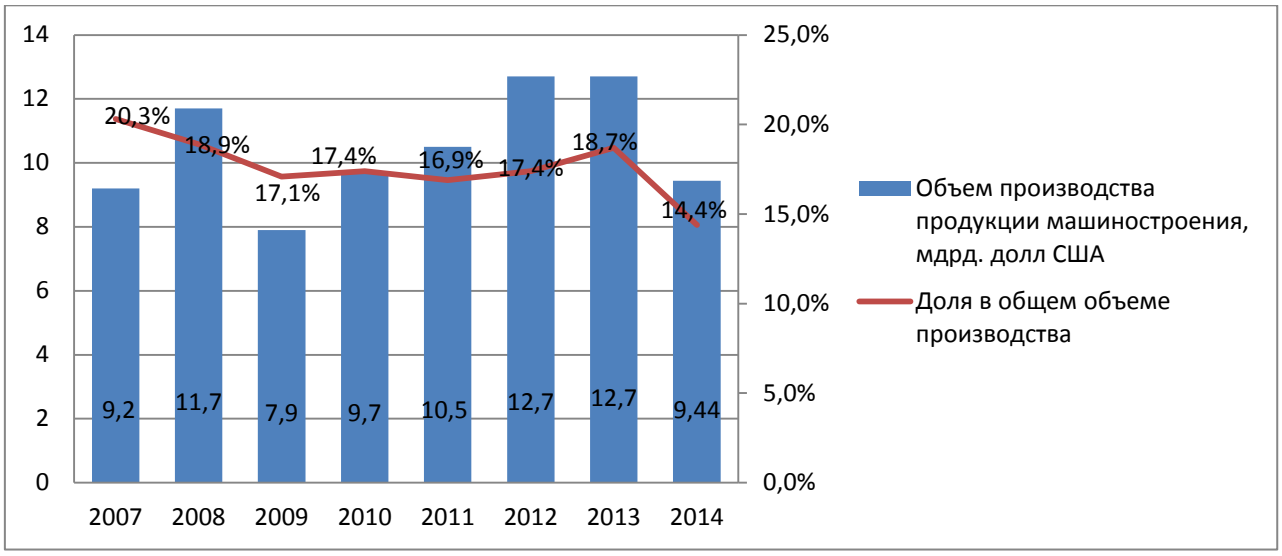


Рисунок 1 – Динамика производства продукции промышленности Республики Беларусь

Источник: собственная разработка автора на основании данных [4, с. 35].

В 2014 году машиностроительная отрасль находилась в состоянии рецессии: было произведено продукции машиностроения на сумму 9,44 млрд долл. США, что на 25,6 % меньше по отношению к уровню 2013 г. В этом же году доля в общем объеме промышленного производства составила 14,4 %, а в 2015 году – 13,3 %.

За 2014–2015 годы предприятия потеряли около половины объема выпускаемой продукции. При сложившейся низкой базе 2015 года промышленный потенциал отрасли за 2016 года восполнен всего на 3 %.

Следует отметить, что производство характеризуется сильными колебаниями объемов выпуска продукции в зависимости от конъюнктуры рынка. В машиностроительном комплексе Республики Беларусь наибольший удельный вес занимает автомобильная промышленность, которая производит четвертую часть всей его продукции.

Предприятия, подведомственные Министерству промышленности Республики Беларусь, являются экспортоориентированными и ежегодно наращивают объемы поставок. Более 60 % продукции белорусского машиностроения реализуется за рубежом. Это касается, главным образом, крупнейших отраслей – сельскохозяйственного и транспортного машиностроения.

Значительная доля экспорта приходится на организации из Российской Федерации. В общем объеме экспорта машин и транспортного оборудования по состоянию на 2015 г. в адрес организаций-резидентов Российской федерации было отгружено продукции на сумму 2 382,1 млн долл. США, что составило 22,91 % от общего объема экспорта.

Среди стран вне СНГ основными покупателями продукции являются резиденты Польши, Литвы, Латвии, т.е. ближнего зарубежья. Также продукция машиностроения в значительных объемах поставляется в Венесуэлу, Китай. К странам СНГ, на чьи рынки организации машиностроительной отрасли Республики Беларусь также поставляют продукцию, относятся: Азербайджан, Кыргызстан, Молдова, Туркменистан, Армения.

Снижение экспорта обусловлено вхождением традиционного рынка в фазу рецессии, ослаблением позиций отечественных предприятий на рынке Российской Федерации (это вызвано усилением конкуренции среди производителей на российском рынке как российского происхождения, так и иностранных производств). Данные о динамике экспорта представлены на рисунке 2.

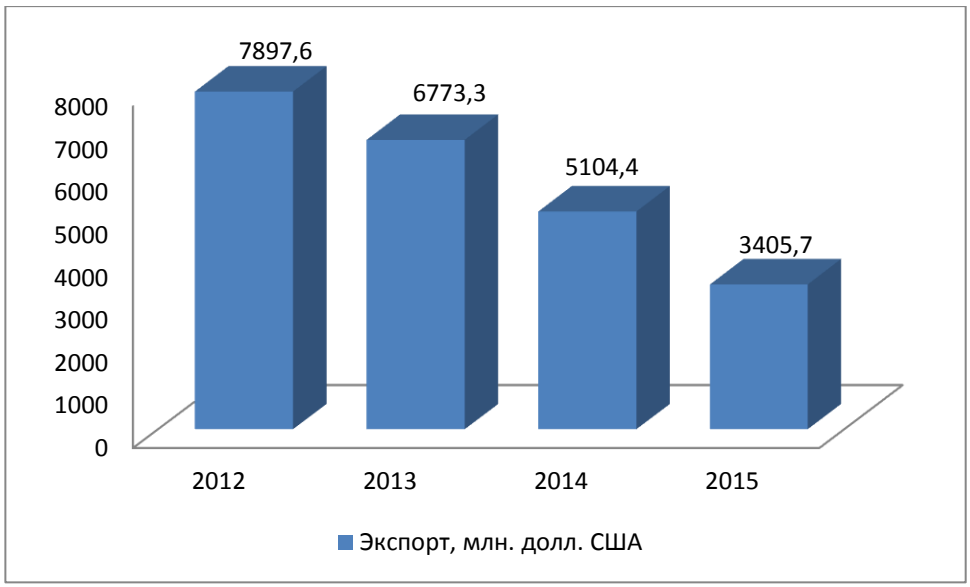


Рисунок 2 – Динамика экспорта машиностроительной продукции Республики Беларусь в 2012–2015 гг.

Источник: собственная разработка автора на основании данных [1, с. 134].

Беларусь имеет потенциал роста экспорта машиностроительных товаров, но он в основном связан с теми видами продукции, которые в настоящее время составляют основу поставок страны в Россию и Казахстан. Динамика экспорта в адрес контрагентов-резидентов Российской Федерации сопоставима с динамикой общего экспорта продукции машиностроительной отрасли, что связано с высокой долей РФ в общем объеме экспорта.

Касательно поставок продукции на рынок Российской Федерации следует отметить, что в связи с изменением конъюнктуры рынка, возросшей конкуренцией со стороны более дешевых аналогичных изделий китайского и турецкого производств, предприятия отрасли проводят активные маркетинговые исследования емкости рынков Украины, Казахстана, Узбекистана, Кыргызстана, Грузии, стран Балтии, прорабатываются возможности поставок товаров местной промышленности в Польшу, Германию, США и др. страны. Большое внимание уделяется повышению качества выпускаемой экспортной продукции, обновлению и расширению ее ассортимента и т.д.

Перспективы развития экспорта продукции машиностроения в среднесрочной перспективе тесно связаны с интеграционными процессами в рамках ЕЭП. С углублением интеграционных процессов и прогнозируемым экономическим ростом в России и Казахстане спрос на белорусскую продукцию со стороны партнеров по ЕЭП будет возрастать. Эксперты Евразийского банка развития (ЕАБР) констатируют, что машиностроительная отрасль Беларуси подвержена ряду серьезных рисков и, несмотря на имеющийся потенциал в экспорте, сможет получить развитие только благодаря усилению интеграционных и кооперационных связей с партнерами в России и Казахстане. Эксперты ЕАБР прогнозируют в среднесрочной перспективе рост спроса на белорусскую продукцию машиностроения в России и Казахстане [2].

Согласно программе деятельности Правительства Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы выработаны меры по развитию машиностроительной отрасли.

Планируется реализация комплексной инвестиционной программы, направленной на рост конкурентоспособности и производственного потенциала машиностроительного комплекса страны. Модернизация базовых машиностроительных организаций позволит нарастить потенциал смежных отраслей и производств, обеспечивающих поставку

продукции «на конвейеры», в том числе производство автокомпонентов и резиновых изделий, развить услуги инжиниринга. Реализация среднесрочных инвестиционных программ ведущих организаций промышленности будет обеспечена путем максимального использования иностранных кредитных линий, привлечения прямых иностранных инвестиций. За счет привлечения иностранных кредитных ресурсов планируется развитие производства комплектующих и автокомпонентов [3].

В рамках интеграционных образований будут реализованы совместные меры по импортозамещению и привлечению инвестиций в сборочные производства и производства автокомпонентов в целях повышения качества и конкурентоспособности импортозамещающей продукции в машиностроении.

Будет обеспечена оптимальная загрузка производственных мощностей с учетом реальной возможности продажи продукции на экспорт и внутренний рынок (деревообработка, фармацевтика, сельскохозяйственное машиностроение, автомобилестроение, дорожная техника, кожевенная и обувная промышленность).

Предусмотрено расширение инвестиционного сотрудничества, привлечение китайских инвестиций в промышленный сектор Республики Беларусь, в том числе продвижение белорусской продукции машиностроения на рынок Китайской Народной Республики, с акцентом на участии белорусских компаний в модернизации промышленной базы и транспортной инфраструктуры страны.

Таким образом, машиностроение является одной из наиважнейших отраслей реального сектора Республики Беларусь, производя 13 % всего объема производства промышленности. Машиностроительная отрасль Республики Беларусь четко ориентирована на экспорт, куда поставляется 60 % всех выпускаемых товаров. Экспорт продукции машиностроения характеризуется низким уровнем диверсификации рынков сбыта, а также высокой степенью зависимости от макроэкономической ситуации как внутри страны, так и в Российской Федерации.

Список литературы

1. Внешняя торговля Республики Беларусь: статистический сборник. – Минск : Министерство статистики и анализа Республики Беларусь. – 2016 . – 396 с.
2. Машиностроение Беларуси сможет развиваться только с усилением интеграции и кооперационных связей в ЕЭП – ЕАБР // Новости Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.interfax.by/news/belarus/1122641. – Дата доступа: 02.03.2017.
3. Программа деятельности Правительства Республики Беларусь на 2016–2020 годы [Электронный ресурс]. – 2016 – Режим доступа: http://www.government.by/upload/docs/pdp2016_2020.pdf. – Дата доступа: 03.03.2017.
4. Промышленность Республики Беларусь: статистический сборник. – Минск : Министерство статистики и анализа Республики Беларусь. – 2016. – 248 с.

This article analyzes the development of the export potential of the machine building complex of the Republic of Belarus. Investigated the structure and dynamics of exports in the machine-building industry and identified the prospects for the development of machine-building products export.

Лойко Виктория Юрьевна, студентка 4 курса специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: vika-louko@mail.ru.

Научный руководитель – ***Куликов Александр Михайлович,*** старший преподаватель кафедры международного бизнеса и маркетинга факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 332.122

Е.И. Майер

ТЕНДЕНЦИИ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ РОЛИ СЭЗ «ГРОДНОИНВЕСТ» В ЭКОНОМИКЕ ГРОДНЕНСКОГО РЕГИОНА

В статье оценивается динамика развития СЭЗ «Гродноинвест» за 2011–2016 гг. с использованием статистических данных по ряду показателей, позволяющих сделать вывод о степени влияния деятельности СЭЗ «Гродноинвест» на экономику Гродненского региона. Приводятся пути повышения роли СЭЗ «Гродноинвест» в экономике Гродненского региона.

Усиление процессов глобализации, участившиеся кризисы ставят перед производителями высокие требования к конкурентоспособности всей экономической системы страны. В ответ на негативные изменения во внешней среде усиливаются процессы регионализации и создания корпоративных структур, какими являются свободные экономические зоны (далее – СЭЗ). Мировой опыт функционирования СЭЗ свидетельствует о возможности их эффективной деятельности и ощутимого влияния на экономику регионов и стран.

Свободные экономические зоны считаются одной из эффективных моделей территориально-хозяйственного управления, призванных обеспечить ускоренное развитие отдельных регионов за счет привлечения иностранных инвестиций и прогрессивных технологий со специальными таможенными, регистрационными и налоговыми режимами и дополнительными льготами инвесторам [1, с. 69].

В настоящие время в Республике Беларусь действует шесть свободных экономических зон, имеющих различные статусы. СЭЗ «Гродноивест» развивает многопрофильный функциональный характер производств с преобладанием внешнеэкономической деятельности.

Влияние СЭЗ «Гродноинвест» за период 2011–2015 гг. на объем промышленного производства Гродненской области увеличилось с 8,17 до 11,99 %. Значительный рост вклада СЭЗ в областные показатели произошел по выручке от реализации продукции (увеличился с 5,52 до 7,17 %); экспорту – увеличилось с 13,7 до 19,6 %; прибыль от реализации в данном периоде держится на уровне 14 %; инвестиции в основной капитал, в 2014 году достигнув высокого показателя в 9,7 %, в следующем году вернулись к средним показателям за период; фонд заработной платы работников списочного состава уменьшился с 6,4 % до 3,5 %; среднесписочная численность работников увеличилась с 2,3 до 3,6 %.

Таблица 1 – Вклад СЭЗ «Гродноинвест» в экономические показатели региона базирования 2011–2015 гг.

Показатель	СЭЗ «Гродноинвест» / Гродненская область				
	2011	2012	2013	2014	2015
Среднесписочная численность работников, человек	2,3 %	3,1 %	3,97 %	3,84 %	3,61 %
Фонд заработной платы работников списочного состава	6,4 %	3,53 %	4,2 %	3,85 %	3,5 %
Объем производства промышленности	8,17 %	10,51 %	14,16 %	13,17 %	11,99 %
Выручка от реализации продукции (товаров, работ, услуг)	5,52 %	7,35 %	7,96 %	7,39 %	7,17 %
Прибыль (убыток) от	16,08 %	14,85 %	14,59 %	12,61 %	14,65 %

реализации продукции					
Экспорт товаров	13,7 %	20,4 %	23,6 %	22,9 %	19,6 %
Импорт товаров	17,7 %	20,13 %	26,47 %	28,95 %	21,13 %
Инвестиции в основной капитал	4,68 %	2,88 %	6,43 %	9,64 %	3,61 %

Источник: собственная разработка автора на основе [3; 4]

Таким образом, приведенные выше данные, а также сопоставление важнейших показателей в расчете на одного занятого (табл. 2) убедительно свидетельствуют: свободно экономическая зона «Гродноинвест» за последние пять лет функционировала более эффективно, чем Гродненский район в целом.

Таблица 2 – Сравнительная характеристика показателей деятельности СЭЗ «Гродноинвест» с Гродненской областью за 2011–2015 гг.

Показатель	СЭЗ «Гродноинвест» / Гродненская область				
	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Среднемесячная заработная плата, тыс. BYR	2021 / 1715	3756 / 3296	4845 / 4579	5444 / 5427	5743 / 5920
Выручка от реализации товаров, продукции, работ, услуг на одного занятого млн BYR	270,03 / 112,52	456,05 /192,18	474,81 / 236,81	531,05 / 276,13	612,04 / 308,72
Прибыль (убыток) от реализации продукции на одного занятого млн BYR	64,53 / 9,22	68,49 / 18,32	67,51 / 18,38	63,95 / 19,48	72,99 / 18,02
Рентабельность реализованной продукции, %	28,23 / 10,3	26,16 / 12,2	18,21 / 10	15,1 / 9	14,89 / 7,3
Экспорт на одного занятого, тыс. долл. США	24,55 / 4,12	26,97 / 4,09	27,98 / 4,71	26,23 / 4,40	19,19 / 3,55
Импорт на одного занятого, млн долл. США	25,19 / 3,28	23,83 / 3,41	21,61 / 3,24	22,86 / 3,04	13,61 / 2,33
Инвестиции в основной капитал на одного занятого, млн BYR	42,44 / 20,86	33,95 / 36,54	77,69 / 48,02	121,52 / 55,58	57,76 /57,80

Источник: собственная разработка авторов на основе [3,4]

Среднемесячная заработная плата по СЭЗ «Гродноинвест» в период с 2011 по 2014 год была выше, чем по Гродненской области, но в 2015 году стала немного меньше. В 2011 году разрыв был в 1,2 раза. В период с 2011 по 2015 гг. разница показателей СЭЗ «Гродноинвест» и области по экспорту на одного занятого составляла 6 раз, инвестициям в основной капитал в 1,5 раза, прибыли от реализации – 3,6 раза. В 2011 г. разрыв составил: по экспорту – почти в 6 раз, прибыли от реализации – почти в 7 раз, инвестициям в основной капитал – в 2 раза. Что касается выручки от реализации в 2011 г. разрыв между значением показателя по СЭЗ и области был в 2,4 раза, то в 2015 г. – в 1,9 раза. В 2015 г. разрыв уменьшился: по экспорту – в 5,4 раза, прибыли от реализации – в 4 раза, что касается инвестиций в основной капитал, то разрыва как такого нет.

Сопоставительный анализ отраслевой структуры промышленного производства Гродненского региона и СЭЗ «Гродноинвест» свидетельствует, что в ряде случаев приоритеты развития СЭЗ «Гродноинвест» не в полной мере учитывают уровень специализации производственного комплекса Гродненского региона, и это может оказать отрицательное влияние на национальных товаропроизводителей (табл. 3).

Таблица 3 – Удельный вес СЭЗ «Гродноинвест» в общеотраслевом объеме производства Гродненской области в 2014–2016 гг., %

Отрасль	СЭЗ «Гродноинвест» / Гродненская область		
	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Машиностроение, металлообработка и оборудование	14,9	10,4	9,7
Химическая и нефтехимическая	10,5	8,7	10,6
Лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная	20,0	19,0	71,0
Производство продуктов питания, напитков и табачных изделий	2,7	2,2	1,8
Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	71,3	65,1	71,9
Производство текстильных изделий, одежды, изделий из кожи и меха	46,6	51,1	54,7
Металлургическое производство и производство готовых металлических изделий	29,1	31,7	42,1

Источник: собственная разработка авторов на основе [3; 4]

За анализируемый период значительно возрос вклад СЭЗ «Гродноинвест» в общий объем производства лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности Гродненской области – в 3,6 раза, металлургического производства и производства готовых металлических изделий – в 1,5 раза. Удельный вес продукции машиностроения, химической и нефтехимической остался прежним. В то же время произошло увеличение доли легкой промышленности. Таким образом, наибольшее конкурентное влияние СЭЗ «Гродноинвест» оказывает на предприятия Гродненской области, работающие в деревообработке и металлургическом производстве.

В связи с этим целесообразно разработать перечень приоритетных производств, возможно, с конкретизацией видов продукции, в том числе импортозамещающей, увязав их с правительственными программами развития экспорта импортозамещения, по которым СЭЗ «Гродноинвест» может реализовывать инвестиционные проекты. Это позволит избежать создания аналогичных производств, соперничества с национальными товаропроизводителями и повысить конкурентоспособность белорусской продукции в целом.

Важнейшими аспектами инвестиционной политики в свободных экономических зонах в целях активизации кооперационных связей между предприятиями СЭЗ и регионов являются:

- максимальное задействование имеющихся производственных мощностей на основе их модернизации и перепрофилирования с учетом обновления и расширения номенклатуры выпускаемой продукции, а также функционирования уже действующих в регионах сопряженных производств;
- одновременное наращивание экспорта импортозамещающей продукции в связи с ограниченностью внутреннего спроса;
- сочетание прямого и косвенного импортозамещения (за счет внедрения современных материало- и энергосберегающих технологий);
- ориентация на расширение использования местных ресурсов и других естественных конкурентных преимуществ регионов [2, с. 36].

Предлагается развивать инвестиционные проекты по строительству транспортно-логистических центров (ТЛЦ) в Гродно и объектов туристической инфраструктуры для развития въездного туризма, а также объектов придорожного сервиса вдоль основных транспортных магистралей Гродненской области. Эти сферы инвестирования принесут ощутимый результат уже в ближайшие годы, так как в Гродненской области для этого имеются все условия. Регион расположен на пересечении важнейших международных транспортных коридоров, и дальнейшая экономическая интеграция республики в мировое

хозяйство неизбежно ставит вопросы разгрузки транспортных потоков, следующих в западном и северо-западном направлении. Без притока инвестиций решить задачу ускоренной модернизации имеющейся инфраструктуры дорожного и придорожного сервиса невозможно.

Функциональное назначение логистического комплекса для такой страны, как Республика Беларусь, прежде всего состоит в обеспечении перемещения грузов и пассажиров в пространстве и во времени и сводится к эффективному управлению грузо- и пассажиропотоками на территории страны и ее регионов, в связи с чем логистическая инфраструктура в самом первом приближении может быть отождествлена с транспортной инфраструктурой. Создание эффективной логистической системы включает, помимо наличия удобных транспортных коммуникаций, и организацию соответствующих складских и таможенных терминалов.

Строительство ТЛЦ будет способствовать развитию транспортно-логистической инфраструктуры республики без привлечения государственных инвестиций и позволит:

- максимально использовать преимущества выгодного экономико-географического положения города Гродно;
- перенаправить через Республику Беларусь транспортные потоки, следующие из стран Западной и Северо-Западной Европы в Российскую Федерацию;
- обеспечить рост экспорта услуг Гродненской области.

В современном мире туристический бизнес получает все большее распространение. В связи с этим он может рассматриваться как мощный инструмент развития территорий, богатых объектами, притягательными для активной туристической деятельности, к числу которых можно отнести территорию Гродненской области. Однако для развития туристско-рекреационной среды необходимы крупные инвестиции в инфраструктуру отдыха и развлечений. В этих условиях фактором ускоренного решения этого вопроса было бы использование возможностей свободной экономической зоны «Гродноинвест» в сфере логистики и туризма (Проект «Августовский канал») и распространение законодательно установленных льгот и преференций на инвесторов, реализующих свои проекты по созданию инфраструктуры на объектах туризма (строительство гостиниц, отелей, кемпингов, спортивных сооружений, баз проката, ресторанов, кафе и пр.). Такая схема применима также в тех случаях, когда инвестором вкладываются средства в строительство дорог и инженерных сетей, обустройство территорий и строительство вспомогательных объектов обслуживания и сервиса.

Интегрирование СЭЗ «Гродноинвест» в экономику Гродненского региона и республики в целом будет способствовать увеличению числа рабочих мест не только посредством инвестиций в предприятия зоны, а также за счет более высокого уровня спроса на продукцию и услуги предприятий, находящихся за ее пределами, повышения их деловой активности. Предоставление населению возможности получения более высоких доходов будет способствовать повышению его жизненного уровня и потребительского спроса, росту налоговых поступлений в бюджеты всех уровней за счет отчислений на заработную плату, поступлений от подоходного налога и налогов на потребление, поскольку будут тратиться заработанные средства. Связь между предприятиями зоны и остальной экономикой повысит экономическую активность поставщиков товаров и услуг, расположенных за пределами СЭЗ, и увеличит таким образом объем налоговых поступлений.

Список литературы

1. Иванов, В. Свободные экономические зоны на современном этапе / В. Иванов, М. Шупенько // Журнал международного права и международных отношений. – 2015. – № 1. – С. 69–75.

2. Муратова, Я. Расширение функций СЭЗ Республики Беларусь как условие повышения их эффективности / Я. Муратова // Банкаўскі веснік = Банковский вестник = Bank bulletin magazine. – 2016. – № 9. – С. 34–40.

3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by. – Дата доступа: 01.03.2017.

4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь: Основные показатели деятельности резидентов свободных экономических зон Республики Беларусь за 2011–2014 года. – Минск.

The article assesses the dynamics of development of FEZ «Grodnoinvest» for 2011-2016. The statistical data on a number of indicators are used to draw a conclusion about the degree of influence of the activity of the FEZ «Grodnoinvest» on the economy of the Grodno region. The article also points out ways to increase the role of the Grodnoinvest FEZ in the economy of the Grodno region.

Майер Елизавета Ивановна, студентка 4 курса специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: lizaveta.maier@gmail.com.

Научный руководитель – ***Яблонский Андрей Иванович***, преподаватель кафедры международного бизнеса и маркетинга факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 338.5

Е.В. Машнюк

МИРОВОЙ ОПЫТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПРЯМЫХ ЗАРУБЕЖНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ И ВОЗМОЖНОСТИ ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В статье проанализированы тенденции поступления прямых иностранных инвестиций в экономику Республики Беларусь и обоснована необходимость дальнейшего стимулирования их поступления; выявлены условия достижения эффекта от прямого иностранного инвестирования.

Активное привлечение прямых иностранных инвестиций (ПИИ) в экономику развитых стран началось с 60-х годов. К 1970 г. их общий объем в целом по миру составил 13 млрд долл. в год.

Важным этапом в развитии прямых иностранных инвестиций стали 80-е годы. Данный период был охарактеризован значительным ростом инвестиционных потоков, связанным в определенной мере с удалением ограничений и барьеров для свободного перелива капитала, в первую очередь, между странами–членами Европейского союза (450 млрд долл. США). В 90-е годы произошло почти четырехкратное увеличение за одно десятилетие (1,7 трлн. долл.).

Если в 90-е годы основным мотивом инвесторов был доступ к ресурсам или минимизация производственных издержек, то в последние годы отмечается растущая тенденция к инвестированию в развивающиеся и переходные страны с целью завоевания стратегической позиции на локальном рынке и извлечения прибыли в будущем.

Общий объем накопленных ПИИ в мире за 20 лет возрос в 8,2 раза до 19,1 трлн. долл.

Развивающиеся страны и страны с транзитной экономикой представляют все больший интерес для иностранных инвесторов. Если в 1990 году 17 % прямых иностранных инвестиций приходилось на развивающиеся страны и 0,04 % – на страны с транзитной экономикой, то в 2010 году эти цифры возросли до 46 % и 5,5 % соответственно, т.е. чуть более половины притока ПИИ уже приходится на указанные группы стран.

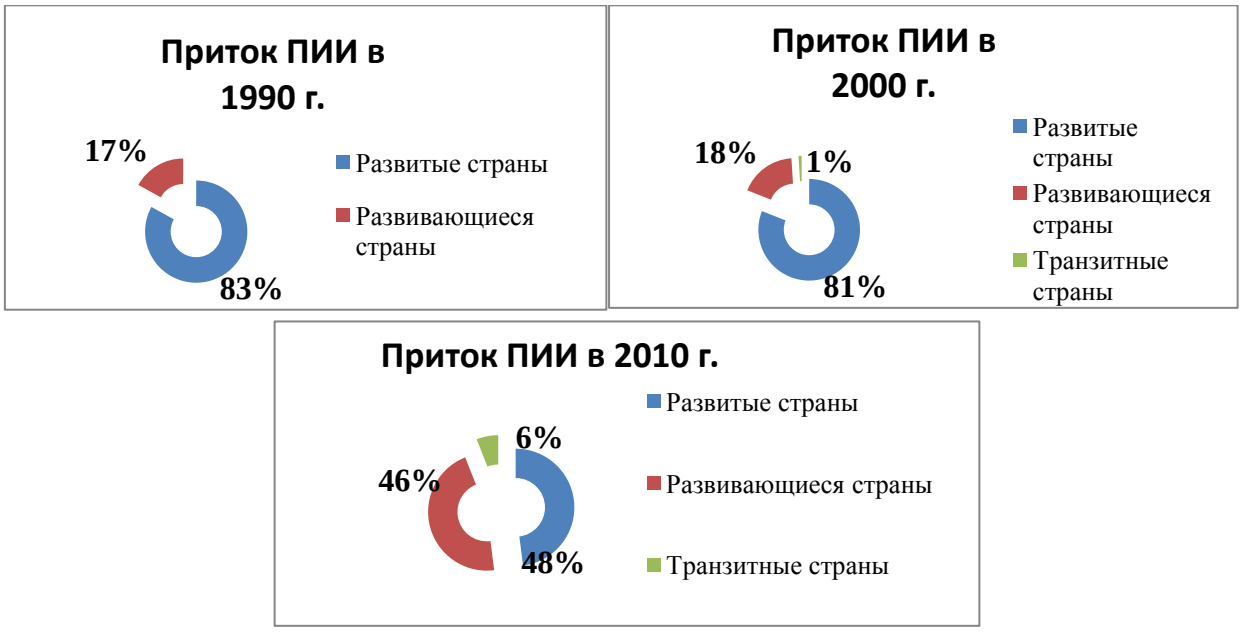


Рисунок 1 – Страновая структура притока ПИИ

Источник: собственная разработка

Это означает, что инвесторы в последние годы предпочитают вкладывать средства в экономику стран с более высокой доходностью, хотя и характеризующихся более высокими уровнями рисков.

Глобальные потоки ПИИ в 2010 году несколько выросли – до 1,24 трлн. долл., но все же были на 15 % ниже их среднего докризисного уровня. На этом фоне контрастом смотрятся глобальное промышленное производство и торговля, которые вернулись к докризисным уровням.

Несмотря на ослабление роста мировой экономики, в 2015 году наблюдался рост глобальных прямых иностранных инвестиций. Рост показателя составил 17 %, объем ПИИ достиг 1,5 млрд долл. – и это выше средних докризисных уровней.

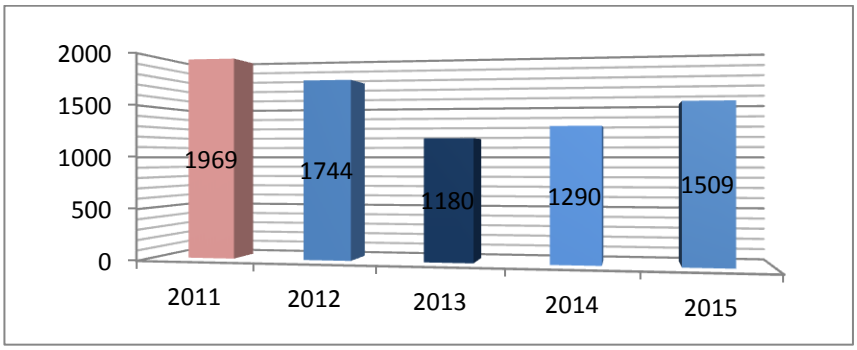


Рисунок 2 – Динамика глобальных прямых иностранных инвестиций за 2011–2015 гг.

Источник: собственная разработка

Частично столь активный рост объемов ПИИ в мире может объясняться тем, что многие страны стремятся привлечь иностранные инвестиции для поддержания роста своей экономики и в связи с этим меняют законодательство в отношении привлечения ПИИ в сторону либерализации.

Процессы глобального движения капитала наиболее чувствительны к кризисным процессам. Объемы притока ПИИ и в 2016 г. не вернулись к докризисным уровням, хотя основные макроэкономические показатели в мире, в целом, уже успели восстановиться.

По данным Комиссии ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД), объемы притока ПИИ в 2016 г. упали на 18,3 % до 1,3 трлн. долларов. Результаты года стали неожиданными для ЮНКТАД, которая ожидала умеренный рост до 1,6 трлн долларов.

Таблица 1 – Прогноз роста отдельных показателей мировой экономики в 2017–2018 гг. (в %)

Показатель	**2016**	**2017**	**2018**
Глобальный валовый продукт	2,3	2,4	3,1
Международная торговля	3,2	4,5	5,8
ПИИ	-18,3	7,7	17,1
Общий приток ПИИ (трлн. долл.)	1,31	1,4	1,6

Источник: собственная разработка

В 2017–2018 гг. предполагается рост глобальных потоков ПИИ на 1,4 млрд долл. и 1,6 млрд долл. соответственно.

ПИИ являются не только средством передачи передовых технологий и управленческих навыков, но и источником капитала, стимулируя при этом внутренние инвестиции. ПИИ также способствуют ускорению интеграции государства-реципиента в мировую экономику благодаря расширению его участия в международном разделении труда и за счет роста осуществляемого им обмена товарами и услугами с иностранными партнерами.

В 2016 году произошло уменьшение объемов ПИИ на фоне стабилизации макроэкономических показателей в мире (объемы притока ПИИ в 2016 г. упали на 18,3 % до 1,3 трлн долларов). В 2017–2018 гг. предполагается рост глобальных потоков ПИИ при условии отсутствия макроэкономических потрясений.

В целом по миру эксперты ЮНКТАД отмечают неопределенность ближайших перспектив трансграничного движения инвестиционного капитала.

Привлечение внешних инвестиций необходимо для стабильного развития страны, является одной из ключевых задач правительства Беларуси. В РБ проводятся обширные реформы, направленные на радикальную либерализацию экономики и повышение инвестиционной привлекательности страны. Основными странами-инвесторами в экономику Республики Беларусь являются: Россия, Швейцария, Австрия, Великобритания, Кипр, Нидерланды, Германия. Инвесторы этих стран вложили в экономику республики в 2015 году около 85% всех прямых инвестиций. Прямых инвесторов в республике привлекает промышленная сфера. Сюда в 2016 году (январь – июнь) направлено более 215025,6 тыс. долларов, что составило 20,8 % всех прямых иностранных инвестиций. В транспорт вложено около 9 % перечислений в уставные фонды. Совместные и иностранные компании по некоторым показателям вносят существенный вклад в развитие белорусской экономики.

Оценивая структуру поступления иностранных инвестиций в 2016 г., необходимо отметить их высокую концентрацию в Минске и Минской области. Распределение иностранных инвестиций в Республике Беларусь по регионам в 2016 г., как и в прошлые годы, показывает доминирование в этом направлении Минска, в котором осуществляют свою деятельность 78,6 % организации с иностранными инвестициями. Среди областей наиболее привлекательной по-прежнему остается Минская, а наименее привлекательной – Гомельская.

Анализ отраслевой структуры притока ПИИ показывает, что прямые иностранные инвестиции в Республике Беларусь в 2016 г. накопились в основном в сфере

обрабатывающей промышленности и в финансовой деятельности. Из отраслей обрабатывающей промышленности по количеству предприятий лидируют: производство машин и оборудования (5 % от общего количества предприятий), химическая промышленность (4,8 %), деревообрабатывающая (4%), пищевая (3,6%), легкая промышленность (3,5 %).

Таблица 2 – Распределение по сферам деятельности накопленных на конец 2016 г. ПИИ в РБ

	ПИИ, тыс.долл.	Доля накопленных ППИ, %
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	4747,3	0,5
Промышленность	215025,6	20,8
Строительство	23974,9	2,3
Торговля и общественное питание	115288,9	11,2
Транспорт и связь	93501,3	9,0
Финансовая деятельность, операции с недвижимым имуществом, аренда, предоставление услуг потребителям	574754,2	55,6
И другие	6486,5	0,6

Источник: собственная разработка

В стране только за последние годы с участием иностранных инвесторов было создано более 3 000 предприятий, в том числе 1 000 – чисто иностранные предприятия.

В стране уже работают 4 тыс. коммерческих организаций с иностранным капиталом из более чем 70 стран мира и их число постоянно растет. Порядка 60 организаций являются филиалами транснациональных корпораций. Созданы совместные предприятия с немецким концерном «МАН» (выпуск грузовых автомобилей), а также иностранные предприятия – «Кока-кола Бевриджис Белоруссия», «Рестораны Макдоналдс».

МАЗ-МАН – белорусско-германское совместное предприятие, которое производит грузовики большой грузоподъемности и мощные тракторы. Данный инвестиционный проект направлен на привлечение крупных иностранных инвестиций германской фирмы «MAN Nutzfahrzeuge AG» в производство современных седельных тягачей для магистральных перевозок. Соучредителями СП с белорусской стороны выступают ПО «БелавтоМАЗ» и ЗАО «Лада-ОМС Холдинг». Уставный фонд СП на первоначальном этапе его деятельности составлял 7 млн долларов США. Инвестиции компании «MAN Nutzfahrzeuge AG» на сегодняшний день – 2,8 млн долларов США.

Среди успешных проектов можно отметить:

«Елизово» (белорусско-австрийский стекольный завод);

«Санта Импэкс Брест» (белорусско-немецкая торговая компания);

«Мобильные ТелеСистемы» (белорусско-российская телекоммуникационная компания);

«Бакко Бисов» (белорусско-шведско-американское предприятие по производству стальных инструментов).

Республика Беларусь на сегодняшний день пока не является приоритетным направлением в глазах иностранного инвестора для вложения капитала в экономику. Упущенные возможности по привлечению прямых иностранных инвестиций означают не

просто недополучение капитала в форме финансовых ресурсов, технологий, управленческого опыта и других активов, но и уступку их соседним странам.

Но тот факт, что страна не привлекла достаточных объемов ПИИ на данный момент, не означает, что она не сможет это сделать в будущем. Настоящий инвестиционный бум наступит, когда осуществятся системные преобразования в экономике в целом.

Список литературы

1. Министерство экономики Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Результаты инвестиционной политики. – Режим доступа: http://www.economy.gov.by/ru/invpolicy/invest-klimat/pezultat. – Дата доступа: 21.02.2017.

2. Ярошевич, В. И. Возможности Беларуси на международном рынке инвестиций / В. И. Ярошевич // Белорусский экономический журнал. – 2009. – № 3. – С. 47–56.

The article analyzes the trends in foreign direct investment in the economy of the Republic of Belarus and the necessity to further promote their income; identified the conditions for achieving the effect of foreign direct investment.

Машнюк Екатерина Владимировна, студентка 4 курса специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: Mashnuk148@mail.ru.

Научный руководитель – ***Куликов Александр Михайлович,*** старший преподаватель кафедры международного бизнеса и маркетинга факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 336.7

Ю.Д. Милинкевич

СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЯТЕЛЬНОСТИ БЕЛОРУССКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ СООО «ЗОВ-ЛЕНЕВРОМЕБЕЛЬ»

Проанализирована организация внешнеэкономической деятельности предприятия и выявлены основные проблемы, присущие предприятиям в ходе осуществления данной деятельности, на примере СООО «Зов-ЛенЕвромебель». Автором предложены мероприятия по совершенствованию внешнеэкономической деятельности предприятия.

На всех исторических этапах развития внешнеэкономическая деятельность оказывала влияние на решение экономических проблем на различных уровнях: народного хозяйства в целом, отдельных регионов, объединений, предприятий. Как часть общей структуры народного хозяйства, внешнеэкономическая деятельность воздействует на совершенствование внутрихозяйственных пропорций, размещение и развитие производственных сил. Еще ни одной стране не удалось создать здоровую экономику, изолировавшись от мировой экономической системы.

Внешнеэкономическая деятельность реализуется как на уровне государства, так и на уровне отдельных хозяйствующих субъектов. Предприятием, занимающимся внешнеэкономической деятельностью, является хозяйствующий субъект, который на основе использования экономических ресурсов производит и реализует товары, выполняет работы, оказывает услуги на международном рынке.

Внешнеэкономическая деятельность предприятия – это сфера хозяйственной деятельности, связанная с международной производственной и научно-технической кооперацией, экспортом и импортом продукции, выходом предприятия на внешний рынок. Предприятие может осуществлять любые виды внешнеэкономической

деятельности, если они не запрещены законом и отвечают целям, предусмотренным в уставе.

Отличия внешнеэкономической деятельности предприятия от внутрихозяйственной заключаются в том, что внешнеэкономическая деятельность осуществляется на валютной основе, регулируется специальными мерами государства. На внешнеэкономическую деятельность предприятия оказывает влияние уровень развития и стабильность национальной экономики, система мировых цен, а также правовая система собственной страны и правовые системы стран, в которых предприятие осуществляет внешнеэкономическую деятельность.

Для осуществления внешнеэкономических связей необходимо следующее:

- государственная регистрация предприятия по месту нахождения;
- нахождение на учете в налоговом управлении по месту регистрации;
- получение в установленном порядке печати, штампа.

Функциональные отделы и службы, содействующие осуществлению внешнеэкономической деятельности на предприятии, можно условно разделить на три группы:

- группа отделов и служб, осуществляющих планирование;
- группа отделов, занимающихся непосредственно маркетингом;
- группа отделов, обеспечивающих принятие и исполнение управленческих решений.

Создание такой структуры управления внешнеэкономической деятельностью характерно для предприятий независимо от их организационно-правовой формы, когда их деятельность целиком и полностью сосредоточена на внешних рынках.

Отдел внешнеэкономической деятельности занимается поиском поставщиков, установлением контактов с ними посредством переписки; организацией и проведением переговоров с иностранными контрагентами; подготовкой проектов внешнеторговых контрактов и другой товаросопроводительной документации; приемом (размещением) заказов на экспорт (импорт) продукции и контролем за их выполнением; ведением информационного банка данных о потенциальных партнерах [2, с. 10–11].

Одной из первостепенных проблем предприятий, с точки зрения внешнеэкономического аспекта, был и остается низкий уровень конкурентоспособности производимой продукции. Также весьма важным исходным пунктом для выработки внешнеэкономической стратегии предприятий является анализ рынков сбыта. Отечественным предприятиям требуется обновление основных производственных фондов по причине их физического и морального устаревания, а также обновление технологического уклада и структуры производства для успешного существования на иностранном рынке.

Следует сказать, что дальнейшее развитие внешнеэкономической деятельности белорусских предприятий и их интеграция в мировое хозяйство невозможно без наличия кооперационных связей с иностранными партнерами. Анализ тенденций в мировом хозяйстве убеждает в необходимости приоритетного развития международной кооперации в производстве и экспорте наукоемкой, высокотехнологичной продукции. Кооперирование производства позволит предприятиям осваивать новые технологии, методы организации и управления в производстве. Кооперация производства дает предприятиям возможность беспрепятственного выхода на внешние рынки, а также успешно реализовывать кооперированную продукцию на внутренних рынках.

Включение предприятий в мировой кооперационный процесс должно идти синхронно с налаживанием или поддержанием ранее сложившихся кооперационных связей внутри страны.

Белорусским предприятиям в мировом интеграционном процессе необходима двухрыночная ориентация, т.е. одновременное изготовление продукции и на внутренний,

и на внешний рынок. Только таким путем можно постепенно заполнять отечественный рынок продукцией высокого качества, побудить наши предприятия к повышению конкурентоспособности своей продукции на внутреннем и внешнем рынках.

В рамках данной статьи рассмотрим предприятие СООО «Зов-ЛенЕвромебель», функционирующее в производственном секторе Республики Беларусь и занимающее одну из лидирующих позиций по изготовлению и реализации мебельной продукции как на отечественном рынке, так и за рубежом. За последние годы на предприятии реализован ряд проектов, направленных на совершенствование и модернизацию технической части, возведение новых производственных мощностей, что потребовало значительных инвестиционных вложений. Реализация проектов происходит в том числе за счет кредитных ресурсов.

На сегодняшний день СООО «Зов-ЛенЕвромебель» – это узнаваемый бренд, известный далеко за пределами Республики Беларусь, характеризуется высоким качеством и широчайшей номенклатурой производимых изделий. Ассортимент выпускаемой продукции адаптирован под спрос потребителей Евразийского региона [1].

Предприятие проводит эффективную внешнеэкономическую деятельность, характеризующуюся положительным внешнеторговым сальдо. Объем экспортных операций в 4,2 раза больше операций по импорту (на 2015 год).

Главными рынками сбыта являются Российская Федерация, Украина, Таджикистан, Грузия, Казахстан, Литва, Латвия, Эстония, Польша, Германия, Израиль.

Таким образом, важным достижением компании является экспорт продукции не только в страны ближнего, но и дальнего зарубежья. К слову, экспорт превышает 60 % от всего объема реализованной продукции, показатели рассчитаны в таблице.

Таблица – Отгрузки по рынкам сбыта

Отгрузки по рынкам сбыта, EUR	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	2015
РБ	5'272'910.32	4'126'231.31	5'176'022.23	4'238'252.35	18'813'416.21
ЭКСПОРТ	6'730'345.51	6'878'312.95	7'438'450.44	5'565'224.20	26'612'333.10
ПОКУПАТЕЛИ РФ	6'476'225.46	6'599'178.38	7'038'585.90	5'294'507.32	25'408'497.07
ПОКУПАТЕЛИ-ПРОЧИЕ СТРАНЫ	254'120.05	279'134.57	331'957.61	270'716.88	1'135'929.11
Германия, ZUCHEL Kuche GmbH	5'543.71	5'460.63	13'701.17	8'965.21	33'670.72
Грузия	17'395.38	17'172.10	22'963.27	0.00	57'530.75
Казахстан	112'448.87	117'366.87	131'768.02	87'725.22	449'308.98
Латвия, Эстония	1'448.39	0.00	0.00	0.00	1'448.39
Литва	22'452.45	12'524.28	30'074.07	31'733.84	96'784.63
Украина	94'831.25	126'610.69	133'451.08	142'292.61	497'185.63
ИТОГО	12'003'255.83	11'004'544.26	12'614'472.67	9'803'476.55	45'425'749.31

Источник: собственная разработка автора на основании данных предприятия

При выборе страны сбыта любое предприятие оценивает возможные риски. Это можно сделать, например, вычислив Operation Risk Index, который отражает оценку деловой среды и выявляет основные препятствия на пути развития бизнеса. Данная методика предполагает оценку значимости каждого фактора странового риска и оценку этого фактора экспертами по четырехбалльной шкале, где 4 – наиболее высокая оценка определенности, а 0 – самая низкая. Значимость каждой переменной умножается на оценку эксперта, а затем полученные итоги суммируются. Результат определения индекса странового риска может располагаться на шкале от 0 до 100, где 100 – наивысшая оценка стабильности (полное отсутствие риска), а 0 – низшая.

Для СООО «Зов-ЛенЕвромебель» было и остается главной проблемой присутствие широкого круга конкурентов на российском рынке, а именно кухни «Мария», «Zetta», «Стильные кухни», «Вирс», «Анонс», «ИКЕА».

Россия попадает в категорию 40–60 баллов, однако «ИКЕА», как и огромное количество других ритейлеров, стабильно вкладывает средства в свою деятельность в

данной стране, видя в этом новые возможности. Целевой рынок компании – это семьи. В последнее время максимальные маркетинговые усилия направлены на более узкий, но массовый сегмент рынка: молодые семьи, студенты, начинающие бизнесмены. Иными словами, «ИКЕА» признала своими основными покупателями людей, чей возраст ниже среднего, переживающих те или иные перемены в жизни и стремящихся обустроить свой быт без особого ущерба для бюджета. Таким образом, сегодня шведский ритейлер обеспечивает около 40 % мебельного экспорта России. В связи с этим продукция СООО «Зов-ЛенЕвромебель» лишается ряда потенциальных покупателей и вследствие дополнительных денежных потоков. Данная проблема является характерной для всех организаций, выходящих на международный рынок. Конкуренция – естественная среда, в которой компании сражаются за потенциальную аудиторию.

Большую роль в завоевании рынка России сыграла рекламная компания последних лет, направленная на узнаваемость бренда СООО «Зов-ЛенЕвромебель» в России, участие в российских выставках и специализированных мероприятиях, положительно на имидже продукции сказывается и принадлежность к изделиям белорусского производства, которые традиционно считаются качественными и натуральными.

Учитывая вышесказанное, считаю целесообразным акцентировать внимание на работе маркетингового отдела. Необходимо отметить, что работа с клиентами и развитие сбытового потенциала станет главным стратегическим направлением управления на предприятии в данный период.

СООО «Зов-ЛенЕвромебель» старается соответствовать современным тенденциям мирового рынка мебельной промышленности, в частности ориентируется на европейские стандарты качества, выполняет индивидуальные заказы, однако присутствует сложность с обменом продукции и сроком выполнения заказов.

Однако главной проблемой на теперешний момент для СООО «Зов-ЛенЕвромебель» является отсутствие свободных оборотных средств, вследствие кризиса предприятие осуществляет поиск поставщиков материалов по более низким ценам, что в целом снижает себестоимость продукции, однако не позволяет предприятию выйти в докризисное состояние.

Таким образом, предприятию следует заняться решением следующих задач:

- отслеживать и своевременно внедрять новые современные технологии и международные стандарты качества;
- расширять ассортимент выпускаемой продукции с учетом требования внешнего рынка (заниматься актуализацией дизайн-проектов, модельных рядов в современных тенденциях);
- укреплять конкурентоспособность продукции на внутреннем и внешнем рынках;
- совершенствовать систему финансового планирования;
- повышать уровень управления, планирования и организации технической подготовки производства в целях повышения гибкости реагирования на спрос при разработках и внедрении нового ассортимента продукции.

Цель рекламной кампании – выход на новые рынки без потери старых. По качественным и количественным аспектам на предприятии нет тормозящих звеньев – новейшее оборудование, квалифицированные кадры, высокая степень собственного производства (подконтрольные компании-производители поставляют основные элементы продукции), остается наладить сбытовые каналы и использовать весь имеющийся экспортный потенциал. Также необходимо провести расширение ассортимента выпускаемой продукции с учетом требования рынка (актуализация дизайн-проектов, модельных рядов в современных тенденциях).

Вышеуказанные меры можно осуществить на предприятии с целью повышения эффективности внешнеэкономической деятельности, а также для обеспечения безопасности осуществляемых внешнеторговых операций.

Список литературы

1. Официальный сайт СООО «Зов-ЛенЕвромебель» [Электронный ресурс]. – Режим доступа:www.zov.by.-Дата доступа:15.02.2017.
2. Соркин, С. Л. Эффективность внешнеэкономической деятельности: понятие, измерение и оценка : учеб. пособие / С. Л. Соркин. – Минск : Соврем. школа, 2006. – 283 с.

The article deals with foreign economic activity of companies and shows certain problems companies face while performing this activity. The organization of foreign economic activity of the enterprise was analyzed on the basis of JLLC «Zov-LenEvromebel». The author proposes certain measures to improve this activity.

Милинкевич Юлия Дмитриевна, студентка 4 курса специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: milinkevich.1995@mail.ru.

Научный руководитель – ***Кийко Юрий Иванович,*** старший преподаватель кафедры международного бизнеса и маркетинга факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 332.122.6 (476)

Д.О. Ораев

ОСОБЕННОСТИ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕСПУБЛИКИ ТУРКМЕНИСТАН

В статье раскрыты особенности экспортного потенциала в Республике Туркменистан. Проанализированы основные нормативно-правовые акты в сфере внешнеэкономической деятельности. Выявлены основные показатели внешнеторговой деятельности в динамике. Исследованы особенности внешней торговли. Сделаны выводы по структуре внешнеторгового оборота.

Туркменистан расположен на юго-западе Центральной Азии. Его территория составляет 488,1 тыс. кв. км. Туркменистан занимает выгодное географическое положение. Страна объективно является «мостом» между Европой, европейскими государствами СНГ, центральной частью России, с одной стороны, и обширными регионами Центральной и Южной Азии, с другой стороны. На суше Туркменистан граничит с Казахстаном, Узбекистаном, Афганистаном и Ираном, имеет выход к Каспийскому морю.

Туркменистан богат различными полезными ископаемыми. В стране имеются большие запасы ртути, серы, озокерита и, что немаловажно для засушливого пустынного климата, источники пресной питьевой и минеральной лечебной воды. Туркменистан известен и другими природными богатствами, пользующимися огромным спросом на мировом рынке.

Фактором стратегического значения, способным определить исторические судьбы Туркменистана, является наличие в республике больших запасов нефти и газа. По разведанным запасам газа Туркменистан занимал 2-е место даже в такой крупнейшей топливно-энергетической державе, которой являлся СССР. И в настоящее время по добыче газа Туркменистан занимает 4-е место в мире. На сегодня с уже эксплуатируемых месторождений ежегодно добывается более 80 млрд кубометров газа, 6 млн тонн нефти. Дополнительно к этому на территории республики открыты еще несколько крупных перспективных месторождений нефти и газа. Их разработка позволит в будущем увеличить добычу нефти втрое, а газа – вдвое. Разведанные запасы золота позволяют республике создавать свой собственный золотой запас.

В целом динамично развивается экономика Туркменистана. Так, например, на сегодняшний день объем экспорта сырья и различных товаров превышает объем импорта на одну четверть и составляет 8 млрд долларов. Туркменистан – ведущий производитель не только в СНГ, но и в мире, ряда химических веществ: серы, йода, бромистого железа, редкоземельных металлов. Республика является крупным производителем электроэнергии.

По имеющимся прогнозам, высокие темпы мировой торговли сохранятся и в дальнейшем: к 2017 г. объем мировой торговли увеличится на 50% и превысит 7 трлн. долл. США.

В Туркменистане сформирована современная организационно-институциональная основа внешнеэкономической деятельности. Имеется законодательная база по ее регулированию – это законы Туркменистана: «О внешнеэкономической деятельности», «Об иностранных инвестициях», «Об инвестиционной деятельности в Туркменистане» и «О валютном регулирование», Положение «О порядке лицензирования экспорта и импорта продукции (работ, услуг) в Туркменистане», Постановление Президента Туркменистана «О мерах по регулированию внешнеэкономической деятельности в Туркменистане» и ряд других нормативно-правовых актов.

Позитивный нейтралитет и политика «открытых дверей» позволили создать условия для расширения внешнеэкономических связей страны, дальнейшего развития международного сотрудничества, поэтапной интеграции в мировое экономическое пространство [1].

ВВП страны на 2016 составлял 31,34 млрд долл., по секторам ВВП делится на: сельское хозяйство – 27%, индустрия – 50 % и прочие службы составляют 23 %.

В 2016 году ВВП (по паритету покупательной способности) увеличился по сравнению с 2008 годом в 2,5 раза (в среднегодовом исчислении – на 12,1 %), за этот же период ВВП (по ППС) на душу населения вырос в 2,1 раза (в среднегодовом исчислении – на 10 %) и составил в 2016 году 10,600 долларов США, рисунок 1.

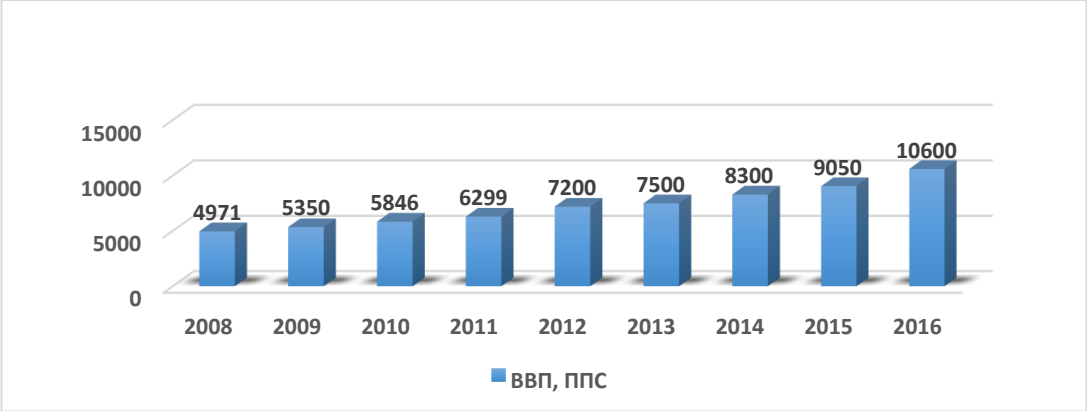


Рисунок 1 – ВВП по ППС, долл. США, с 2008–2016 гг.

Источник: собственная разработка автора на основании данных [2, с. 23]

Валовое производство продукции в Туркменистане в 2008–2016 гг. увеличилось более чем в 5 раз (среднегодовой прирост составил 24 %). Основным фактором экономического роста являлось стабильное развитие практически всех отраслей экономики.

При этом в структуре производства наблюдалось сокращение доли промежуточного потребления (в 2008 году – 40 %, в 2016 году – 33 %) в связи с массовым введением в действие новых объектов производственной и непроизводственной сферы, а также с

технологическими новшествами – автоматизацией, снижением издержек производства, затрат на сырье и энергию и т.д. В структуре валового выпуска уменьшилась доля налогов и субсидий на продукты.

Интенсивное развитие экономики Туркменистана позволяет из года в год увеличивать объем внешнеторгового оборота, среднегодовые темпы роста которого за последние 10 лет складывались на довольно высоком уровне. В 2015 году внешнеторговый оборот Туркменистана составил 13,4 миллиардов долларов США. По сравнению с 2016 годом, экспорт увеличился на 2,2 миллиарда долларов США и составил 8,9 миллиардов долларов США, импорт – 4,4 миллиарда долларов США. Положительное сальдо в 2016 году составило 4,5 миллиардов долларов США.

Развитие внешнеэкономической деятельности государства определяется объемами экспортно-импортных операций, структурой и географической направленностью товарных потоков, состоянием платежей.

Как показано в таблице 1, за 2011–2016 гг. внешнеторговый оборот в стране увеличился в 4,1 раза, экспорт – в 4,8 раза, импорт – в 3,2 раза, положительное сальдо внешнеторгового оборота – в 8,7 раза. В среднем превышение стоимостных объемов экспорта над импортом за эти годы составило 1,7 раза [2, с. 25].

Таблица 1 – Основные показатели внешней торговли Туркменистана, млн долларов США

Показатель	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2016/2013 раз
Экспорт	2506	3632	4939	6724,1	8932,1	11944,7	4,8
Импорт	1785	2512	3638,4	3290	4442	5707,2	3,2
Внешнеторговый оборот	4291	6144	8577,4	10014,1	13374,1	17651,9	4,1
Сальдо	721	1120	1300,6	3434,1	4490,1	6237,5	8,7

Источник: собственная разработка автора на основании данных [2, с. 28]

Особенностью национальной экономики является значительная и к тому же усиливающаяся сырьевая специализация. Как видно из рисунка 2, удельный вес нефтегазового сектора в экспорте товаров достиг в 2016 году 93 %, в результате топливно-энергетический комплекс стал главным фактором национального экономического развития.

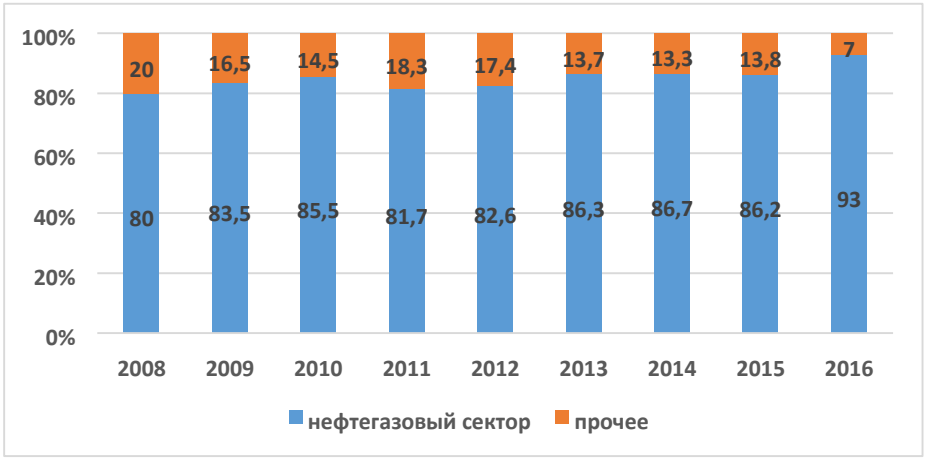


Рисунок 2 – Структура экспорта Туркменистана, %

Источник: собственная разработка автора на основании данных [2, с. 29]

Из данного рисунка следует вывод, что экономика Туркменистана во многом зависит от нефтегазового сектора, при даже незначительных кризисных явлениях на рынке источников энергии в первую очередь будет страдать экономика тех стран, модели которых построены на сырьевой экономике.

Положительное сальдо внешней торговли формируется в основном за счет роста экспорта природного газа, доля которого в объеме поставляемой на внешние рынки продукции возросла с 44,7 % в 2013 году до 55,9 % в 2016 году, а также нефтепродуктов, удельный вес которых в 2013–2016 годах варьировал от 21,4 % до 26,7 %.

Развитие нефтегазовых отраслей все в большей степени было связано с ростом экспорта, поскольку 72–74 % добытого природного газа и свыше 20 % добываемой нефти вывозится в настоящее время за пределы страны. Более 90 % экспортируемой нефти приходится на иностранные нефтедобывающие компании, работающие в Туркменистане на условиях СРП. Нефть, добываемая на нефтепромыслах Государственного Концерна «Туркменнефть», в основном перерабатывается в различные виды моторных топлив и продукцию нефтехимии внутри страны. Более 70% произведенных нефтепродуктов вывозится за пределы страны.

По настоящее время сельское хозяйство в основном остается в государственном секторе экономики. Уровень развития сельского хозяйства Туркменистана оценивается примерно в 450–500 долл. на жителя по ППС (паритету покупательной способности). Продовольствия стране не хватает, она вынуждена импортировать значительную его часть, таблица 2.

Таблица 2 – Производство основных видов сельскохозяйственной продукции

	тыс. тонн	кг/чел.		тыс. тонн	кг/чел.
Зерно всего	1 G63	242	Молоко всего	755	164
в т.ч. пшеница	878	2GG	Масло животное	4	1,G
кукуруза	252	57	Сыры	7	1,8
рис	149	34	Овощи всего	673	153
ячмень	1G8	25	Дыни и арбузы	164	37
картофель	3G	7	Фрукты и ягоды	249	57
Мясо всего	111	24	Лимоны тепличные	123	28
в т.ч. говядина и телятина	45	11	Грибы	129	29
свинина	1G	2,5	Цветы	1,9	-
баранина	3G	7,5	Сахар-песок (свекольный)	38	9
козлятина	4	1	Табак	2	G,5
мясо птицы	8	2	Шерсть овечья и козья	36	8,2
Яйца (млн шт.	273	62	Шелк натуральный	5,5	1,3
Рыба	38	9	Хлопок	13GG	99,5

Источник: собственная разработка автора на основании данных [2, с. 30]

По валовому сбору хлопка-сырца Туркменистан занимает 2-е место в Средней Азии (после Узбекистана). Запланированный правительством сбор хлопка-сырца составляет не менее 2200 тыс. тонн.

Объемами производства продовольствия Туркменистан не блещет и вынужден импортировать часть его. Например, в 2009–2014 гг. в стране производилось на душу населения по 24 кг мяса (при потреблении 42 кг), 164 кг молока (при потреблении 185 кг), 242 кг зерна (при потреблении 370 кг), 1 кг животного масла и т.д. Импорт зерна в 2014–2016 гг. составил в среднем 320 тыс. тонн в год, или 30 % потребности.

Таким образом, можно сделать следующие выводы.

1. Реализованные за последние годы мероприятия по реформированию экономики привели к положительным результатам. Следствием проводимых реформ и их инвестиционной направленности стали высокие темпы экономического роста страны.

2. Одновременно с этим, обеспечение высокого экономического роста стало возможным за счет богатых природных ресурсов страны (в основном газа), а также благоприятной внешнеэкономической конъюнктуры.

3. Товарный экспорт Туркменистана превышает товарный импорт, что отражается в стабильном положительном сальдо внешней торговли.

4. Несмотря на внешне благоприятную ситуацию с состоянием внешней торговли, положение в этой сфере экономики достаточно сложное ввиду недостаточной диверсифицированности экспорта.

5. Географическая направленность экспорта газа определяется существующей трубопроводной системой (поставки газа в Россию и по магистральному трубопроводу в Иран). В настоящее время наметились определенные структурные сдвиги в политике экспорта газа. Заканчивается строительство трубопровода Туркменистан – Китай. В этой связи открываются хорошие перспективы, которые позволят Туркменистану занять доминирующее положение поставщика газа в восточном регионе.

6. Развитие экономики за счет топливно-энергетического комплекса, преимущественно за счет природного газа, в долгосрочном периоде не способно обеспечить значительный и устойчивый рост.

В ближайшем будущем ключевую роль во внешнеэкономической деятельности страны будет играть создаваемая Туркменистаном многовариантная энергетическая инфраструктура, включающая в себя как действующие, так и проектируемые транснациональные газопроводы и энерголинии.

Список литературы

1. Закон Туркменистана «О внешнеэкономической деятельности» [Электронный режим]. – Режим доступа: http://infoabad.com/zakonodatelstvo-turkmenistana/zakon-turkmenistana-o-vneshneyekonomicheskoidejatelnosti.html. – Дата доступа: 07.03.2017.

2. Статистический сборник Туркменистана «О внешнеэкономической деятельности» 2016: стат. сб. / А. О. Нурулаев [и др.]. – Ашхабад, 2017. – 63 с.

The article analyses the peculiarities of the export potential in the Republic of Turkmenistan. Describes the basic legal acts in the sphere of foreign economic activity. Describes the main indicators of foreign trade dynamics. The peculiarities of foreign trade. Conclusions on the structure of foreign trade turnover.

Ораев Давлетмырат Овезмурадович, магистрант специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: mega.orayew@mail.ru

Научный руководитель – ***Донских Сергей Владимирович,*** кандидат культурологии, доцент, заведующий кафедрой туризма и культурного наследия Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 338.1

Д.И. Павловец

ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье проанализирован инновационный потенциал Гродненской области. Выявлены перспективные направления и проблемы в сфере инновационного развития региона, пути их решения.

В современных условиях неотъемлемыми составляющими устойчивого экономического роста не только государств, но и отдельных регионов становятся инновации и научно-технические разработки.

Гродненская область располагает мощным инновационным и научным потенциалом. Научно-исследовательскую деятельность активно ведут Государственный институт азотной промышленности, Институт биохимии, Институт сбережения и ресурсов, Щучинская опытная станция, высшие учебные заведения и филиалы Национальной академии наук Беларуси. На базе Гродненского государственного аграрного университета функционируют научные школы по 12 направлениям и три научных центра. Разработки ученых вуза нашли широкое применение в сельскохозяйственной отрасли страны. На базе Гродненского государственного медицинского университета успешно работают 13 научно-педагогических школ. Исследования по четырем научным направлениям ведут ученые зонального института растениеводства НАН [2].

Важное практическое значение имеют разработки в области нанотехнологий, создания новых материалов и биомеханические исследования Гродненского филиала Института фармакологии и биохимии НАН. В ГрГУ имени Янки Купалы ежегодно выполняется более 200 научно-исследовательских проектов по 16 госпрограммам, ведутся международные проекты, около 60 % выполненных проектов носят прикладной характер, разработки вуза получают до 10 патентов в год. Приоритетными направлениями в исследованиях являются естественно-научное, в том числе нано- и биотехнологии, оптика, лазерная физика, экология.

Образован централизованный источник финансирования инновационной деятельности – областной инновационный фонд. Размер инновационного фонда облисполкома, из которого ведется финансирование в том числе научных проектов, на 2016 год составлял 62 млрд рублей. С помощью средств фонда удалось реализовать и внедрить в производство немало важных идей. Финансирование значимых разработок ведется также согласно региональным научно-техническим программам. Возможность профинансировать научные проекты появляется и благодаря выделению Беларуси китайских кредитных линий.

Разноотраслевая направленность вложения капитала создает хорошие условия для размещения иностранных инвестиций. Сегодня в области зарегистрированы и успешно осуществляют деятельность более 400 коммерческих организаций с иностранными инвестициями из 30 стран мира. Основными видами деятельности являются производство мебели, деревянной тары, техническое обслуживание и ремонт автомобилей, организация перевозок грузов. Наибольшую инвестиционную активность проявляют Россия, Германия, Польша, Литва, США, Австрия, Израиль. Существует множество проектов, готовых к реализации в ближайшем будущем. С участием инвесторов из Швейцарии на Гродненщине планируется реализация двух инвестиционных проектов в сфере сельского хозяйства. ЗАО «Агро Свисс» будет строить свинотоварный комплекс на 12 тысяч голов в год с цехом убоя и переработки на территории бывшего военного городка «Богдановцы» в Щучинском районе. Общий объем инвестиций по проекту составит четыре миллиона

долларов. Компания со швейцарскими инвестициями ООО «Дэйрифарм» планирует вложить семь миллионов долларов в развитие сельскохозяйственного предприятия «Крево» Сморгонского района. Предприятием «Конус» в г. Лида планируется создание совместного с австрийскими партнерами производства по защите металлоконструкций от коррозии методом горячего оцинкования мощностью 30 тыс. тонн в год ориентировочной стоимостью около 15 млн евро [5].

В Гродно функционирует свободная экономическая зона «Гродноинвест», в которой зарегистрировано 72 резидента. На них распространяется специальный правовой режим, предусматривающий льготирование налогов и таможенных платежей и иные преференции. Данные льготы способствуют быстрой окупаемости инвестиционных проектов, реализуемых в границах СЭЗ.

Как мы видим, Гродненская область выделяется значительным инновационным потенциалом.

Сведения об объеме отгруженной инновационной продукции предприятиями промышленности Гродненской области представлены в таблицах 1 и 2. За предыдущие 5 лет данный показатель вырос на 35,5 % и составил 3 225 440 млн рублей. Однако его удельный вес составил лишь 5 % от общего объема отгруженной продукции. Наибольший спрос имеет текстильное и швейное производство – 44 %, производство машин и оборудования – 14 %, производство прочих неметаллических минеральных продуктов 14 %.

Таблица 1 – Сведения об отгрузке инновационной продукции организациями промышленности

	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Объем отгруженной инновационной продукции (работ, услуг), млрд руб.	2 367,2	4 277,4	3 541,1	3 812,9	3 222,3
Удельный вес отгруженной инновационной продукции (работ, услуг) в общем объеме отгруженной продукции (работ, услуг), %	9,6	10,1	6,9	6,8	5,0

Источник: [1]

Таблица 2 – Сведения об отгруженной инновационной продукции организациями промышленности, связи и деятельности, связанной с вычислительной техникой в 2015 году

Объем отгруженной инновационной продукции (работ, услуг) и оказанных услуг инновационного характера, млн руб.	Из него объем отгруженной инновационной продукции (работ, услуг) и оказанных услуг инновационного характера			
	новых для внутреннего рынка		новых для мирового рынка	
	всего, млн руб.	удельный вес в общем объеме отгруженной инновационной продукции (работ, услуг) и оказанных услуг инновационного характера, %	всего, млн руб.	удельный вес в общем объеме отгруженной инновационной продукции (работ, услуг) и оказанных услуг инновационного характера, %
3 222 332	1 056 837	32,8	34 484	1,1

Источник: [1]

Менее половины (43,9 %) инновационной продукции поставляется за пределы Республики Беларусь. За последние 5 лет объем экспортируемой инновационной продукции вырос на 26,5 %. Основным рынком сбыта остается Российская Федерация (таблица 3).

Таблица 3 – Сведения об отгруженной инновационной продукции организациями промышленности в 2015 году

Объем отгруженной инновационной продукции	Из него			
	На внутренний рынок	за пределы Республики Беларусь	из него в страны СНГ	из него в Российскую Федерацию
3 222 332	1 807 497	1 414 835	1 175 143	1 018 726

Источник: [3, с. 6]

Важным показателем развития инновационной сферы в регионе является количество инновационно-активных организаций. Доля инновационно-активных предприятий Гродненской области в общем числе обследованных составляет 18,8 %. Для сравнения: этот же показатель в 2010 г. равнялся 15 %. Анализируя отраслевую структуру, необходимо отметить, что большинство таких организаций сосредоточено в машиностроении и металлообработке, далее следуют пищевая промышленность, химическая и нефтехимическая, легкая, строительных материалов.

В 2015 году 41 организация области была инновационно-активная, т.е. осуществляла затраты на разработку и внедрение технологических инноваций, из них 40 организаций, основным видом экономической деятельности которых являлось производство промышленной продукции, и одна – связь (таблица 4).

Таблица 4 – Число инновационно-активных организаций Гродненской области

	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Организации промышленности	51	46	45	57	40
Организации сферы услуг	1	1	1	1	1

Источник: [1]

Оценив распределение затрат на технологические инновации, можно констатировать высокую степень их отраслевой концентрации: 83 % были направлены в производственные сферы – химическую и нефтехимическую (62,3 %), стекольную и фарфорофаянсовую (10,7 %), машиностроение и металлообработку (10 %), пищевую (7,2 %) и промышленность строительных материалов (6,3 %). Средний показатель расходов на инновации в расчете на одно инновационно-активное предприятие по всем отраслям составил 2682,4 млн руб. и увеличился за прошедшие 5 лет в 4 раза.

Как видно из рисунка, по количеству инновационно-активных организаций Гродненская область уступает лишь г. Минску и Витебской области.

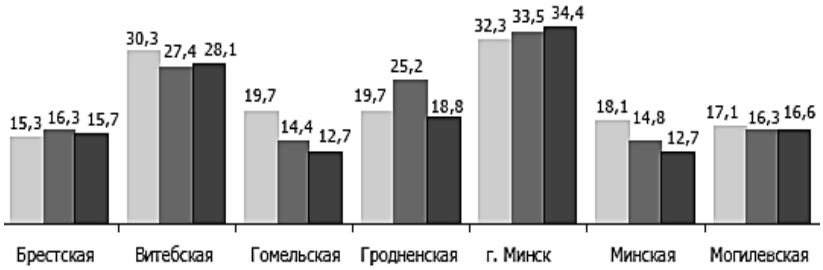


Рисунок – Удельный вес инновационно-активных организаций промышленности по областям и г. Минску в 2013–2015 гг. (к общему числу обследованных организаций промышленности), %

Источник: [4, с. 83]

В то же время существуют проблемы в сфере инновационного развития, которые необходимо решать.

1. По сравнению с 2011 годом количество инновационно–активных промышленных предприятий уменьшилось на 11 единиц, или на 21,5 %.

2. Численность работников, выполнявших научные исследования и разработки с каждым годом уменьшается. В 2015 году по сравнению с 2014 данный показатель уменьшился на 29 человек (таблица 5).

Таблица 5 – Списочная численность работников, выполнявших научные исследования и разработки, человек

	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Списочная численность работников, выполнявших научные исследования и разработки, человек	531	473	442	356	327
доктора наук	5	5	7	8	8
кандидата наук	58	59	44	35	38
из них исследователи	319	310	264	233	211

Источник: [1]

3. Затраты на технологические инновации предприятий промышленности в 2015 году составили всего 82 млрд рублей, что почти в 2,5 раза меньше, чем в 2014 году.

Для стимулирования инновационного развития в регионе и стране в целом необходим прежде всего многократный рост финансовых вложений в науку, образование, здравоохранение, финансирование новаторского и рационализаторского движений на предприятиях. Необходима поддержка со стороны государства процесса патентования белорусских изобретений за рубежом, ясное законодательство в области внешнеэкономической деятельности, принятие всевозможных мер по привлечению молодых кадров в данную область.

Большое значение в регионе необходимо придать модернизации образования, так как именно оно позволит обеспечить опережающее развитие инновационной экономики. Особую роль в инновационной деятельности играет подготовка молодых специалистов и развитие «инновационного мышления» молодежи.

Среди ключевых задач по формированию устойчивого инновационного развития Гродненской области можно выделить:

1. Повышение инвестиционной привлекательности г. Гродно и Гродненского региона.

2. Развитие индустриальных парков, что обеспечит комфортные условия для эффективной реализации инвестиционных проектов по созданию новых производств, товаров и услуг.

3. Содействие развитию экологического и социально ориентированного малого и среднего предпринимательства, результатом чего станет максимальная реализация предпринимательского потенциала жителей г. Гродно и Гродненского региона, повышение вклада малого и среднего бизнеса в формирование конкурентной среды.

4. Модернизированные и высокопроизводительные основные фонды организаций, обеспечивающие производство инновационной продукции.

Важным элементом является также формирование репутации Гродненщины в Беларуси и зарубежных странах как региона с хорошим инвестиционным имиджем и центра инновационных разработок и технологий.

Исследование показателей инновационного потенциала и инвестиционного климата Гродненской области необходимо для выработки обоснованной социально-экономической, инновационной, инвестиционной, региональной и градостроительной

политики, определения совокупности мер и действий республиканских и местных органов, направленных на регулирование процессов как развития инновационной сферы, так и развития этого региона в целом.

Список литературы

1. Главное статистическое управление Гродненской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://grodno.belstat.gov.by/. – Дата доступа: 28.02.2017.

2. Гродненский облисполком в 2016 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belta.by/regions/view/grodnenskij-oblispolkom-v-2016-godu-napravit-okolo-br62-mlrd-na-podderzhku-innovatsionnyh-proektov-179251-2016. – Дата доступа: 01.03.2017.

3. Инновационная деятельность организаций Гродненской области в 2015 году: аналитический доклад / Главное статистическое управление Гродненской области; рук. Г. М. Борисевич. – Гродно, 2015. – 10 с.

4. Наука и инновационная деятельность в Республике Беларусь: стат. сборник / Национальный Статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2016. – 141 с.

5. Новости региона и республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://grodno-region.by/ru/news/region_news/?page=85. – Дата доступа: 21.02.2017.

The article analyzes the innovative potential of the Grodno region. It is formulated directions and problems in the sphere of innovative development of the region, ways to solve them.

Павловец Диана Игоревна, студентка 4 курса специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: Pavlovets.IV@mail.ru.

Научный руководитель – ***Куликов Александр Михайлович,*** старший преподаватель кафедры международного бизнеса и маркетинга факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 347.727.3 (476)

В.И. Пташинская

СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МОЛОЧНОЙ ОТРАСЛИ ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье дан общий обзор рынка молока и молочной продукции Республики Беларусь. Особое внимание уделено молочной отрасли Гродненской области. Проведен общий сравнительный анализ Гродненской области с другими областями Республики Беларусь по производству и реализации молока и анализ основных игроков Гродненской области на рынке молочной продукции. Также в статье рассмотрены направления дальнейшего развития молочной отрасли региона.

Рынок молока и молочных продуктов – крупнейший сегмент национальной продовольственной системы, который развивается в условиях жесткой конкуренции по цене и качеству, формируемых на всех стадиях – от производства сырья до конечного продукта.

Республика Беларусь в полной мере обеспечивает потребность внутреннего рынка в молочных продуктах. В Республике Беларусь объем производства молока на душу населения в 2,7 раза превышает его потребление и составляет 253 кг на человека в год. Уровень самообеспечения Республики Беларусь молоком составляет 211,7 %. Ассортимент молочной отрасли включает более 1500 наименований, в том числе масла сливочного – 30, сыров всех видов – более 300, цельномолочной продукции – более 700. В последние годы молокоперерабатывающие предприятия страны осваивают новые, нетрадиционные для отечественной отрасли виды продукции: сыры с благородной

голубой и белой плесенью, элитные твердые сыры с большими сроками созревания, мягкие сыры национальных типов и многое другое.

За 2016 год Беларусь укрепилась в списке мировых экспортеров молочной продукции. Основными тенденциями развития белорусского рынка молока на протяжении последних пяти лет являются: рост объемов производства, увеличение экспорта, усиление внимания по вопросам безотходного производства молочных продуктов, особенно по переработке молочной сыворотки, продолжение работы по техническому переоснащению и модернизации производств.

Согласно государственной программе «Развитие аграрного бизнеса Беларуси на 2016–2020 гг.», целевые показатели развития молочной отрасли предусматривают достижение к 2020 году роста производства сыров в сравнении с 2015 годом – на 30 %, роста производства масла – на 32 %, сухого молока – на 56 %, цельномолочной продукции – на 39 %.

Продукция белорусских молочных предприятий прочно завоевала российский рынок. После введения продэмбарго Беларусь стала основным импортером мяса, молока, сыра и творога в Россию и существенно увеличила поставки туда молочной продукции. Так, в 2013 году в Россию из Беларуси было ввезено около 42 % всех молокопродуктов, в 2014 году – 52 %, а в 2016 году свыше 80 %.

Однако практически весь экспорт молочной продукции Республики Беларусь направлен на рынок Российской Федерации. И хотя он является для белорусской стороны традиционным, Беларусь проводит громадную работу по диверсификации экспортных поставок. Расширение географии поставок происходит в такие страны, как Китай, Великобритания, Республика Йемен, Польша, Объединенные Арабские Эмираты, Сирийская Арабская Республика и др.

Самыми перспективными рынками на сегодня, кроме российского, являются рынки стран Юго-Восточной Азии и Африки. Отдельно хочется отметить Китай, куда для поставок уже сертифицировано 34 белорусских молокоперерабатывающих предприятия.

Молочной отрасли Республики Беларусь необходимо решать многие задачи, основные из которых связаны с необходимостью: дальнейшего укрепления собственного производства продукции на основе динамичного развития агропромышленного комплекса в целях снабжения населения молочными продуктами, промышленности сырьем в объемах, необходимых для экономического роста: повышения конкурентоспособности продукции на внешнем рынке, в том числе за счет улучшения ее дизайна и качества упаковки, увеличения экспорта, оптимизации объемов производства и переработки молока; пропаганды в области здорового и безопасного питания; увеличения конкурентоспособности продукции, что позволит значительно расширить экспортные возможности предприятий, повысить доверие к ним на международном рынке; достижения устойчивого развития молочной отрасли в системе перерабатывающей промышленности АПК; создания безотходных производств с глубокой и комплексной переработкой молока; интеграции молочной промышленности Республики Беларусь в международное сообщество.

Тема, рассматриваемая в статье, является актуальной, так как высокоразвитый аграрный сектор – бренд Гродненской области. Экономика региона ориентирована на сельское хозяйство, переработку и производство продуктов питания. В области самая большая производительность молока [1].

Основными направлениями развития молочной отрасли области являются:

- увеличение объемов производства молочной продукции;
- освоение новых, перспективных рынков сбыта;
- увеличение поставок молочной продукции на экспорт;
- модернизация производства;
- усиление конкурентных позиций, в том числе формирование брендов.

В животноводческом секторе региона производство молока занимает 44,5 %. В 2016 году производство молока в области составило 1151,3 тыс. т, что на 1,2 %, больше уровня 2015 года (см. рисунок 1). Произведенного молока было реализовано 89,5 %, что выше на 0,6 % от реализации 2015 года. По Республике этот показатель чуть выше – 89,7 % (см. рисунок 2).

Рисунок 1 – Производство цельномолочной продукции по областям республики в 2016 году

Источник: [2].

Рисунок 2 – Реализация цельномолочной продукции по областям республики в 2016 году

Источник: [2].

Наибольший удельный вес приходится на Минскую область, что объясняется размером города и концентрацией в его пределах помимо существующих в черте города 3 молокоперерабатывающих предприятий, других областных и районных производителей данной группы товаров. В Брестской области – расположение молокоперерабатывающего предприятия ОАО «Савушкин продукт», которое выступает лидером молочной промышленности Республики Беларусь.

Производством молочной продукции в Гродненской области занимаются шесть организаций, входящих в состав ОАО «Управляющая компания холдинга "Гродномясомолпром" (таблица 1).

Таблица 1 – Предприятия молочной промышленности Гродненской области

Предприятие	Особенности
Волковысское ОАО «Беллакт»	Единственный производитель в Беларуси сухих молочных продуктов детского питания
ОАО «Молочный мир»	Лидер молочной промышленности Республики Беларусь с объемом переработки молока более 160 тысяч тонн в год. Более 300 видов продукции
ОАО «Лидский молочно-консервный комбинат»	Одно из лидирующих предприятий Беларуси по производству сухих молочных продуктов

ОАО «Щучинский маслосырзавод»	Переработка более 450 тонн молока в сутки. В настоящее время завод переживает второе рождение в связи с присоединением цеха ОАО «Слонимские молочные продукты»
ОАО «Молочная компания Новогрудские Дары»	Переработка 560 тонн молочного сырья в сутки. Свыше 70 наименований продуктов.
ОАО «Дятловский сыродельный завод»	Один из крупнейших производителей твердых сычужных сыров в области.

Источник: собственная разработка автора на основании данных официальных сайтов предприятий

За 2016 год молокоперерабатывающими предприятиями Гродненской области переработано/произведено 1 090 тыс. тонн молока, 181,8 тыс. тонн цельномолочной продукции, 19,6 тыс. тонн масла сливочного, 37,6 тыс. тонн сыров, 21,9 тыс. тонн сухого обезжиренного молока, 14,9 тыс. тонн сухого цельного молока, 7,2 тыс. тонн сухого детского питания и 0,3 тонны концентрата сывороточного белкового массовой долей белка 80 %.

Рост спроса на молочную продукцию на российском рынке обусловливает увеличение объемов производства молочной продукции. Эффект эмбарго положительно сказался на производстве сыров, которое в 2016 году значительно выросло.

Таблица 2 – Производство основных видов молочной продукции в натуральном выражении по Гродненской области

	2005	2010	2015	2016
Цельномолочная продукция (в пересчете на молоко), тыс. т	132,3	149,7	196,9	181,8
Масло сливочное, тыс. т	11,7	14,0	21,3	19,6
Сыры (кроме плавленого сыра), тыс. т	19,5	25,9	32,1	37,6

Источник: собственная разработка автора на основании данных [2].

Производство некоторой молочной продукции в 2016 году по отношению к 2015 году сократилось. В Минсельхозпроде объясняют падение данных позиций договоренностью между ведомствами России и Беларуси об уменьшении поставки сухого обезжиренного молока и сухого цельного еще в начале 2016 года.

Что касается поставок молочной продукции Гродненской области за рубеж, начиная с 2015 года характерен рост экспорта в натуральном выражении и снижение объемов денежных поступлений. Что обусловлено, в первую очередь, падением мировых цен, в том числе и российских.

Все предприятия молочной отрасли региона экспортоориентированные. Наибольшая доля экспорта у ОАО «Лидский молочно-консервный комбинат», ОАО «Молочный мир» и ОАО «Беллакт» (таблица 3).

Таблица 3 – Объем экспорта и поступления сырья по Гродненской области в январе-декабре 2015 г.

	тыс. долл. США	% в общем объеме	Поступило сырья, т	% в общем объеме
ОАО «Лидский МКК»	97514,3	33,9	289526,2	27,84
ОАО «Беллакт»	47881,4	16,65	191390,4	18,41
ОАО «Молочный мир»	51215,2	17,81	223716,1	21,51
ОАО «Дятловскийсырзавод»	12747,1	4,43	45771,3	4,4
ОАО «Новогрудские дары»	43217,8	15,02	128835,1	12,39

ОАО «Щучинскиий МСЗ»	35069,2	12,19	160613,7	15,45
Итого	287645		1039852,8	

Источник: [3].

Специфика молочного комплекса региона ориентирована на рост объемов производства, превышающих внутренний спрос. С учетом социальной значимости молочных продуктов зависимость результатов функционирования предприятий отрасли определяется эффективностью продаж на внешних рынках.

В области активизации экспортной политики перерабатывающие предприятия молочной отрасли должны способствовать повышению ее эффективности за счет роста объемов реализации, оптимизации ассортимента выпускаемой продукции, освоения новых, перспективных для себя рынков.

Приоритетное направление эффективного устойчивого развития предприятий молочной отрасли – производство продукции, конкурентоспособной на внутреннем и внешнем рынках.

Одной из составляющих конкурентоспособности молочных продуктов является их брендовая составляющая. Еще несколько лет назад на рынке не было профессионально брендированной молочной продукции. Сейчас ситуация меняется с каждым днем. Организации молочной отрасли имеют свои, известные как на внутреннем, так и на внешнем рынках бренды: «Молочный мир», «Беллакт» и торговые марки: «MiLida», «Лидская буренушка», «Сырный рай», «Сморгонский край», «Сырная страна», «Новогрудские Дары», «NaDivo: компания здорового вкуса».

Рисунок 3 – Основные торговые марки рынка молочной промышленности Гродненской области

Источник: собственная разработка автора на основании данных официальных сайтов предприятий

В рейтинг «БелБренд-ТОП – 100 белорусских брендов» агентства MPP Consulting в 2016 г. вошли 12 представителей молочной промышленности Республики Беларусь, из них 3 представителя молочной отрасли в Гродненской области.

Таблица 4 – Позиции в рейтинге предприятий молочной промышленности Гродненской области

Позиция			**Бренд**	**Стоимость бренда, млн долл.**
По всем отраслям	***В молочной отрасли Беларуси***	***В молочной отрасли Гродненской области***		
36	**6**	**1**	**Лидская**	**8,7**

			буренушка	
38	**7**	**2**	**Беллакт**	**8,2**
99	**12**	**3**	**Молочный мир**	**0,95**

Источник: собственная разработка автора на основании данных [4].

Проведенные исследования свидетельствуют о том, что приоритетное направление эффективного устойчивого развития предприятий молочной отрасли – производство продукции, конкурентоспособной на внутреннем и внешнем рынках, доступной для всех групп населения. Конкурентоспособная молочная продукция повышает доверие потребителей к национальным производителям.

Запрет поставок европейской продукции на российский рынок продолжит оказывать положительное влияние на производителей сыров и цельномолочной продукции на предприятиях молочной промышленности Гродненской области.

Список литературы

1. Производство молока в Гродненской области в 2016 году [Электронный ресурс] / Белорусское телеграфное агенство. – 2017. – Режим доступа: http://www.belta.by/regions/view/grodnenskaja-oblast-v-2017-godu-dolzhna-podnjat-uroven-proizvodstva-moloka-leonid-zajats-232396-2017/. – Дата доступа: 05.03.2017.

2. Производство молока по областям за 2016 год [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – 2017. – Режим доступа: www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/selskoe-hozyaistvo/graficheskii-material-grafiki-diagrammy-_3/proizvodstvo-moloka-po-oblastyam-za-2016-god/. – Дата доступа: 06.03.2017.

3. Товарная структура экспорта и импорта [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь.-2017. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika-i-okruzhayushchaya-sreda/vneshnyaya-torgovlya_2/operativnye-dannye_5/tovarnaya-struktura-eksporta-i-importa/. – Дата доступа: 05.03.2017.

4. Топ 100 белорусских брендов 2016 18.04.2016 [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: http://www.mppconsulting.com.ua/ukrbrand/belbrand2016.html. – Дата доступа: 10.03.2017.

In this article the main directions of dairy industrie development in the Grodno region are analyzed.

Пташинская Виктория Иосифовна, студентка 5 курса специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: wipta555@mail.ru.

Научный руководитель – ***Ли Чон Ку***, кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой международного бизнеса и маркетинга Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 339/138

Е.А. Сидляревич

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассмотрена маркетинговая стратегия предприятия, ее роль, изложены ее функциональные стратегии, составляющие компоненты, показана их сущность, выявлены особенности каждой из них, обоснованы задачи, показаны этапы разработки продукта.

В настоящее время ни одно предприятие в системе рыночных отношений не может нормально функционировать без маркетинговой службы на предприятии. И полезность маркетинга с каждым годом все возрастает.

В современной Республике Беларусь маркетинг только еще начинает развиваться, поэтому опыт маркетинговой деятельности отечественных предприятий весьма ограничен. Однако данный термин получил широкое распространение в западных странах, там накоплен огромный многолетний опыт по функционированию системы маркетинга [1, с. 5].

В эффективно функционирующих предприятиях все чаще используются так называемые концепции маркетинга, философия маркетинга, система маркетинга, маркетинговое мышление. Тем самым реализуются принципиальные основы маркетинга.

В экономической литературе существует множество различных определений маркетинга. По данным некоторых источников, существует около 4000 определений маркетинга, каждое из которых рассматривает ту или иную сторону маркетинга либо делает попытку его комплексной характеристики.

Данное явление в значительной мере может быть объяснено динамичностью понятия маркетинга, а также наличием различных подходов к сущности маркетинга.

Выделяют два наиболее общих подхода: маркетинг как «образ мышления» и маркетинг как «образ действий».

Управленческая концепция («образ мышления») – своеобразная «философия» предпринимательства. Маркетинг создает новый образ мышления в управлении предприятием (фирмой). Он формируется как система мышления, т.е. комплекс умственных установок, направленных на оптимальное приспособление конкретных целей к реальным возможностям их достижения, на активный поиск системного решения возникающих проблем. Это стремление использовать наличные ресурсы и весь потенциал предприятия (фирмы) целесообразно и с учетом требований рынка.

Другим распространенным подходом к маркетингу является его раскрытие как «образа действий», т.е. как системы практических приемов и мер, направленных на достижение успеха на рынке. Маркетинг создает новый образ действия предприятия на рынке. Формируется целостная методология рыночной деятельности предприятия (фирмы), раскрывающая ее принципы, методы, средства, функции и организацию. Складывается и развивается система продвижения товаров, в которой используется богатый набор различных приемов: совершенствование функций товара, воздействие на потребителя, гибкая ценовая политика, реклама, эффективность каналов товародвижения и т.д.

Кроме того, маркетинг может рассматриваться как область человеческих знаний, наука со специфическим предметом исследований, учебная дисциплина, область хозяйственной деятельности, специфическая функция предприятия и т.д.

Сущность современного маркетинга состоит в том, чтобы производство товаров и оказание услуг обязательно ориентировались на потребителя, на спрос, на постоянное согласование возможностей производства с требованиями рынка.

Термин «маркетинг» возник в начале XX в. в США как результат развития неценовой конкуренции в условиях ее обострения. До сих пор в зарубежной экономической литературе точное определение и сущность маркетинга являются дискуссионной темой.

Маркетинговая стратегия, как показано в учебном пособии А. Д. Воронина и А. В. Королева [1] – это способ действия на рынке, руководствуясь которым предприятие выбирает цели, жестко связанные с потребительскими предпочтениями и их динамикой, и определяет наиболее эффективные пути их достижения.

Анализ изученной литературы позволяет сделать вывод, что маркетинг выполняет сразу две функции: 1) тщательное изучение рынка и выявление существующих

потребностей, ориентация деятельности компании на удовлетворение данных, а также потенциально возможных потребностей; 2) стимулирование самого рынка, формирование спроса.

Каждое предприятие заинтересовано в успешном развитии маркетинговой деятельности. Ему нужно знать, как успешно управлять предприятием, как продвинуть свою продукцию и сделать ее «ходовой», какая цена является наиболее оптимальной для данной продукции. Конечно же, главными целями предприятия являются получение максимальной прибыли и минимизация издержек, но также необходимо учитывать запросы потребителей, максимально их удовлетворить и тем самым получить преимущество над конкурентами. В этом может помочь грамотно выстроенная стратегия предприятия. Она позволяет предприятию успешно существовать как в благоприятных условиях, так и в условиях неблагоприятной внешней среды. Очевидно, что если товар не в состоянии удовлетворить покупателя и его потребности, то никакие дополнительные затраты и усилия не смогут улучшить позиции предприятия на рынке. Новые продукты, положительно воспринятые потребителями, обеспечивают предприятию на какое-то время известное преимущество перед конкурентами.

В соответствии с сущностью маркетинга выделяют основные принципы:

1. Важнейшую информацию для принятия решений в области рыночной деятельности предприятие черпает из окружающей (внешней) среды.

2. Количественная мера воздействий предприятия в области маркетинга определяется исследованиями рынка.

3. Воздействие на рынок, на покупателя с помощью всех доступных средств, прежде всего рекламы. Не следует пассивно идти за рынком, надо активно воздействовать на потребности, формируя рынок.

Цель маркетинга – определить потребности потребителей и мобилизовать ресурсы фирмы для удовлетворения этих потребностей.

Сам процесс разработки стратегии предполагает разработку действий и процессов, направленных на эффективность предприятия. При планировании стратегии чаще всего используют неполную информацию, по сравнению с выбором управленческих решений. Поэтому необходимо, чтобы разработка стратегии была циклической, постоянно корректировалась и дополнялась [1, с. 112].

Изначально под термином «стратегический маркетинг» подразумевалась организация маркетинговой деятельности с ориентацией не на выпускаемый предприятием товар или услугу, а на потенциального потребителя и его потребности.

Теперь же разработка маркетинговой стратегии опирается на прогнозы относительно долгосрочных перспектив развития рынка и потенциальных возможностей рынка. Стратегический маркетинг должен иметь гибкую структуру, чтобы иметь возможность менять ее под влиянием изменений рынка [1, с. 113].

Особенности стратегического маркетинга:

- потребитель – активный элемент рынка со своими потребностями;
- цель производителя – развитие путем удовлетворения потребностей всех субъектов рынка;
- прибыль – средство решения задач;
- изучение отношений потребителя и производителя с точки зрения их оптимизации;
- изучение отношений потребителя и производителя как сотрудничества;
- уделение внимания покупкам потребителя;
- ориентир на интересы всех рыночных субъектов [2, с.71].

К задачам маркетинговой стратегии относят:

1) разработка комплекса маркетинговых мероприятий (разработка новых видов продукции и т.п.);
2) адаптация деятельности предприятия к изменениям внешней среды;

3) обеспечение адекватности маркетинговой политики предприятия меняющимся потребностям клиентов (изменение номенклатуры товаров и услуг);

Маркетинговую стратегию необходимо разрабатывать, учитывая ее компоненты.

Товарная стратегия – это разработка направлений оптимизации продуктового ряда и определения ассортимента продуктов, наиболее предпочтительного для успешной работы на рынке и обеспечивающего эффективность деятельности предприятия [3,с.14].

Необходимо регулярно проверять ассортимент предлагаемого товара, чтобы определить, на каком этапе жизненного цикла находится та или иная продукция. Это осуществляется с помощью изучения показателей сбыта товаров или услуг, величины издержек и их рентабельности.

Эффективность данной стратегии заключается в систематическом обновлении ассортимента товаров и услуг.

В маркетинге разработка нового продукта имеет следующие этапы:

1. Поиск идеи (предприятию следует обратить внимание на то, какие продукты пользуются популярностью у потребителя и какие рынки стоит осваивать).

2. Отбор идей.

3. Разработка продукта и его проверка.

4. Разработка стратегии продвижения товара и анализ возможностей.

5. Испытание продукта в рыночных условиях [1, с. 115].

Ценовая стратегия – выбор возможной динамики изменения цены продукта в условиях рынка.

Есть две границы, в которых формируется цена.

Нижнюю границу цены формируют внутренние факторы предприятия. Стоимость и уровень техники и технологий, статус предприятия, организация труда и управления, т.е. издержки, которые понесло предприятие, формируют нижнюю границу.

Верхняя граница – внешняя среда.

Во-первых, это поставщики, которые воздействуют на себестоимость товара.

Во-вторых, это канал сбыта: все возможные затраты на поставку товара, его перевозки, комплектация, стоимость упаковки и т.д.

В-третьих, это потребители товара и их спрос на него.

В-четвертых, государство. Государство также может воздействовать на цену товара (например, в случае загрязнения окружающей среды).

В-пятых, конкуренты, которые оказывают воздействие на уровень цен.

К требованиям маркетинга относятся не только создание высококачественного продукта и правильное установление цены на него. Необходимо еще и соответствующим образом довести этот продукт до конечного потребителя и обеспечить его доступность целевому рынку. Поэтому для обеспечения эффективной реализации услуг предприятие должно проводить комплекс мероприятий, находящих свое выражение в формировании маркетинговой сбытовой стратегии [4, с. 164].

Роль сбыта в маркетинговой стратегии обусловлена следующими обстоятельствами:

– в сфере сбыта окончательно определяется результат всех маркетинговых усилий предприятия;

– приспосабливая сбытовую сеть к запросам потребителей, создавая им максимальные удобства до, во время и после приобретения продукта, предприятие имеет значительно больше шансов для выигрыша в конкурентной борьбе;

– именно во время сбыта происходит выявление вкусов и предпочтений потребителей.

Разработка и реализация сбытовой стратегии предполагают решение следующих принципиальных вопросов: выбор каналов сбыта – совокупности способов организации продажи продукта предприятием потребителю, а также выбор посредников (исходя из их профессионализма и наличия опыта работы, организационно-правового статуса, простоты

и надежности системы взаиморасчетов, деловой репутации) и определение приемлемой формы работы с ними. Процесс разработки сбытовой стратегии проходит следующие этапы:

1) определение внешних и внутренних факторов, влияющих на организацию сбытовой сети;

2) постановка целей сбытовой стратегии;

3) выбор каналов сбыта (распределения);

4) анализ и контроль за функционированием сбытовой сети.

Основными элементами анализа функционирования сбытовой сети являются: объемы реализации, издержки на поддержание выбранных каналов распределения, скорость обращения, скорость и качество обслуживания потребителей, соблюдение установленных стандартов, методов и технологий обслуживания.

Таким образом, от выбора стратегии зависит эффективность деятельности компании в условиях конкурентной среды. Стратегический выбор должен быть основан на четкой концепции развития организации, а сама формулировка – однозначной и ясной, поскольку выбранная стратегия на длительное время ограничивает свободу действий руководства и оказывает глубокое влияние на все принимаемые им решения. На практике фирмы не ограничивают свой выбор какой-либо одной стратегией. Чаще всего стратегия предприятия представляет собой комбинацию нескольких стратегий, ориентированную на приоритетные цели компании. В рамках такой комбинированной стратегии определяется первоочередность задач по степени их важности. Внедрение стратегии означает внесение эффекта в действия компании, претворение стратегического плана в жизнь и достижение желаемых результатов.

Список литературы

1. Воронин, А. Д. Стратегический менеджмент: учеб. пособие / А. Д. Воронин, А. В. Королев. – Минск : Выш. школа, 2014. – 175 с.

2. Попов, А. И. Экономическая теория / А. И. Попов. – 4-е изд. – СПб. : Питер, 2006. – 103 с.

3. Хруцкий, В. Современный маркетинг / В. Хруцкий, И. Корнеева, Е. Автухова. – М. : 1991. – 27 с.

4. Гапоненко, А. Л. Стратегическое управление: учебник / А. Л. Гапоненко, А. П. Панкрухин. – М. : Омега-Л, 2004. – 472 с.

The article describes the marketing strategy of the enterprise, its role, set out its functional strategies, component parts shown their essence, the peculiarities of each of them, the task proved, show the stages of product development and summed up.

Сидляревич Елена Анатольевна, студентка 2 курса специальности «Менеджмент» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купала, Гродно, Беларусь. E-mail: sidlyarevich_elena@mail.ru.

Научный руководитель – ***Рабцевич Валентина Вениаминовна,*** доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры экономики и управления на предприятии Гродненского государственного университета имени Янки Купала, Гродно, Беларусь.

УДК 332.122(47+510)

Т.Д. Супteленко

СВОБОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЗОНЫ: ОПЫТ КИТАЯ И РОССИИ

В данной статье рассмотрены понятие, цели, функции, а также отличительные черты свободной экономической зоны. Представлены примеры таких зон в Китае и России.

Проанализированы основные показатели деятельности СЭЗ (ОЭЗ) в этих странах. Сделан вывод о значимости особых зон.

Свободная экономическая зона (далее СЭЗ) определяется как специально выделенные территории, в пределах которых действует льготный таможенный, налоговый, валютный режим хозяйственной и внешнеэкономической деятельности.

СЭЗ создают для осуществления макроэкономических, политических и микроэкономических целей государства. Макроэкономические и политические цели СЭЗ включают в себя: содействие реализации стратегии регионального экономического развития, проведение структурного реформирования экономики. Микроэкономические цели: увеличение экспортной валютной выручки, привлечение инвестиций в экономику, содействие занятости, рост благосостояния и уровня жизни населения [4, с. 7].

Главными функциями СЭЗ является привлечение иностранных инвестиций, расширение зоны экспорта, повышение уровня экономического развития региона путем эффективного использования привлеченных ресурсов, инвестиций, технологий и т.п.

Отличительными чертами СЭЗ являются:

- поддержка со стороны государства в плане законодательного оформления создания и функционирования зоны, резидентных компаний, предоставление им льгот и стимулов, финансирование, прежде всего строительства объектов инфраструктуры;
- отдельная структура управления с наделенными государством соответствующими полномочиями и, как правило, государственное вмешательство в деятельность зон минимально;
- предоставление компаниям-резидентам зоны общих и особых стимулов и льгот налогового, финансового, торгового и административного характера [4, с. 9].

Различают шесть групп СЭЗ в зависимости от характера предпринимательской деятельности: торговые зоны; промышленно-производственные зоны; сервисные зоны; технико-внедренческие зоны; комплексные зоны; трансграничные зоны.

В качестве примера рассмотрим СЭЗ Китая. В настоящее время в Китае действует шесть крупнейших СЭЗ: Шэньчжэньская, Чжухайская, Шаньтоуская, Сямэньская, Хайнаньская и Кашгарская. Их появление послужило стимулом для быстрого экономического развития, стремительного изменения облика городов и деревень, самого значительного роста благосостояния населения в истории Китая.

В 2015 г. ВВП Китая был равен 10,8 трлн долл., общий доход в бюджет составил 2,4 трлн долл., или 22,2 % от ВВП, общий объем импорта и экспорта – 3,95 трлн долл. или 35,8 % от ВВП. Таким образом, экономика Китая является первой в мире по большинству экономических показателей, что означает необходимость изучения деятельности ее составляющих, в том числе свободных экономических зон.

На территории СЭЗ действует льготный режим, согласно которому администрации зон в лице управляющих комитетов пользуются правами провинциальных правительств в области регулирования местной экономики и разработки соответствующей нормативно-правовой базы. В частности, они самостоятельны в вопросах заимствования средств на мировом и внутреннем кредитных рынках, размещения за рубежом облигаций в рамках лимитов, предоставляемых центральным правительством. При этом они отвечают за свои обязательства собственными средствами [3].

Установленный лимит иностранных инвестиций в объекты, самостоятельно утверждаемые СЭЗ, в настоящее время составляет 50 млн долл. (ранее – 30 млн долл.). Инвестиции иностранного резидента должны составлять не менее 25 % уставного капитала в создаваемом предприятии.

Предприятия-резиденты СЭЗ имеют право на льготную ставку налога на прибыль и частичное снятие налогов в течение пяти лет осуществления экономической деятельности. Лояльное налоговое законодательство СЭЗ КНР представлено следующим образом:

деятельность резидентов в течение 2-х лет налогом не облагается, налогообложение следующих 3 лет составляет 50 % от ставки налога [1].

В отношении резидентов СЭЗ, занятых в сферах торговли, переработки, ремонта, а также в импортно-экспортных операциях, действует ставка НДС в 17 %, как и на всей территории КНР. При этом НДС и таможенные платежи не взимаются при импорте производственного оборудования и материалов, ввозимых иностранным резидентом в счет своей доли в предприятии.

Налог на хозяйственную деятельность, потребительский налог (акциз), личный подоходный налог и другие виды налогов, существующие в КНР, в СЭЗ уплачивается по тем же ставкам, что и на остальной территории страны.

По решению местных администраций экспортно-ориентированным или высокотехнологичным предприятиям могут также предоставляться льготы неналогового характера, например, в виде сокращения или полного освобождения от платежей за использование земли, воды, электричества, газа, Интернета, аренду помещений и др.

Резиденты СЭЗ имеют право приобретать недвижимость в собственность. Налог на недвижимость оплачивается в размере 1,2 % от ее стоимости, при аренде – 12 % от стоимости аренды.

Благодаря деятельности СЭЗ в Китае намного увеличился приток иностранных инвестиций, выросла производительность труда, наблюдается высокий экономический рост и повышение общего благосостояния населения.

Как и большинство свободных экономических зон, их деятельность осуществляется на базе государственной собственности.

Между созданием СЭЗ в Китае и других государствах существуют значительные отличия, которые, как правило, заключаются в том, что в китайских СЭЗ, кроме акцента на развитие местной экономики, большая роль отводится «экспериментированию» и «показательным примерам».

СЭЗ Китая отличаются от других тем, что:

- Здесь эффективно сочетают плановый способ регулирования экономики и рыночные механизмы.
- Большое внимание уделяется не только внешнему, но и внутреннему рынку, так как население Китая составляет 1/5 населения мира.
- Активно развиваются высокие технологии и инновации, что позволяет экономике Китая занимать ключевые позиции в мире.
- СЭЗ одновременно развивают индустриализацию и модернизацию в городах.

Создание свободных экономических зон в Китае содействовало сильным изменениям китайской экономической системы, стимулировало ее стремительный экономический рост и позволило Китаю занять ведущее место в мировой экономике.

В России подобные зоны называются особыми экономическими зонами. Особые экономические зоны (далее – ОЭЗ) – это государственный инструмент привлечения прямых российских и иностранных инвестиций в высокотехнологичные отрасли экономики Российской Федерации, производство, сферы транспорта и услуг.

ОЭЗ обладают специальным юридическим статусом, который дает инвесторам ряд налоговых льгот и таможенных преференций, гарантирует доступ к инженерной, транспортной и деловой инфраструктуре, а также устанавливает льготные ставки на аренду и выкуп земельных участков. Данные инструменты позволяют существенно снижать издержки и риски инвесторов.

В соответствии с Федеральным законом от 22 июля 2005 года № 116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» основными задачами создания ОЭЗ являются:

- развитие высокотехнологичных отраслей экономики;
- развитие обрабатывающих отраслей экономики;

- производство новых видов продукции;
- развитие инфраструктуры;
- развитие туризма и санаторно-курортной сферы [5].

Особые экономические зоны нацелены на создание благоприятных условий для реализации высокотехнологичных проектов, импортозамещение, разработку и производство продукции с высокой степенью локализации и добавленной стоимости. Кроме того, ОЭЗ в России – это также и инструмент регионального развития, который позволяет стимулировать и диверсифицировать экономическое развитие территорий.

На конец 2015 года в Российской Федерации создано 33 ОЭЗ четырех типов: промышленно-производственного, технико-внедренческого, туристско-рекреационного и портового.

Основные направления деятельности резидентов ОЭЗ:

- в промышленно-производственных зонах: машиностроение, производство строительных материалов, автомобилестроение, товары народного потребления, металлообработка;
- в портовых зонах: логистика, судостроение, авиастроение, рыбопереработка, электроника;
- в зонах технико-внедренческого типа: информационные технологии, телекоммуникации, нанотехнологии, биотехнологии, медицинские технологии, электроника, микроэлектроника;
- в зонах туристско-рекреационного типа: экологический туризм, спортивный туризм, приключенческий туризм, семейный туризм, горнолыжный туризм, круизный туризм.

В ОЭЗ созданы комфортные условия для развития бизнеса, разработки и создания новых промышленных и высокотехнологичных продуктов.

Резидентам особых экономических зон предоставляются привлекательные условия для ведения бизнеса: налог на прибыль составляет от 0 до 15,5 % на период ведения деятельности в качестве резидента в ОЭЗ, 0 % налог на имущество до 10 лет, налог на землю – 0 % на 5 или 10 лет, социальные налоги и страховые взносы – 21 % до 2018 г.

На сегодняшний день режим ОЭЗ востребован инвесторами, прежде всего, в части зон промышленно-производственного и технико-внедренческого типов. Всего по состоянию на 1 января 2016 года в ОЭЗ зарегистрировано 434 компании-резидента. Объем заявленных инвестиций резидентов – 587,6 млрд рублей, т.е. в среднем более 1 млрд рублей на одного резидента ОЭЗ [2].

Объем уже осуществленных инвестиций резидентов – 180,6 млрд рублей, т.е. уже более 30 % от заявленного объема, при объеме бюджетных инвестиций в создание инфраструктуры порядка 118 млрд рублей. Таким образом, число уже осуществленных частных инвестиций в рамках ОЭЗ превышает объем бюджетных капиталовложений.

Компаниями-резидентами создано более 18 тыс. рабочих мест, объем налоговых отчислений компаниями-резидентами превышает 21 млрд рублей.

Растет конкурентоспособность российской продукции, появляются стимулы для развития и размещения новых производств в России.

На конец 2015 года в ОЭЗ зарегистрировано 77 компаний с участием иностранных инвесторов из 29 зарубежных стран. Лидирующие позиции среди иностранных инвесторов занимают США, Япония, Китай, Германия, Франция, Швейцария, Италия. По состоянию на конец 2015 года компаниями с участием иностранного капитала в рамках ОЭЗ было инвестировано более 114 млрд рублей [2].

Значимость ОЭЗ в современных экономических условиях только возрастает. Льготы и преференции, предоставляемые иностранным инвесторам, делают значительно более привлекательным и доходным вложение средств в другие страны и регионы с такой зоной.

В целом, российские особые зоны являются эффективным инструментом государственного и частного партнерства и имеют большой потенциал развития за счет поступающих инвестиций.

Таким образом, свободные экономические зоны как средство увеличения доходов региона в частности являются стимулом для повышения уровня экономического благосостояния страны в целом. Поэтому важно учитывать их роль во внутренней и внешней экономической деятельности страны.

Список литературы

1. Ван, Ч. Особенности экономического роста СЭЗ Китая / Ч. Ван // Экономика и управление. – 2013. – №. – 2 (34). – С. 65–68.
2. Годовой отчет АО «Особые экономические зоны» // Особые экономические зоны [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: http://www.russez.ru/disclosure_information/oao_oez. – Дата доступа: 20.02.2017.
3. Информация о специальных экономических зонах КНР [Электронный ресурс] / Портал внешнеэкономической информации. Режим доступа: http://www.ved.gov.ru/exportcountries/cn/about_cn/laws_ved_cn/special_area_cn/. − Дата доступа: 19.02.2017.
4. Костюнина, Г. М. Свободные экономические зоны в мире и России / Г. М. Костюшкина. – МГИМО (У) МИД России, 2008. – 139 с.
5. Об особых экономических зонах в Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 22.07.2005 № 116 / Сайт КонсультантПлюс. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=201158&fld=134&dst=354,0&rnd=0.18959905535212473#0. – Дата доступа: 21.02.2017.

The article examines the definition of special economic zone and its functions. Defined the specific features of special economic zone. Shown examples of such zones in China and Russian Federation. Analyzed the basic indicators of activity of SEZ in these countries. The conclusion about the significance of the special zone was made.

Суптеленко Татьяна Дмитриевна, студентка 3 курса специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: taniaGrodno@mail.ru.

Научный руководитель – ***Куликов Александр Михайлович***, старший преподаватель кафедры международного бизнеса и маркетинга факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 338.5

В.Ю. Товстюк

ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ КИТАЙСКО-ЯПОНСКИХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ В 2000-Х ГГ.

Проанализирована динамика развития китайско-японских экономических отношений в 2000-х гг. Исследованы проблемные вопросы в экономических отношениях между КНР и Японией в рассматриваемый период. Выявлена специфика современных китайско-японских экономических отношений.

После окончания «холодной войны» Япония стала менять свою политику от «торгового реализма», фокусировавшегося на финансовом и технологическом росте, к «силовому реализму», включающему использование сил самообороны за рубежом (Ирак, Афганистан). Это усилило китайские опасения о возможном возрождении японского милитаризма.

Изменение внешних политико-экономических целей совпало с приходом к власти нового поколения японских политиков, которые были заинтересованы не в расширении отношений с Китаем, а в укреплении военно-политического союза с США.

Для смягчения китайской позиции японское правительство прибегло к новым займам. В начале 90-х гг. Япония предоставила Китаю заем на общую сумму 700 млрд иен. Подобное поведение Токио несколько ослабило китайские требования, хотя нерешенные проблемы оставались и служили постоянным препятствием для эволюционного развития двусторонних связей.

После окончания «холодной войны» оба государства продолжили активно развивать свои экономические связи. В целях скорейшего вовлечения китайского рынка в мировой экономический обмен Япония поддержала вступление Китая в различные международные организации, включая АТЭС и ВТО.

В начале 90-х гг. Японии удалось частично обойти ограничения на экономическое сотрудничество с Китаем, введенные США и странами НАТО после подавления студенческих демонстраций на площади Тяньаньмэнь [6, с. 142].

Возобновив торгово-экономические связи и предоставив новую экономическую помощь Китаю, Япония быстро восстановила их прежний уровень с соседней страной.

Расширяя связи с Китаем, Япония не отказывалась от участия в американской политике стратегического сдерживания КНР. Токио тревожили усиление военной и экономической мощи Китая и возможность его превращения в гегемона Восточной Азии. Беспокойство не было безосновательным. В то время как в Китае наблюдался беспрецедентный экономический рост, для Японии наступило «потерянное десятилетие» (90-е гг.): страна страдала от хронических политических и экономических кризисов.

Первое десятилетие нового XXI в. ознаменовалось обострением китайско-японских отношений. Торговая война между Китаем и Японией, разразившаяся в 2001 году, со всей наглядностью продемонстрировала японским политикам уязвимость внешнеторговой позиции страны. Ранее Китай, сильно зависящий от импорта японской техники и технологий, не мог себе позволить идти на конфронтацию с японским правительством по тем или иным внешнеэкономическим и даже политическим вопросам, теперь все изменилось. Все чаще вопросы экономического сотрудничества начинают привязываться к политическим противоречиям между странами [3, с. 69].

С начала XXI в. две страны как торговые партнеры вступили в период новых, более жестких отношений. Рубежом перемен стал 2001 год, когда между Японией и КНР произошла первая «торговая война». Официальной причиной принятия таких мер была защита японских производителей, но китайская сторона увидела в них политическую подоплеку. Незадолго до этого между странами в очередной раз возникли разногласия по поводу интерпретации истории в японских учебниках, и действия Токио были расценены как проявление недовольства поведением Пекина.

Китайская сторона расценила действия Японии как «односторонние и дискриминационные в отношении Китая» и пошла на ответные меры. С июня 2001 г. были введены 100%-ные пошлины на экспорт Японии в КНР 60 образцов готовой продукции, в том числе автомобилей, кондиционеров, сотовых телефонов.

В итоге «торговой войны» Япония ничего не выиграла. Она, по оценке японских специалистов, отстояла коммерческие интересы на общую сумму около 150 млн долл., а потеряла 1 млрд долл. В целом события, державшие в напряжении стороны почти год, вызвали внутри Японии неблагоприятный резонанс. Одним из результатов стало оживление антикитайских настроений в деловых и общественно-политических кругах страны. Звучали призывы к правительству Японии отказать Китаю в поддержке его принятия в ВТО [1, с. 25].

Периодически возникающие в Китае массовые антияпонские выступления, которые сопровождаются общественными беспорядками, в том числе призывами бойкотировать японские товары и враждебностью по отношению ко всему, что связано с Японией, создают крайне неблагоприятные условия для деятельности ее компаний в этой стране. Помимо снижения объемов продаж, настроения местного населения отражаются и на многих других аспектах деятельности японских предприятий в Китае, в том числе на их отношениях с местным наемным персоналом, с поставщиками, с администрацией и государственными структурами. Не случайно социальная нестабильность выделена в отдельную категорию так называемых «китайских рисков».

Разногласия также проявились и в сфере экспорта японских технологий в КНР. Китай неизменно проявлял заинтересованность не только в увеличении количества экспортируемых Японией технологий, но и в существенной мере – в качественной стороне этой категории экспорта. И у китайской стороны имелись основания быть недовольной [2, с. 77].

Общая позиция Японии с самого начала партнерских отношений с КНР сводилась к тому, что она считала невыгодным для себя экспорт новейших технологий. Предпочитала поставлять те из них, которые утратили конкурентоспособные преимущества. Подобно тому, как это делалось в отношениях с Южной Кореей, Тайванем, другими экономическими партнерами в Восточной Азии, куда осуществлялся сброс работоспособных, но устаревших технологий.

В основе указанной позиции, как представляется, лежало нежелание Японии создавать себе в лице Китая сильного конкурента. Особая статья – технологии двойного использования: Япония хотела бы избежать содействия их экспортом в КНР наращиванию ее военной мощи [7, с. 27].

В тот же период японское правительство решило сократить экономическую помощь Китаю, а с 2008 г. и вовсе прекратило ее предоставлять, посчитав, что 3,4 трлн. иен в качестве экономической помощи и 69,48 млрд долл. японских инвестиций, накопленных Китаем к 2010 г., уже были достаточной поддержкой китайской экономики. Масштабная помощь Китаю была призвана обеспечить хорошие отношения между двумя странами и экономически привязать Китай к Японии. Отказ от предоставления низкопроцентных займов и помощи способен привести к потере Японией стратегической инициативы в отношении своего соседа.

Таблица – Сравнение масштабов официальной помощи развитию с основными показателями японо-китайского экономического сотрудничества

Год	Объем японской помощи, млн долл.	Фактически осуществленные инвестиции, млн долл.	Товарооборот, млн долл.
2000	769,2	2915,9	85730,9
2001	686,1	4348,4	89195,5
2002	828,7	4190,1	101557,2
2003	759,7	5054,2	132412,0
2004	964,7	5500,0	168045,2
2005	1064,3	6530,0	189444,9
2006	569,4	4759,0	211368,0
2007	435,6	3589,0	236704,0
2008	278,3	3652,4	266372,5

Источник: собственная разработка на онсновании статистических данных

Последующие события (землетрясение 2011 г., цунами и авария на АЭС «Фукусима») обнаружили ошибочность столь резко негативного изменения японской

политики в отношении Китая. В результате прекращения японской финансовой помощи пострадали китайские экономические и экологические проекты. Очевидно, что за прекращением экономической помощи Китаю стояло нежелание финансировать своего соперника, который из года в год показывал стабильный рост экономики и военного потенциала.

Учитывая бедственное положение своей страны после событий 11 марта 2011 г., японские лидеры были вынуждены пересмотреть свою политику в отношении Китая, посчитав, что экономически сильный сосед может помочь возрождению Японии. Они напомнили Пекину о большом вкладе Японии в проведение китайской модернизации. Иными словами, японские политики с полным основанием могли заявить, что «Япония сыграла активную роль в модернизации Китая», предоставив ему займы на льготных условиях, поддержав строительство инфраструктуры и проекты по охране окружающей среды, предложив ряд энергетических разработок и оказав содействие в научно-техническом развитии [4, с. 59].

Многие японские политики, в том числе и премьер Наото Кан, осознали, что в связи с радиационным заражением значительной части территории японские товары и продовольствие уже не найдут широкого спроса за рубежом. Поэтому они решили, что Японии пора менять направленность своей внешней политики и переходить от «экономической дипломатии» (продвижение товаров) к «научной дипломатии» (распространение ноу-хау). Китай в этом случае мог бы стать важнейшей площадкой для продвижения японских инновационных проектов.

Это становится актуальным еще и потому, что в начале XXI в. Япония утратила ведущие позиции во внешней торговле Китая. В результате китайская экономика не пострадала от сокращения импорта товаров из Японии, поскольку удельный вес такового составлял менее 13 % от всего китайского импорта (177 млрд долл. из 1,4 трлн долл. в 2010 г.). Снижение объема китайского экспорта в Японию тоже не оказало существенного влияния на китайскую экономику, так как в 2010 г. он составлял лишь 8 % всего экспорта Китая (121 млрд долл. из 1,58 трлн долл.).

Для Японии же, напротив, доля Китая в ее экспорте только росла два последних десятилетия, в 2010 году составив рекордные 22,9 %. Что касается импорта, то доля Японии в китайском импорте на протяжении 15 лет неуклонно сокращается (в 2010 году этот показатель составил 12,7 %), а доля Китая в японском импорте, напротив, растет (в 2010 году – 17,5 %).

Эти показатели явно свидетельствуют об увеличении важности китайской экономки для японской и, наоборот, о снижении значимости Японии как рынка сбыта китайских товаров и как поставщика, в том числе и стратегически важной для Китая высокотехнологичной продукции.

Как видно, новые обстоятельства заставили Японию в корне пересмотреть характер экономических связей с Китаем [3, с. 75].

Наряду с этим сохранялись существенные политические проблемы, касающиеся прежде всего территориальных споров о принадлежности островов Сенкаку и освоения природных ресурсов Восточно-Китайского моря и др. Спор о принадлежности островов Сенкаку и неустановленные границы на шельфе Восточно-Китайского моря расшатывают и без того сложные и несбалансированные китайско-японские отношения.

Во второй половине 2012 г. китайско-японские отношения обострились из-за того, что японское правительство выкупило часть островов Сенкаку у частного лица, имя которого так и не было названо. Это привело к взрыву негодования китайской общественности, которую возмутил факт «торговли китайской землей». В стране поднялась волна антияпонских протестов.

Следствием этой сделки стал фактический бойкот китайским населением японских товаров, постоянно подогреваемый непрекращающимися акциями протеста.

Первыми жертвами этих выступлений стали работающие в Китае японские компании, часть из которых заявила о свертывании там своих операций. В их числе такие гиганты, как Canon, Panasonic и Sony, а также Komatsu и Toyota.

По итогам 2011 года торговый оборот между Японией и Китаем составлял 383 миллиарда долларов. И от этого конфликта не выиграл никто – Япония сворачивает свою промышленность на территории Китая, а Китай, в свою очередь, теряет рабочие места на этих производствах [5, с. 42].

В Китае понимают, что быстрый экономический рост вызывает стойкие опасения у других стран, прежде всего соседних (за свою экономическую и военную безопасность). Во внешней политике предполагается изменить тактику сотрудничества с соседними странами, учитывать их политические приоритеты, экономические интересы, культурные традиции.

В свою очередь, японские власти также предпринимают попытки изменить политику в отношении Китая, сделать ее более сбалансированной и отвечающей национальным интересам. Однако частая смена японских премьер-министров, придерживающихся подчас диаметрально противоположных взглядов по вопросам внешней политики, не позволяет Японии выдерживать стабильную политическую линию в отношении своего соседа.

Специфика современного этапа китайско-японских отношений заключается в том, что обострение военно-политического соперничества и конкуренции сопровождается усилением экономической взаимозависимости и повышением уровня заинтересованности друг в друге при решении региональных задач.

Существование спорных вопросов в китайско-японских экономических отношениях существенно осложняет диалог между двумя странами и негативно влияет на позитивные экономические тенденции. Однако правительства КНР и Японии понимают опасность, которую несут в себе эти спорные моменты и всячески пытаются минимизировать отрицательные черты в их межгосударственных отношениях.

Два государство осознают важность экономического сотрудничества и стараются не допустить эскалации конфликта, ведь стабильность КНР и Японии, двух экономических гигантов – это гарантия успешного развития всего региона.

Список литературы

1. Афонин, Б. М. Политика Японии в АТР: основные тенденции и направления / Б. М. Афонин // Региональная политика. –2014. – № 7. – С. 23 – 33.
2. Балакин, В. И. Лидерство Китая в Восточной Азии: путь к региональной интеграции / В. И. Балакин // Знание. Понимание. Умение. –2014. – № 4. – С. 72 – 81.
3. Забровская, Л. В. Особенности китайско-японских отношений: прагматизм Китая и лавирование Японии / Л. В. Забровская // Международная Политика. –2013. – № 3. – С. 67 – 83.
4. Киреева, А. А. Китайская стратегия Японии / А.А. Киреева // Япония. –2012. – № 41. – С. 54-69.
5. Киреева, А. А. Обострение территориального спора вокруг островов Сэнкаку / А. А. Киреева // Япония. –2013. – № 45. – С. 39–46.
6. Семин, А.В. Японо-китайские отношения: состояние, проблемы и тенденции (конец XX – начало XXI века) / А.В. Семин. – М. : Ин-т Дальнего Востока РАН, 2008. – 282 с.
7. Хузиятов, Т. Д. Глобальная и региональная экономическая стратегия Японии / Т. Д. Хузиятов // Ойкумена. –2009. – № 2. – С. 24 – 29.

The dynamics of the development of China-Japan economic relations in the 2000s is analyzed. The problematic issues in the economic relations between China and Japan during the period under review were investigated. The specifics of modern Sino-Japanese economic relations are revealed.

Товстюк Владислав Юзефович, студент 4 курса факультета истории, коммуникации и туризма Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: alina.tovstyuk@mail.ru.

Научный руководитель – ***Устюгова Анна Георгиевна***, кандидат исторических наук, доцент кафедры всеобщей и славянской истории факультета истории, коммуникации и туризма Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 659

Е.В. Турлюк

ВНУТРИМАГАЗИННАЯ РЕКЛАМА И ПУТИ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

В статье рассматривается сущность внутримагазинной рекламы, способ ее создания качественным и эффективным образом. Описаны методы повышения внутримагазинной рекламы.

Рекламная работа является неотъемлемой составной частью коммерческой и маркетинговой деятельности любого торгового предприятия. В условиях развития рыночных отношений и повышения насыщенности потребительского рынка товарами и услугами рекламная работа приобретает новое значение, отличается целым рядом специфических черт, знание и учет которых позволяет активизировать процесс продажи, стимулировать реализацию отдельных товаров, рационализировать процесс обслуживания покупателей.

Реклама бывает: 1) по цели: коммерческой, социальной и политической; 2) по месту и способу размещения: ATL-реклама (реклама в СМИ, наружная и внутренняя реклама) и BTL-реклама (почтовая рассылка, продакт-плейсмент, вирусная реклама). В данной статье речь пойдет о коммерческой внутренней рекламе.

Внутримагазинная реклама ставит своей целью привлечь внимание потенциальных покупателей к одному из двух компонентов: к данному магазину, выделяя его своеобразие в розничной торговой сети регионального потребительского рынка, и к отдельным товарам, реализованным в магазине. Также она позволяет покупателю найти ранее рекламируемый товар и товар, который раньше не рекламировался. Презентовать товар можно с помощью различных видов выкладки, дополнительных акций, необычности его расположения среди других групп товаров, но именно реклама сделает товар более узнаваемым, а значит, более употребляемым и приносящим доход. Человек получает посредством нее дополнительные сведения о продукте, свойствах товара, дополнительных возможностях, способах обслуживания [1, с. 124].

Внутримагазинную рекламу можно отнести к рекламе в местах продаж (сокращенно РМП). Под РМП понимаются все мероприятия, связанные с демонстрацией торговой марки на месте продажи. Это определение можно конкретизировать с помощью двух дополнительных понятий. С одной стороны, реклама на месте продажи – это проведение рекламы, направленной на привлечение потребителя и воздействующей на него непосредственно при соприкосновении с товаром. В этом смысле она является завершающим звеном общей рекламы торговой марки. С другой стороны, эта реклама является средством выделения товара из общей массы представленных товаров. В этом смысле она является эффективным звеном стимулирования сбыта товара в момент его продажи [2, с. 45].

Основная задача внутримагазинной рекламы – обеспечить встречу покупателя с товаром. В магазине покупатель принимает большое количество решений в короткий период времени и часто испытывает одновременно информационную перегрузку и нехватку нужной информации. Информационная нагрузка при принятии решения о

покупке характеризуется числом альтернатив и количеством показателей каждой альтернативы. Если покупатель ограничен во времени, решение принять тем сложнее, чем больше показателей, по которым он производит оценку и сравнение вариантов. В этом случае может наступить информационная перегрузка, и человек отложит решение до более благоприятного момента или предпочтет совершить покупку в месте, где среда больше способствует принятию решения. Поэтому необходимо визуально представлять основные преимущества товаров в торговом зале так, чтобы потенциальный покупатель принял решение «здесь и сейчас», а не ушел. Решение покупателя о покупке зависит от сочетания информации, которую он может вспомнить, и внешней информации, доступной в момент выбора. Потребители чаще выбирают марку, информация о которой доступна в данный момент, чем вспоминая то, что они видели и слышали раньше. Производители и торговые организации все больше интересуются внутримагазинной рекламой и имеют своих специалистов для ее размещения в торговых залах, изучают все возможные формы рекламы применительно к конкретному товару и магазину, проводят исследования для анализа торговых залов.

Отношение к РМП со стороны торговых организаций разное. Существуют следующие препятствия к ее развитию на предприятиях торговли:

• недостаток места в торговом зале;

• дополнительные трудности для руководителей отделов, от которых требуется определенная творческая деятельность по оформлению прилавков, стеллажей и выкладке товара;

• большой объем мероприятий по продвижению товаров и наличие уже существующей рекламы на месте продажи.

Создать качественную и эффективную внутримагазинную рекламу помогают POS-материалы. Кроме их основной информационной роли, они помогают покупателю сориентироваться в торговом зале и найти необходимый продукт.

Основными POS-материалами являются:

1) ценники – они несут определенную информацию (цена или какие-либо свойства товара);

2) диспенсеры – фирменная емкость любого объема или подставка для товаров;

3) этажерки и горки, а также карманчики для рекламно-печатной продукции;

4) тумбы или специальные стойки для выставок, презентаций и дегустаций;

5) выставочные стенды, часто используются при проведении крупных маркетинговых компаний;

6) плакаты, которые могут быть разных размеров и различными по техническим свойствам (обычно на клеевой основе);

7) дисплеи и рекламные ролики на настенных телевизорах более стимулируют импульсные продажи, широко используются в крупных магазинах;

8) флаеры, листовки, буклеты. Печатная продукция незаменима в рекламных акциях, при ее минимальной стоимости она достаточно эффективна. Может быть выполнена в любой цветовой гамме или черно-белом варианте различных размеров;

9) шелфтокеры – реклама на полочном пространстве, представляет собой рекламное изображение на картонной, тканевой или пластмассовой основе. С помощью такой рекламы выгодно подчеркнуть место нахождения товара и товарный блок;

10) стоп-шелфы также являются видом потолочной рекламы, но уже на основе подвесных рекламных материалов (джумби, растяжки, перетяжки внутри магазина и прочее);

11) джумби – это имитация продукта в достаточно увеличенном масштабе, выполненная из картона, пластика или мягкая, надувная. Их подвешивают к потолку или ставят рядом с товаром, украшают ими витрины магазина и необходимые полки;

12) наклейки, в том числе и напольные, являются интересным рекламным ходом, они могут быть любой формы (например, в виде стрелочек, отпечатка ноги или обуви) и вести покупателя к продукту. В данной рекламе особенно важно следить за ее состоянием, не допускать искаженного, непрезентабельного вида, когда она становится нечитаемой;

13) флажки, надувные шарики с информацией и гирлянды вызывают праздничное настроение и морально располагают покупателя подойти ближе к товару;

14) этикетки, транспаранты [3].

Внутримагазинная реклама для торговых предприятий становится эффективным инструментом коммуникации с потребителями. Они информируются о товарах, продаваемых в магазине. Размещая в магазине афиши, плакаты и транспаранты, торговые предприятия напоминают посетителям магазина о проводимых мероприятиях по стимулированию; модифицируя прилавки, дают возможность потребителям лучше изучать и сравнивать товары; и, наконец, все активнее используют рекламу в магазине в информативных целях.

Оборудование внутримагазинной рекламы должно соответствовать следующим требованиям:

• простота: быть максимально скромным и не «затмевать» товар;

• сочетаемость: соответствовать торговой точке, в которой оно будет установлено, и гармонировать с упаковкой товара (по форме, цвету и внешнему виду);

• представительность: подчеркивать престижность товара;

• контактность: способствовать контакту покупателя с товаром, желанию потрогать товар и обеспечивать эту возможность.

Для совершенствования внутримагазинной рекламы могут быть использованы следующие методы:

1. Рекламные материалы не должны мешать ни покупателю, ни продавцу. Они не должны загораживать товар или затруднять к нему доступ. Также рекламные материалы должны быть чистыми и опрятными.

2. Желательно периодически менять используемые рекламные материалы, так как покупатели привыкают к ним, перестают видеть. Для генерирования новых идей, призванных решать поставленные перед рекламой задачи, применяются различные методы, которые творческие работники могут использовать. Многие идеи возникают в результате бесед с потребителями, дилерами, экспертами и конкурентами.

3. Необходимо разработать систему оценки эффективности использования рекламных материалов, используя при этом данные по продажам до размещения рекламных материалов и после (если таковой не имеется).

4. Рациональное освещение торговых помещений помогает привлечь внимание покупателей именно к тем товарам, которые магазин считает необходимым усиленно рекламировать. Изменение время от времени цвета освещения отдельных участков, зон торгового зала также привлекает покупателей и тем самым содействует коммерческому успеху. В случае применения данного способа покупатели еще больше внимания будут обращать на рекламируемые товары, особенно когда освещение подобрано должным образом.

5. Можно уделить внимание мероприятиям типа «2+1». Подобные акции привлекают большое количество покупателей, принося магазину прибыль [2, с. 48].

Таким образом, задачей внутримагазинной рекламы является повышение продажи какого-либо конкретного товара (группы товаров) в данной торговой точке. При этом воздействие носит ограниченный во времени и пространстве характер, т.е. мотивация потребителя совершить покупку сразу. Этим реклама в местах продаж отличается от, например, телевизионной рекламы, которая не предполагает незамедлительной реакции покупателя.

Список литературы

1. Таборова, Л. Г. Умный мерчендайзинг: практ. пособие / Л. Г. Таборова. – М. : Дашков и К, 2009. – 160 с.

2. Дейлан, А. Стимулирование сбыта / А. Дейлан. – СПб. : Нева, 2003. – 128 с.

3. Аналитика в торговле [Электронный ресурс]. – Киев, 2015. – Режим доступа: http://atrade.info/pos.html. – Дата доступа: 05.12.2015.

The article deals with the essence of in-store advertising, the way of its creation in a qualitative and effective manner. The methods of increasing intra-store advertising were described.

Турлюк Евгений Викторович, студент 4 курса специальности «Коммерческая деятельность» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: Nelson-123@mail.ru.

Научный руководитель – ***Ли Чон Ку,*** кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой международного бизнеса и маркетинга Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 339:004.738.5

Wei Fuqiang

RECOMMENDATIONS ON THE ACCELERATION OF THE DEVELOPMENT OF E-COMMERCE IN THE REPUBLIC OF BELARUS

This paper briefly introduces the Republic of Belarus to discuss the development prospects of Belarus in the economic development of the global economy, the basic driving force of the Belarusian economy, and the future development of Belarus' e-commerce in the future.

The Republic of Belarus is an international crossroads of Euro-Asian transport, energy and information communications. The capital of the republic is situated in the center of the 1000-mile range (from Germany to the Urals and from Scandinavia to Turkey) with the highest density of population and trade and transport flows.

Together with a network of free economic zones of the Republic is a geographic location is the key to the success of any project to use as the transit potential of the territory, and the venue for trade fairs and the organization of assembly plants.

The Republic of Belarus, being a relatively small country with a well-educated population, which quickly takes new technologies, is a great market for the introduction of new technologies. Modern infrastructure and affordable services are also an incentive to use transit and export potential of the country.

Given the decisive role of the state in the formation of the information infrastructure for electronic commerce a major priority of its development along with the information support of small and medium-sized businesses and the direction of «business to business» is also the direction of «Business Administration» concerning mainly the creation of electronic marketplaces for public supply and procurement.

At present, the Republic of Belarus, like other developed countries, is developing e-commerce in every way as one of the important directions for increasing the competitiveness of enterprises and entering new markets for goods and services.

The problems and directions of the development of information technologies and telecommunications in the country are included in the system of the most important economic and strategic priorities, with which the formation of a modern «information economy» is connected. Information is becoming one of the dynamically and successfully developed spheres of activity in the republic. According to the World Bank, the market of information and communication technologies of the Republic of Belarus is among the major markets of Eastern

Europe.

With the development of the economy, the growth of exports and the successful implementation of social programs in the country, the understanding of the role and importance of information technology and electronic commerce in the management and organization of public and private enterprises is gradually growing.

At present, in the Republic of Belarus, e-commerce is considered as one of the most important directions for the creation of a civilized, transparent, highly organized market of products, services and technologies.

It should be noted that an important trend is the organization of training of specialists in the field of electronic business in the leading universities of the country. On the basis of relevant departments in universities, projects on e-commerce, e-marketing, advertising and other areas of e-business are being implemented.

In modern conditions, the development of previously created information systems requires the consolidation at the state level of the efforts of all interested ministries and concerns, state and private enterprises and is one of the priority and important practical steps towards the formation of the Republican Information Support System for Foreign Trade and Trade. At the same time, it is important to carry out all these activities in a complex, building relationships between the state and the Internet business on the basis of a well-considered and justified system of rules and procedures.

Currently, the country has created measures of state support for the development of electronic commerce:

- coordination policy (in terms of law and taxation),
- Identification of factors that contribute to and impede the development of electronic commerce,
- the formation of a basic infrastructure.

The following are the most promising areas for the development of the Internet commerce market in the Republic of Belarus.

First, the stable development of electronic commerce should be carried out in parallel with the development of communication networks in general. Optimization and development of data transmission channels, both inside the republic and abroad, will help increase the connection speed, which will lead to an increase in the number of Internet users and an increase in the number of visitors to Belarus online stores.

Secondly, it is necessary to create an appropriate legislative framework, which will greatly facilitate the implementation of e-commerce transactions. At the current stage, the legislation of the Republic of Belarus does not promote the establishment of the Internet, it has become a system for the transfer of real financial information.

Thirdly, further development of payment systems is necessary, which will undoubtedly have a positive effect on the development of electronic commerce in general.

The most urgent task in the near future is to launch a chain reaction of enterprises using information technologies (to bring into the system of large suppliers that will bring their customers, those – other suppliers, etc.).

It is important to form a critical mass of users on the basis of the electronic trading system and create a national portal for foreign trade and trade.

It is necessary to increase the share of operational consulting services (insurance, logistics, justification of contract prices, marketing, etc.) in the structure of international trade. This direction is very promising. Despite the growing number of problems in the economies of all countries, the information technology and e-business sector is growing.

Prospective directions for the development of Internet commerce in the Republic of Belarus are also:

- development of a national ICT development strategy;
- Improvement of legislation in the field of e-business;

- Trade facilitation;
- system of electronic public procurement and tenders;
- creating a guidebook for foreign investors and businessmen with sections on ICT and e-commerce.

The rapid development of information technology has now caused a sharp surge in consumer interest in the direction of domestic business – the creation of online stores. This perspective direction of the development of modern network trade is of interest both to the owners of online stores that create electronic catalogs and place products in them, as well as among ordinary buyers.

Further it should be noted that at present it is advisable to consider proposals for the development of electronic payment systems.

In 2016 – 2020 years of development of the market of electronic money in the Republic of Belarus will be directed to:

- Empowerment of individuals and legal entities on the implementation of operations with electronic money of different payment systems;
- Increased interest of end consumers in the use of electronic purses;
- Construction of clear and transparent conditions for carrying out transactions with electronic money.

Creating a system of e-commerce, including advanced marketing system, logistics, electronic payments is very expensive. According to analyst firm Data monitor, only to create a site that supports e-commerce, it takes an average of 24 thousand. USD. In Europe and 49 th. In the United States.

The company's specialists is that the creation of a site for advertising costs 200 thousand dollars, the website online store -.. To $ 1.3 million.

Price development of the Belarus site is 1-5 thousand. Dollars. Evaluate the effectiveness of e-commerce is quite difficult. According to Western analysts, less than 30 % of companies in the world own approaches to measuring the effectiveness of IT projects, less than 5 % of IT projects are carried out with measurements of effectiveness, and less than 2 % of companies measure the gain or loss after the end of the project.

For Belarus, the development of e-commerce performance evaluation mechanisms is a priority in terms of intensive growth of IT-technologies. For Belarus companies developed a model mechanism for evaluating the effectiveness of an IT project.

The process of creating an e-commerce system goes through several phases in the Belarusian companies.

In the first stage, the company creates its own web page, which shows information about the company and its products.

In the second phase of e-commerce system is already beginning to work, however, only covers certain aspects of business processes.

The final stage is the integration of the company's online system with its corporate information system and is characterized by active use of e-trading platform.

The mechanism of evaluating the effectiveness of IT project presupposes the existence of two main groups of effects:

- Economic (measurable) indicators of effectiveness of implementation;
- Organizational (qualitative) changes are not quantifiable.

Most of the changes are difficult to measure quantitatively, but it is important to emphasize that the effect in these destinations evaluate changes found already in the implementation phase.

However, take into account all costs, which is the result of what the qualitative factors that influence the final effect – these problems must be solved each individual company, based on the conditions of its functioning.

With regard to the introduction of e-commerce projects of Belarus enterprises now dominated by the approach that every online resource is one of the varieties of the investment

project.

On this basis, performance evaluation is carried out by traditional methods of investment analysis, although in international practice, developed a large number of methods for evaluating the effectiveness of IT investments (in Vol. H. In e-commerce).

For an adequate assessment of investments in new technologies must be adapted existing techniques (TCO, balanced scorecard, process cost-benefit analysis, etc..) To the Belarus business environment. Thus, it is impossible to create a universal method of evaluating the effectiveness of e-commerce in view of the many differences in the existing IT projects, but the standard mechanism for assessing the effectiveness of the IT project will help Belarus companies gain a competitive advantage through the use of e-commerce systems.

In conclusion, it should be noted that information technologies offer new opportunities to offer new products and services, which can significantly increase the productivity and efficiency, and thereby provide a strategic advantage. The further development of information technologies of the Belarus market will open up new possibilities in the field of e-commerce, as well as set new objectives in the field of evaluation of payback.

1. *Список литературы*

2. Ассэль, Г. Маркетинг: принципы и стратегии: учебн. для вузов / Г. Ассель. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 170 с.

3. В Беларуси принята стратегия развития информационного общества до 2030 года: планы грандиозные // Сайт УП «Надежные программы» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://it/tut/by/news/88778.html#my3. – Дата доступа: 28.01.2017.

4. Внешний интернет-шлюз Беларуси расширен до 12 Гбит/с // Сайт Национального оператора электросвязи Республики Беларусь РУП «Белтелеком» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.beltelecom.by/news/28329/. – Дата доступа: 21.12.2016.

5. Галюта, Ю. Главный проект информационной поддержки экспорта – www.Export.by / Ю. Галюта, А. Демянович // Конкурсные торги в Беларуси и за рубежом. – 2003. – Сигнальный номер. – С. 8.

6. Годин, А. М. Маркетинг: учебн. для экономических вузов по направлению «Экономика» и специальности «Маркетинг» / А. М. Годин. – М. : Дашков и К°, 2010. – 671 с.

7. Дурович, А. П. Маркетинг: курс интенсивной подготовки: учебн. пособие / А. П. Дурович. – Минск : Соврем. школа, 2010. – 253 с.

The article briefly introduces the Republic of Belarus to discuss the development prospects of Belarus in the economic development of the global economy, the basic driving force of the Belarusian economy, and the future development of Belarus' e-commerce in the future.

Вэй Фуцян, магистрант специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: 1342250491@ qq.com.

Научный руководитель – ***Ли Чон Ку,*** кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой международного бизнеса и маркетинга факультета экономики и управления Гродненского государственного университета им. Я. Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 339.138

Д.С. Чертко

ИНСТРУМЕНТЫ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА В ПРОДВИЖЕНИИ КОМПАНИИ

Рассмотрены понятия «интернет-маркетинг» и «маркетинговые исследования». Выявлены наиболее эффективные инструменты интернет-маркетинга на международном уровне.

Проанализирована эффективность использования инструментов интернет-маркетинга на 2017 год.

В современном мире рыночных отношений маркетинг играет важную роль в развитии и конкурентоспособности бизнеса. Каждый предприниматель хочет получать высокий доход, выделяться и, самое главное, не отставать от своих конкурентов, а быть на шаг впереди них. Поэтому он задается вопросом: что сделать, чтобы увеличить продажи, привлечь и удержать клиентов? Ответом на этот вопрос является развитие маркетинговой деятельности компании. Каждой организации, не важно какой сферы деятельности, необходим маркетинг, так как он является одной из главных составляющих успеха на рынке. Поэтому маркетинг необходим для эффективного ведения бизнеса. Он позволит компании процветать, несмотря ни на спад экономики, ни на снижение покупательского спроса, ни на усиление конкурентной борьбы.

Также предприятию, которое продвигает свой товар или услугу на рынок, независимо от того, локальный рынок или международный, обязательно необходимы маркетинговые исследования.

Маркетинговое исследование (англ. marketing research) – форма бизнес-исследования и направление прикладной социологии, которое фокусируется на понимании поведения, желаний и предпочтений потребителей, конкурентов и рынков в диктуемой рынком экономике [3].

Это очень эффективный, но дорогой способ получения информации о рынке, на который организация продвигает свой товар. Благодаря исследованиям можно получить информацию о продукте, о конкурентах, о положении компании на рынке. Особенно важно проводить исследования и анализ перед внедрением нового продукта. Это позволит оценить ситуацию и построить стратегию дальнейших действий.

Практически все современные коммерческие компании имеют представительство в Интернете в виде сайта, блога, страницы, рассчитанные на различную целевую аудиторию. Однако просто создав сетевой ресурс и заполнив его информационным контентом, компания не обеспечит автоматическое увеличение продаж и рост популярности. Необходима более целенаправленная работа с сайтом, предполагающая его раскрутку, SEO-продвижение и увеличение конверсии.

Интернет-маркетинг (internet marketing) – это совокупность приемов в Интернете, направленных на привлечение внимания к товару или услуге, популяризацию этого товара (сайта) в сети и его эффективного продвижения с целью продажи [1].

Основная задача интернет-маркетинга – получить максимальный эффект от потенциальных пользователей сайта и увеличить их поток. Комплексный интернет-маркетинг применяет все возможные каналы рекламы и продвижения ресурсов в Интернете для увеличения посещаемости сайта и роста продаж.

Эффективный маркетинг в Интернете (e-marketing) состоит из следующих компонентов:

1. Продукт. Обязательно должен иметь уникальное свойство, которое отличает его от других, чтобы конкурировать с другими магазинами.
2. Цена. В интернете цены несколько ниже, чем на самом деле.
3. Продвижение – многоуровневая раскрутка как сайта, так и товаров.
4. Точка продаж – сайт. Функциональный ресурс должен иметь оригинальный дизайн, качественную навигацию, юзабилити высшего уровня.

Основные инструменты интернет-маркетинга:

- SEO-оптимизация (продвижение в поисковых системах);
- e-mail-рассылка;
- SMM-оптимизация (реклама в социальных сетях);
- контекстная реклама;
- баннерная реклама;

- арбитраж трафика [3].

Использование и применение данных инструментов позволит организации иметь высокое преимущество над конкурентами, так как:

1. Потребитель получит максимум необходимой информации о продуктах и услугах. Главное, сведения должны быть полными и оригинальными.
2. Пользователь Интернета сам находит необходимые ему сведения, вводя в поисковой строке определенные слова и словосочетания.
3. Количество потребителей не ограничено, поскольку сделать заказ можно из любой точки мира.

Подробней рассмотрим инструменты интернет-маркетинга:

1. SEO. Профессиональная SEO-оптимизация – комплекс действий над сайтом, направленный на улучшение позиций выдачи сайта в популярных поисковых системах (Яндекс и Google). Эта стадия раскрутки является обязательной для продвижения большинства коммерческих проектов в Интернете [3].
2. E-mail-рассылка. На сайте можно предлагать подписаться на обновления сайта или давать бесплатную полезную информацию взамен на имя и e-mail посетителя.
3. SMM. Социальными сетями пользуется большая аудитория. Исходя из этого SMM имеет ряд преимуществ: бесплатное создание сообщества, широкие возможности для обсуждения и общения с клиентами, которые пользуются привычным интерфейсом, демонстрация товара [1].
4. Контекстная реклама. Ее видят пользователи, которые ввели в поисковой строке определенный запрос. Основные плюсы: гарантированные переходы пользователей на сайт, быстрота запуска, возможность контроля каждого этапа воронки. Основные минусы: относительно высокая стоимость клиента, частые изменения [1].
5. Баннерная реклама. Предполагает формирование устойчивой ассоциации конкретного бренда (символа) с определенными товарами либо услугами.
6. Арбитраж трафика. Арбитражем трафика называют скупку и продажу трафика (потока посетителей конкретного ресурса) по более выгодной стоимости.

SEO-продвижение является наиболее эффективным каналом привлечения клиентов. Данный инструмент способен масштабировать бизнес и сам по себе, но его все же лучше использовать в комплексе с другими методами продвижения. Не уступает SEO контекстная реклама, так как все больше крупных компаний приходит в Интернет. В связи с этим растут цены на данный метод продвижения и популярность.

В 2016 году рекламный рынок ожил после двухлетнего падения. Компании всего мира по-прежнему вкладывают деньги в рекламу на ТВ, радио и пр., но статистика свидетельствует: маркетинговые бюджеты перераспределяются в пользу интернет-рекламы (увеличилась на 30 % по отношению к 2015 году). Развиваются все сегменты онлайн-рекламы, однако бизнес для привлечения покупателей на сайт предпочитает продвижение с помощью видео- (+38 %), мобильной (+55 %), нативной (+26 %) рекламы и рекламы в социальных сетях (+27 %).

Популярной в 2016 году стала видеореклама. Видеореклама (в том числе мобильное видео) составляет 20 % CRT. CRT (от англ. Click-through rate) – соотношение числа кликов на рекламу в Сети к числу показов. Размещать видеорекламу следует на канале в YouTube, сайте производителя, сайте ритейлера, в социальных сетях.

60 % маркетологов и владельцев компаний увеличат инвестиции в видеорекламу в 2017 году. Охват аудитории этого канала будет расти на 28 % ежегодно [4].

Также пользователи обращают больше внимания на контекстную рекламу. Контекстная реклама стала в 3 раза эффективнее баннерной. Пользователей привлекает вовлекающий контент, контент на базе предпочтений целевой аудитории, визуальный контент.

Потребители предпочитают полезную информацию о товарах и услугах, «вшитую» в интересные для них публикации от имени компании. На основании данных можем сделать вывод, что для продвижения полезно использовать изображения, gif-рекламу, видеообзоры. Контент с видео или картинками просматривают на 94 % чаще, чем тексты. Чтобы привлечь большое количество целевых клиентов на сайт, компаниям необходимо ссылаться в публикациях на высказывания, поступки медийных персон (с хештегами) [4].

Значительная часть людей используют только Интернет в качестве основного источника информации. Есть люди, которые уже не смотрят телевизор, не читают газет. Они пользуются Интернетом, так как это проще и быстрее. Все популярнее становится покупка товаров в интернет-магазинах. С каждым годом процент таких покупок растет. Поэтому использовать инструменты интернет-маркетинга становится необходимым условием развития компании, ее конкурентоспособности, а также узнаваемости и современности.

Список литературы

1. Бережнов, А. Что такое интернет-маркетинг – полный обзор для новичков + основные инструменты и стратегии продвижения / А. Бережнов, В. Цыганок. // Бизнес-журнал ХитерБобер.ru. – 2015 [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://hiterbober.ru/business-terms/chto-takoe-internet-marketing.html. – Дата доступа: 28.02.2017.

2. Маркетинговые исследования. Виды, методы, процессы и этапы исследований // Файловый архив студентов StudFiles. – 11.05.2015 [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.studfiles.ru/preview/3730949/. – Дата доступа: 28.02.2017.

3. Касьянов, С. Инструменты интернет-маркетинга: 9 самых эффективных методов продвижения // Генеральный директор: электронный журнал. – 19.10.2015 [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gd.ru/articles/8149-instrumenty-internet-marketinga. – Дата доступа: 02.03.2017.

4. 4 тренда интернет-маркетинга, которые будут актуальны в 2017 году // Журнал «Коммерческий директор»: электронный журнал – 20.12.2016 [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.kom-dir.ru/article/1603-trendi-internetmarketinga?utm_source=letternews&ustp=F&utm_medium=letter&utm_campaign=letternews_2017.02.01_top_of_komdir_readers_20400. – Дата доступа: 01.03.2017.

The article deals with the concepts of «Internet marketing» and «marketing research». The most effective Internet marketing tools at the international level have been identified. Analysed the efficiency of using Internet marketing tools for 2017.

Чертко Дарья Сергеевна, студентка 4 курса специальности «Управление информационными ресурсами» факультета математики и информатики Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: dashka_chertko@mail.ru.

Научный руководитель – ***Лешук Сергей Валерьевич,*** старший преподаватель кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 330.322(476)

Л.Л. Шпак

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ И УСЛОВИЙ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ ПРИВЛЕЧЕНИЕ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В ЭКОНОМИКУ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Проанализированы факторы и условия, влияющие на привлечение прямых иностранных инвестиций в экономику Республики Беларусь. Определены основные преимущества, которыми

обладает Республика Беларусь для привлечения прямых иностранных инвестиций. Рассмотрены наиболее эффективные направления для инвестирования в Беларуси.

В современных условиях политическое, социально-экономическое, культурное развитие стран происходит под влиянием процессов международной глобализации и интеграции. Эффективное развитие национальной экономики страны невозможно без включения ее в систему международного разделения труда.

Уровень вовлеченности экономики страны в систему мирохозяйственных связей характеризует степень ее открытости. Американским исследовательским центром «Фонд населения» (The Heritage Foundation) совместно с газетой The Wall Street Journal публикуется индекс экономической свободы. По итогам 2016 года Республика Беларусь в данном рейтинге занимает 157 место с показателем 48,8 [1].

На современном этапе Беларусь характеризуется наличием открытой, ориентированной на экспорт экономикой. Более 50 % производимых в стране товаров поставляется на экспорт. Для Республики Беларусь присущи высокие темпы экономического роста, повышение научно-технического и транзитного потенциала, участие в интеграционных процессах в рамках СНГ, а также диверсификация торгово-экономических отношений с другими регионами мира.

Международная торговля не ограничивается обменом товарами и услугами, она включает также обмен ресурсами, которые необходимы для их воспроизводства. Основным фактором производства является капитал.

Международное движение капитала представляет собой процесс изъятия части капитала из национального оборота в одной стране и перемещение его в товарной или денежной форме в производственный процесс и обращение другой страны.

Одной из основных форм движения капитала являются прямые иностранные инвестиции (ПИИ), представляющие собой вложение капитала резидентом одной страны (прямым инвестором), с целью приобретения долгосрочного экономического интереса, в предприятие-резидента другой страны (предприятие с прямыми инвестициями), обеспечивающее контроль инвестора над объектом вложения капитала.

Прямые иностранные инвестиции включают как первоначальное приобретение инвестором собственности за рубежом, так и последующие сделки между инвестором и предприятием, в которое вложен его капитал.

Для Республики Беларусь, как активного участника международных экономических отношений, привлечение прямых иностранных инвестиций является основополагающей составляющей внешнеэкономической политики государства.

МИД Республики Беларусь совместно с белорусскими загранучреждениями создает условия для привлечения иностранных инвестиций в экономику и формирования благоприятного инвестиционного имиджа Беларуси за рубежом.

Для иностранных инвестиций открыты все сектора экономики, исключение составляют производства оружия, наркотических и ядовитых веществ.

Иностранные инвесторы имеют право создавать на территории Республики Беларусь компании с любым объемом иностранных инвестиций, в любых организационно-правовых формах, а также их представительства.

В географическом разрезе значительная доля притока прямых иностранных инвестиций на чистой основе (по состоянию на 01.01.2016) приходится на инвесторов из:

1) стран Европейского союза (Польша, Германия, Литва, Австрия и др.) – 39 %;
2) стран ЕАЭС (Армения, Казахстан, Киргизия, Россия) – 29 %;
3) стран Азии и Ближнего Востока (Китай, ОАЭ, Индонезия и др.) – 6 %;
4) прочие страны – 26 % [2].

Состояние привлечения иностранных инвестиций в экономику в 2014–2016 гг. характеризуется наличием устойчивой тенденции к спаду. За 2016 год в реальный сектор экономики (кроме банков) иностранные инвесторы вложили 8,6 млрд долларов США.

Поступление прямых иностранных инвестиций составило 6,9 млрд долларов США, или 80,9 % от всех поступивших иностранных инвестиций [3].

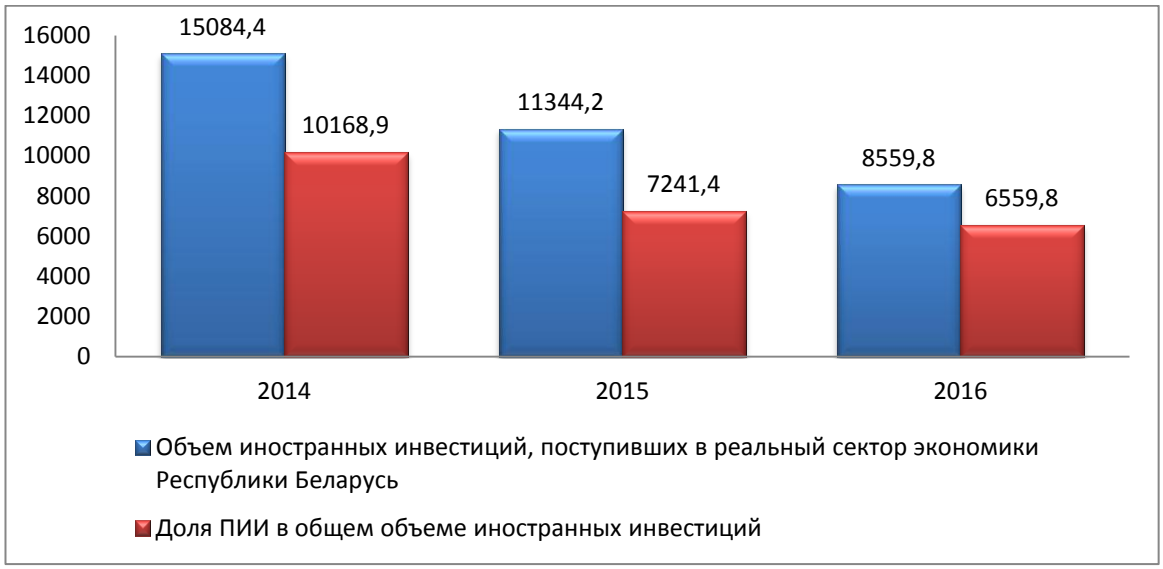


Рисунок – Динамика объема иностранных инвестиций в 2014–2016 гг., млн долларов США

Источник: собственная разработка автора на основании данных [3].

Основной задачей политики социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы является модернизация экономики посредством ПИИ.

Экономика Республики Беларусь весьма перспективна в области привлечения прямых иностранных инвестиций. Беларусь обладает выгодным экономико-географическим положением и развитой транспортно-логистической системой. Расположение страны в центре Европы позволяет компаниям эффективно обслуживать наиболее емкие и быстрорастущие рынки сбыта: страны Европейского союза (508,2 млн потребителей), Россию, Украину, Казахстан и другие страны СНГ (282 млн потребителей) [4].

Республика Беларусь предоставляет потенциальным инвесторам прямой доступ к рынку пяти стран ЕАЭС (Беларуси, России, Казахстана, Армении и Кыргызстана), что означает: свободное передвижение товаров, услуг, капитала, рабочей силы, единые таможенные тарифы, равные условия хозяйствования, единые правила технического регулирования, единые санитарные и ветеринарные нормы.

Конкурентоспособность Республики Беларусь в области прямых иностранных инвестиций также определяет инвестиционный и налоговый климат. В стране действует ряд преференциальных режимов, которые могут быть очень полезны иностранным компаниям, в том числе с точки зрения их налогового планирования и оптимизации. Они включают специальные льготные условия хозяйствования при организации бизнеса в рамках:

1) шести свободных экономических зон («Брест», «Минск», «Гомель-Ратон», «Витебск», «Могилев» и «Гродноинвест»): 0% – налог на прибыль в течение 5 лет, после истечения 5 лет налог на прибыль – по ставке, уменьшенной на 50 % от ставки, установленной налоговым законодательством, но не более, чем по ставке 12 %, 10 % – НДС;
2) парка высоких технологий: 0 % – налог на прибыль, 0% – НДС;

3) китайско-белорусского индустриального парка «Великий камень»: 0 % – налог на прибыль в течение 10 лет.

Зарубежные компании также могут извлечь дополнительную выгоду посредством максимального снижения инвестиционных затрат и налоговой нагрузки при размещении своего бизнеса на территории малых и средних городов Беларуси (0 % – налог на прибыль в течение 7 лет) [4].

Развитая транспортная и логистическая инфраструктура является еще одним преимуществом Беларуси. Транспортная инфраструктура Республики Беларусь представлена широкой сетью автомобильных, железных, воздушных дорог. Магистрали, пролегающие в стране, являются важнейшим элементом европейской транспортной системы. Так, Беларусь пересекают 2 трансъевропейских транспортных коридора, по международной классификации № «II» («Запад-Восток») и № «IX» («Север-Юг»). Ежегодно через территорию Беларуси следует свыше 100 млн тонн европейских грузов, из них около 90 % – между Россией и ЕС [4].

Способствуют привлечению ПИИ уникальные приватизационные возможности Республики Беларусь. Беларусь предоставляет компаниям-инвесторам возможности ускоренного развития их бизнеса, обусловленные активизацией в стране процесса приватизации. На долю государственного сектора приходится порядка 70 % промышленного производства. В настоящее время, с целью повышения эффективности национальной экономики, Беларусь заинтересована в развитии взаимовыгодного сотрудничества с крупными потенциальными инвесторами. За последние годы было произведено несколько успешных приватизационных сделок (продажа государственных долей акций ОАО «Белтрансгаз», СП «Мобильная цифровая сеть» и др.), которые вошли в число крупнейших в Европе сделок по слиянию и поглощению.

Бесспорное и неотъемлемое преимущество, способствующее привлечению ПИИ в Республику Беларусь, – высококвалифицированные трудовые ресурсы. Согласно данным Human Development Report 2015, ИРЧП Беларуси составляет 0,798. С таким показателем страна делит первое место с Россией (0,798) в категории стран с высоким уровнем развития человеческого потенциала. Более 90 % населения имеют высшее, среднее или базовое образование. Четко налаженная система профессиональной подготовки и переподготовки позволяет белорусским специалистам успешно работать в компаниях любых отраслей как в своей стране, так и за рубежом.

В настоящее время, в Республике Беларусь, можно выделить 3 сферы, которые являются наиболее выгодными для иностранных инвесторов:

1) IT-индустрия;
2) фармакология и фармацевтика;
3) оздоровительный и культурный туризм.

В последние несколько лет за Беларусью в Европе и мире прочно закрепилась репутация ведущей «IT-страны» в Восточно-Европейском регионе. Согласно рейтингу Global Services 100, Республика Беларусь заняла 13-е место среди 20 стран-лидеров в сфере ИТ-аутсорсинга и высокотехнологичных услуг. Кроме того, в ТОП-100 крупнейших мировых компаний данной сферы вошли три фирмы с белорусскими корнями: EPAM Systems, IBA Group и Intetics Co [5].

В проекты IT-сферы Беларуси можно выгодно вкладывать значительные денежные средства. Основные иностранные инвесторы в белорусской IT-сфере – компании США, Великобритании, Израиля, Германии и России. В 2016 году Парком высоких технологий (ПВТ) привлечено 169,2 млн долларов США прямых иностранных инвестиций [5].

Фармакология представляет собой одно из успешных направлений для инвестирования в Беларуси. Она непосредственно связана с медициной и здравоохранением в целом. Здоровье граждан определяет успех развития экономики. В связи со снижением платежеспособности создаются условия для развития фармакологии

Республики Беларусь, так как население предпочитает медикаменты национального производства их зарубежным аналогам из-за более доступной цены, тем самым увеличивая спрос на внутреннем рынке.

В соответствии со статьей 100 Договора о Евразийском экономическом союзе, появился общий рынок лекарственных средств. Были подписаны Соглашения о единых принципах и правилах обращения лекарственных средств и медицинских изделий (изделий медицинского назначения и медицинской техники). Таким образом, потенциальный инвестор получает доступ к рынку стран ЕАЭС.

Проектами, связанными с фармацевтической отраслью Беларуси, заинтересовались фармацевтические компании Actelion PharmaceuticalsLtd (Швейцария) и PrimeCella.s. (Чехия), которые готовы выступить инвесторами в создании новых производств по выпуску новых лекарственных средств и субстанций для отечественной медицины, а также принять участие в открытии экспериментального центра или лаборатории по клеточной инженерии.

Развитие туризма является одним из приоритетных направлений социально-экономического развития Республики Беларусь. Данная отрасль взята под особую опеку государства. Развитию туризма способствует указ № 8 «Об установлении безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан». Согласно указу, устанавливается безвизовый порядок въезда в Беларусь на срок не более 5 суток при условии въезда через пункт пропуска «Национальный аэропорт Минск» для граждан 80 государств, включая весь Евросоюз, а также Бразилию, Индонезию, США, Японию и другие государства. Значительное увеличение потока туристов создает дополнительный спрос в сфере услуг. Срок 5 дней вполне достаточен, для того чтобы посетить культурные достопримечательности, познакомиться с богатствами и красотой природы Республики Беларусь, и в то же время предоставляется возможность поселиться в SPA-отелях или санаториях, для получения оздоровления.

Число потенциальных клиентов в области туризма увеличилось также за счет граждан самой страны. Причиной этому послужила нестабильная политическая обстановка в мире, вооруженные конфликты, которые привели к сокращению числа зарубежных курортов. Также важную роль сыграло повышение цен на предоставляемые туристические услуги некоторыми странами (например, с 1 июля 2017 года въездная виза в Египет подорожает в 2,5 раза и составит 60 долларов США с человека).

Таким образом, нужно отметить, что на протяжении последних трех лет наблюдается спад в области привлечения прямых иностранных инвестиций в экономику Республики Беларусь. Однако Беларусь была и остается привлекательной страной для потенциальных иностранных инвесторов. Обладая открытой, ориентированной на экспорт экономикой, страна глубоко вовлечена в систему мирохозяйственных связей и поддерживает дружеские отношения со многими странами мира. Поэтому Республика Беларусь, обладая рядом преимуществ, таких как: географическое положение, инвестиционный климат, высокий ИРЧП, развитая транспортно-логистическая система и другие, – выступает в качестве сильного, конкурентоспособного игрока на международной арене в рамках борьбы за прямые иностранные инвестиции.

Список литературы

1. Министерство иностранных дел Республики Беларусь / Внешняя торговля / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://mfa.gov.by/export/. – Дата доступа: 15.02.2017.

2. Министерство иностранных дел Республики Беларусь/ Инвестиции и иностранные представительства / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://mfa.gov.by/investments/. – Дата доступа: 15.02.2017.

3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь/Иностранные инвестиции Республики Беларусь / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/. – Дата доступа: 15.02.2017.

4. Национальное агентство инвестиций и приватизации Республики Беларусь / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.investinbelarus.by/ru/invest/guide/why/. – Дата доступа: 15.02.2017.

5. Беларусь факты/Загранучреждения Беларуси возможности делового сотрудничества / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://belarusfacts.by/ru/belarus/economy_business/key_economic/it/. – Дата доступа: 15.02.2017.

The article analyzes factors and conditions which influence on direct foreign investments in economy of Republic of Belarus. The main advantages to attraction of direct foreign investments in Republic of Belarus are identified. The most effective ways of investment in Belarus are presented in article.

Шпак Лариса Леонидовна, студентка 3 курса специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: 19larisa97@mail.ru.

Научный руководитель – ***Куликов Александр Михайлович,*** старший преподаватель кафедры международного бизнеса и маркетинга факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

ФИНАНСЫ И БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ

УДК 657.4 (476)

Ю.О. Акстилович

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЗАПАСОВ НА ПРИМЕРЕ ЧТУП «АРОМАВКУС»

Исследована эффективность использования производственных запасов в ЧТУП «Аромавкус»: изучена динамика основных показателей использования материальных ресурсов, рассчитан удельный вес материальных затрат и проведен факторный анализ прибыли на рубль материальных затрат.

В качестве запасов к бухгалтерскому учету принимаются активы, учтенные в составе средств в обороте, приобретенные и (или) предназначенные для реализации, или находящиеся в процессе производства продукции, выполнения работ, оказания услуг, или находящиеся в виде сырья, материалов и других аналогичных активов, которые будут потребляться в процессе производства продукции, выполнения работ, оказания услуг, или используемые для управленческих нужд организации [1].

Целью анализа эффективности использования производственных запасов является выявление важнейших направлений экономии материальных ресурсов и внутрипроизводственных резервов снижения материалоемкости. Для этого решают следующие задачи: выявляют факторы, влияющие на расход материалов; оценивают качество действующих норм расхода материальных ресурсов и их динамику; оценивают эффективность использования новых видов материалов; выявляют резервы сокращения отходов.

К обобщающим показателям эффективности использования производственных запасов относятся: прибыль на рубль материальных затрат, материалоотдача, материалоемкость, коэффициент соотношений темпов роста объема производства и материальных затрат, удельный вес материальных затрат в себестоимости продукции, коэффициент использования материалов.

Материалоотдача определяется делением стоимости произведенной продукции на сумму материальных затрат. Этот показатель характеризует отдачу материалов, т.е. сколько произведено продукции с каждого рубля потребленных материальных ресурсов (сырья, материалов, топлива, энергии и т.д.).

Материалоемкость продукции – отношение суммы материальных затрат к стоимости произведенной продукции – показывает, сколько материальных затрат необходимо произвести или фактически приходится на производство единицы продукции [2, с. 187].

Частные показатели материалоемкости применяются для характеристики эффективности использования отдельных видов материальных ресурсов (сырьеемкость, металлоемкость, топливоемкость, энергоемкость и др.), а также для характеристики уровня материалоемкости отдельных изделий [2, с. 188].

Проанализируем эффективность использования материальных ресурсов ЧТУП «Аромавкус» за 2014–2015 гг. (таблица 1).

Таблица 1 – Динамика основных показателей использования материальных ресурсов в ЧТУП «Аромавкус» в 2014–2015 гг.

Показатель	Формула расчета	Значение показателя		Изменение, ±
		2014 г.	2015 г.	
Объем производства продукции, млн руб. (ВП)		4 674	5 560	+886
Материальные затраты, млн руб. (Мз)		2 606	2 701	+95
Материалоемкость товарной продукции (Ме)	Ме=Мз/ВП	0,56	0,49	-0,07
Материалоотдача продукции (МО)	МО=ВП/Мз	1,79	2,06	+0,27

Источник: собственная разработка на основании данных предприятия.

Из таблицы 1 видно, что материалоемкость продукции ЧТУП «Аромавкус» в 2015 г. уменьшилась на 0,07 по сравнению с 2014 г. Материалоотдача увеличилась на 0,27, т.е. с каждого рубля потребленных материальных ресурсов (сырья, материалов, топлива, энергии и т.д.) предприятием в 2015 г. получено на 0,27 руб. продукции больше, чем в 2014 г.

Не менее важными показателями при анализе эффективности использования производственных запасов являются удельный вес материальных затрат в себестоимости продукции, а также коэффициент соотношений темпов роста объема производства и материальных затрат. Рассчитаем их в таблице 2.

Таблица 2 – Расчет удельного веса материальных затрат ЧТУП «Аромавкус» за 2014 – 2015 гг.

Показатели	2014 год		2015 год		Откл. в структуре, %
	Сумма затрат, млн руб.	Структура затрат, %	Сумма затрат, млн руб.	Структура затрат, %	
Себестоимость продукции (работ, услуг)	4 674	100	5 560	100	-
В том числе: материальные затраты	2 606	55,76	2 701	48,58	-7,18
Затраты на оплату труда	1 179	25,22	1 396	25,11	-0,11
Отчисления от заработной платы	428	9,16	495	8,90	-0,26
Амортизация основных средств и нематериальных активов	118	2,52	105	1,89	-0,63
Прочие затраты	343	7,34	863	25,52	+18,18

Источник: собственная разработка на основании данных предприятия.

На основании данных таблицы 2 можно сказать, что на предприятии наибольший удельный вес в составе затрат имеют материальные затраты: в 2014 году – 2 606 млн руб. из 4 674 млн руб., или 55,76 %, а в 2015 году – 2 701 млн руб. из 5 560 млн руб., или 48,58 %. Также следует отметить, что структура материальных затрат в общем объеме затрат в 2015 году, по сравнению с 2014 годом, уменьшилась на 7,18 процентных пунктов.

Проанализируем показатель прибыли на рубль материальных затрат на основе следующей факторной модели:

$$\frac{П}{МЗ} = \frac{П}{В} \times \frac{В}{ВП} \times \frac{ВП}{МЗ} = R_{об} \times Д_{РП} \times МО,$$

где $П$ – прибыль от реализации продукции, руб.;

$В$ – выручка от реализации продукции, руб.;

$R_{об}$ – рентабельность оборота, %;

$Д_{РП}$ – доля реализованной продукции в общем объеме ее выпуска;

$МО$ – материалоотдача [3, с. 219].

Для этого построим таблицу 3, согласно которой проведем факторный анализ прибыли на рубль материальных затрат способом абсолютных разниц.

Таблица 3 – Данные для факторного анализа прибыли на рубль материальных затрат ЧТУП «Аромавкус»

Показатель	Формула расчета	Значение показателя		Изменение, ±
		2014 г.	2015 г.	
Прибыль от реализации продукции, млн руб. (П)		693	819	+126
Объем выпуска продукции, млн руб. (ВП)		4 674	5 560	+886
Выручка от реализации товаров работ услуг (за вычетом налогов и сборов, включаемых в выручку), млн руб. (В)		4 586	5 534	+948
Материальные затраты, млн руб. (Мз)		2 605	2 701	+96
Рентабельность оборота (Rоб), %	Rоб=П/В	0,1511	0,148	-0,0031
Доля реализованной продукции в общем объеме ее выпуска (Дрп), %	Дрп=В/ВП	0,98	1,0	+0,02
Материалоотдача продукции (МО)	МО=Вп/Мз	1,79	2,06	+0,27
Прибыль на рубль материальных затрат, руб. (Пр)	Пр=П/Мз	0,266	0,303	+0,04

Источник: собственная разработка на основании данных предприятия.

Из данных таблицы 3 видно, что в 2015 г. по сравнению с 2014 г. прибыль на рубль материальных затрат увеличилась на 0,03 руб., в т.ч. за счет изменения:

а) материалоотдачи

$\Delta МО \times Д_{РП_0} \times R_{об_0} = 0{,}27 \times 0{,}98 \times 0{,}15 = 0{,}039$ руб.;

б) доли реализованной продукции в общем объеме производства

$MO_1 \times \Delta Д_{РП} \times R_{об_0} = 2{,}06 \times 0{,}02 \times 0{,}1511 = 0{,}00618$ руб.;

в) рентабельности оборота

$MO_1 \times Д_{РП_1} \times \Delta R_{об} = 2{,}06 \times 1{,}0 \times (-0{,}0031) = -0{,}006386$ руб.

Проверка:

$\Delta П_{общ} = MO + Д_{РП} + R_{об_0} = 0{,}039 + 0{,}00618 - 0{,}006386 \approx +0{,}04$ руб.

Отсюда следует, что рост прибыли на рубль материальных затрат произошел за счет изменения нескольких факторов:

1) за счет увеличения материалоотдачи на 0,27 прибыль на рубль материальных затрат увеличилась на 0,039 рубля;

2) за счет увеличения доли реализованной продукции на 0,02 прибыль на рубль материальных затрат увеличилась на 0,00618 руб.;

3) за счет уменьшения рентабельности оборота на 0,0031 прибыль на рубль материальных затрат уменьшилась на 0,006386 руб.

Список литературы

1. Инструкция по бухгалтерскому учету запасов, утвержденная постановлением Минва финансов Респ. Беларусь от 12.11.2010 №133 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2011. – №8/23181.

2. Елисеева, Т. П. Экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб. пособие / Т. П. Елисеева. – Минск: Соврем. школа, 2007. – 944 с.

3. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Г. В. Савицкая. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 425 с.

The efficiency of the use of inventories in ChTUP «Aromavkus»: the dynamics of the main indicators of the use of material resources, calculated the share of material costs and conducted a factor analysis profits on the ruble material costs .

Акстилович Юлия Олеговна, студентка 4 курса специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: julia.akstilovich@mail.ru.

Научный руководитель – ***Сильванович Валерий Иванович,*** кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры финансов и бухгалтерского учета Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 657

А.К. Атрощенко, Т.М. Семенькова, А.М. Шапутько

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ И КЛАССИФИКАЦИИ ВОЗНАГРАЖДЕНИЙ РАБОТНИКАМ

В данной статье определена сущность категории «вознаграждения»; рассмотрена их классификация согласно национальному законодательству и в соответствии с требованиями МСФО.

В настоящее время в учетную практику хозяйствующих субъектов все активнее внедряются международные стандарты, предопределяемые программой реформирования. В современных условиях хозяйствования вопросы и проблемы, связанные с вознаграждением работников, приобретают важное значение.

Советом Министров Республики Беларусь и Национальным банком Республики Беларусь принято совместное Постановление от 19.08.2016 № 657/20 «О введении

в действие на территории Республики Беларусь Международных стандартов финансовой отчетности (далее – МСФО) и их Разъяснений, принимаемых Фондом Международных стандартов финансовой отчетности». Данное постановление принято в развитие статьи 17 Закона Республики Беларусь «О бухгалтерском учете и отчетности» [2], в которой определены субъекты, которые обязаны составлять отчетность по МСФО в официальной денежной единице Республики Беларусь. К данным субъектам относят общественно значимые организации (за исключением банков). Именно для этих субъектов обязательны для применения МСФО, введенные с 2017 года в качестве технических нормативно-правовых актов. Остальным организациям необходимо руководствоваться Постановлением от 19.08.2016 № 657/20 только в случае, если у них возникнет по каким-то причинам необходимость в составлении отчетности по МСФО.

Так, в частности, вышеуказанным Постановлением с 1 января 2017 года на территории Республики Беларусь введен в качестве технического нормативного правового акта Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 19 «Вознаграждения работникам».

Целью данного стандарта является установление правил учета и раскрытия информации о вознаграждениях работникам. Стандарт требует от организации признавать:

1) обязательство – в случае если работник оказал услугу в обмен на вознаграждение, подлежащее выплате в будущем;
2) расход – в случае если организация использует экономическую выгоду, возникающую в результате услуги, оказанной работником в обмен на вознаграждение.

Согласно МСФО (IAS) 19 все виды вознаграждений работникам можно подразделить на четыре категории:

1) краткосрочные вознаграждения работникам, выплата которых в полном объеме ожидается до истечения двенадцати месяцев после окончания годового отчетного периода, в котором работники оказали соответствующие услуги:

- заработная плата и взносы на социальное обеспечение;
- оплачиваемый ежегодный отпуск и оплачиваемый отпуск по болезни;
- участие в прибыли и премии;
- льготы в неденежной форме (такие как медицинское обслуживание, обеспечение жильем, автомобилями, предоставление товаров или услуг бесплатно или по льготной цене) для действующих работников;

2) вознаграждения по окончании трудовой деятельности:

- пенсионные выплаты (например, пенсии и единовременные выплаты при выходе на пенсию);
- страхование жизни;
- медицинское обслуживание по окончании трудовой деятельности;

3) прочие долгосрочные вознаграждения работникам:

- оплачиваемое время отсутствия долгосрочного характера, например, отпуск за выслугу лет или творческий отпуск;
- выплаты к юбилею;
- вознаграждения за выслугу лет;
- выплаты при длительной потере трудоспособности;

4) выходные пособия:

- при увольнении работодателем до достижения пенсионного возраста;
- при увольнении по собственному желанию.

Вознаграждения работникам включают вознаграждения, предоставляемые как работникам, так и их иждивенцам и выгодоприобретателям, и могут предоставляться в виде выплат (или предоставления товаров или услуг), осуществляемых в пользу либо

непосредственно работников, их супругов, детей или других иждивенцев, либо других лиц, таких как страховые компании.

Следует отметить, что в системе нормативного регулирования учета в Республике Беларусь отсутствует специально разработанная Инструкция или стандарт, где целиком бы раскрывались вопросы порядка учета и раскрытия в отчетности вознаграждений работникам. В настоящее время порядок расчетов с работниками регулируется Постановлением Министерства статистики и анализа Республики Беларусь от 29 июля 2008 г. № 92 «Об утверждении Указаний по заполнению в формах государственных статистических наблюдений статистических показателей по труду». Согласно этому Постановлению, в фонд заработной платы включаются следующие выплаты:

- заработная плата за выполненную работу и отработанное время;
- выплаты стимулирующего характера;
- выплаты компенсирующего характера;
- оплата за неотработанное время;
- другие выплаты, включаемые в состав фонда заработной платы.

Фонд заработной платы – общая сумма денежных средств, выплачиваемых работникам предприятия по сдельным расценкам, тарифным ставкам, окладам, а также доплат, надбавок и премий в течение определенного периода времени. По мнению авторов, это является своеобразным аналогом вознаграждений работникам, которые приняты в международном учете.

Список литературы

1. О введении в действие на территории Республики Беларусь Международных стандартов финансовой отчетности и их Разъяснений, принимаемых Фондом Международных стандартов финансовой отчетности: постановление Совета Министров Республики Беларусь и Национального банка Республики Беларусь, 19 августа 2016 г., № 657/20 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. Центр правовой информации Республики Беларусь. – Минск, 2017.

2. О бухгалтерском учете и отчетности: Закон Республики Беларусь, 12 июля 2013 г., № 57-З // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. Центр правовой информации Республики Беларусь. – Минск, 2017.

This article defines the essence of the «employee benefits» category; considered their classification in accordance with national legislation and in accordance with IFRS.

Атрощенко Анна Констатиновна, студентка 3 курса специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: Atroschenko-1995@mail.ru.

Семенькова Таиса Михайловна, студентка 3 курса специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: taisa.s.2017@mail.ru.

Шапутько Анастасия Михайловна, студентка 3 курса специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: kabinet3100@mail.ru.

Научный руководитель – ***Тарасова Людмила Станиславовна,*** кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 331.2

Ю.Ф. Балейко, М.А. Гапон

ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ ФОНДА ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ

Проанализирован фонд заработной платы работников предприятий промышленности Республики Беларусь и Гродненской области. Исследованы факторы, воздействующие на изменение фонда заработной платы, и выявлены закономерности влияния этих факторов на фонд заработной платы в 2014 и 2015 гг.

Изучение фонда заработной платы имеет большое значение, поскольку из него формируется заработная плата отдельного работника.

На фонд заработной платы оказывают влияние множество факторов, с помощью статистических методов возможно выявить и измерить влияние этих факторов на его изменение.

Фонд заработной платы (ФЗП) предприятия – это выраженная в денежной форме доля вновь созданной стоимости (чистой добавленной стоимости), начисленная работникам за фактический объем выполненных работ, фактически отработанное время, а также – за неотработанное время, но оплачиваемое в соответствии с существующим законодательством, одна часть которой возмещается за счет себестоимости (включается в себестоимости продукции), а другая образуется в результате распределения конечных доходов предприятия (чистой прибыли).

В состав ФЗП включаются следующие выплаты:

1) заработная плата за выполненную работу и отработанное время;
2) выплаты стимулирующего характера;
3) выплаты компенсирующего характера;
4) оплата неотработанного времени;
5) другие выплаты, включаемые в состав ФЗП.

Увеличение или уменьшение ФЗП прежде всего зависит от объема и динамики производства продукции (работ, услуг).

Эта взаимосвязь выражается следующим образом:

$$\text{ФЗП} = \boldsymbol{Q} \cdot \frac{\text{ФЗП}}{\boldsymbol{Q}},$$

где $\frac{\text{ФЗП}}{\boldsymbol{Q}}$ – уровень заработной платы на рубль продукции.

Прирост ФЗП в известной мере зависит от динамики финансовых результатов работы предприятия. Такую взаимосвязь факторов заработной платы можно представить как произведение среднесписочной численности работников, производительности труда, коэффициента реализации (соотношения выручки от реализации и объема продукции), рентабельности продаж, исчисленной по чистой прибыли (ЧП), и соотношения ФЗП и чистой прибыли:

$$\text{ФЗП} = \text{Т} \cdot \frac{\text{ОПП}}{\text{Т}} \cdot \frac{\text{ВРП}}{\text{ОПП}} \cdot \frac{\text{ЧП}}{\text{ВРП}} \cdot \frac{\text{ФЗП}}{\text{ЧП}},$$

где Т – численность работников;

$\frac{\text{ОПП}}{\text{Т}}$ – производительность труда;

$\frac{\text{ВРП}}{\text{ОПП}}$ – коэффициент реализации;

$\frac{\text{ЧП}}{\text{ВРП}}$ – рентабельность продаж;

$\frac{\text{ФЗП}}{\text{ЧП}}$ – коэффициент соотношения фонда заработной платы и чистой прибыли.

Исходные данные и уровни факторов по предприятиям промышленности Республики Беларусь представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели работы предприятий промышленности Республики Беларусь за 2014–2015 гг.

Показатель	Условное обозначение	Предыдущий год (2014 г.)	Отчетный год (2015 г.)	Коэффициент динамики (I)
Среднесписочное число работников (тыс. чел.)	Т (а)	989	923,6	0,9339
Объем промышленного производства, млрд руб.	ОПП	673 850	738 381	1,0958
Среднегодовая выработка на одного работника, млрд руб.	б	681,3	799,5	1,1734
Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг, млрд руб.	ВРП	56 935	74 942	1,3163
Коэффициент реализации	в	0,0845	0,1015	1,2012
Чистая прибыль, млрд руб.	ЧП	4327,06	6519,95	1,5068
Рентабельность продаж	г	7,6%	8,7%	1,1447
Фонд заработной платы, млрд руб.	ФЗП	6302402,5	6357785,32	1,0088
Коэффициент соотношения фонда заработной платы и чистой прибыли	д	1456,51	975,13	0,6695

Источник: собственная разработка на основе данных [2]

Определим прирост фонда заработной платы, в том числе за счет изменения финансовых результатов работы промышленной сферы Республики Беларусь.

Вычислим:

$$\Delta ФЗП = 6357785{,}32 - 6302402{,}5 = 55382{,}82 \text{ млрд руб.;}$$

$$\Delta ФЗП_а = ФЗП_0 \cdot (I_а - 1) = 6302402{,}5 \cdot (0{,}933872599 - 1) = -416761{,}5 \text{ млрд руб.;}$$

$$\Delta ФЗП_б = ФЗП_0 \cdot I_а \cdot (I_б - 1) = 6302402{,}5 \cdot 0{,}933872599 \cdot (1{,}173355592 - 1) = 1020308{,}8 \text{ млрд руб.;}$$

$$\Delta ФЗП_в = ФЗП_0 \cdot I_а \cdot I_б \cdot (I_в - 1) = 6302402{,}5 \cdot 0{,}933872599 \cdot 1{,}173355592 \cdot (1{,}201236926 - 1) = 1389732{,}1 \text{ млрд руб.;}$$

$$\Delta ФЗП_г = ФЗП_0 \cdot I_a \cdot I_б \cdot I_в \cdot (I_г - 1) = 6302402,5 \cdot 0,933872599 \cdot 1,173355592 \cdot 1,20123692 \cdot (1,144736842 - 1) = 1200690,8 \text{ млрд руб.;}$$

$$\Delta ФЗП_д = ФЗП_0 \cdot I_a \cdot I_б \cdot I_в \cdot I_г \cdot (I_д - 1) = 6302402,5 \cdot 0,933872599 \cdot 1,173355592 \cdot 1,201236926 \cdot 1,144736842 \cdot (0,669496189 - 1) = -3138587,4 \text{ млрд руб.}$$

Итого: 55382,82 млрд руб.

Исходя из полученных данных, можем сделать вывод о том, что такой показатель, как среднесписочное число работников промышленности уменьшил фонд заработной платы на 416761,5 млрд руб. При этом количество работников за исследуемые года уменьшилось на 65,4 тыс. человек, что и повлияло на изменение фонда заработной платы.

Среднегодовая выработка на одного работника увеличила фонд заработной платы на 1020308,8 млрд руб. В 2014 году выработка на одного работника составляла 681,3447927 млрд руб., а за 2015 год – 799,459723 млрд руб.

За счет роста коэффициента реализации на 0,017002932 млрд руб. фонд заработной платы также изменился в положительную сторону на 1389732,1 млрд руб.

Увеличению фонда заработной платы также способствовало изменение такого показателя как рентабельность продаж, которая за два года увеличилась на 1,1 %.

Однако коэффициент соотношения фонда заработной платы и чистой прибыли значительно уменьшил исследуемый нами показатель (на $-3138587,4$), так как в 2014 году он составлял 1456,51, а в 2015 году – 975,13.

Таким образом, наибольшее влияние на фонд заработной платы промышленности в Республике Беларусь оказали такие показатели, как коэффициент соотношения фонда заработной платы и чистой прибыли, коэффициент реализации. Отсюда следует вывод о том, что предприятиям необходимо увеличивать коэффициент реализации, чтобы увеличивался фонд заработной платы, так как он играет наиболее значительную роль.

Далее проанализируем исследуемые показатели по предприятиям промышленности Гродненской области, представленные в таблице 2.

Таблица 2 – Показатели работы предприятий промышленности Гродненской области за 2014–2015 гг.

Показатель	Условное обозначение	Предыдущий год (2014 г.)	Отчетный год (2015 г.)	Коэффициент динамики
Среднесписочное число работников (тыс. чел.)	Т (а)	105,6	99,8	0,945
Объем промышленного производства, млрд руб.	ОПП	69656	76442	1,0974
Среднегодовая выработка на одного работника, млрд руб.	б	659,62	765,95	1,1612
Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг, млрд руб.	ВРП	79,2	90,818	1,1467
Коэффициент реализации	в	0,0011	0,0012	1,0449

Чистая прибыль, млрд руб.	ЧП	2104	-753,9	-0,3583
Рентабельность продаж	г	26,6%	-8,3%	-0,312
Фонд заработной платы, млрд руб.	ФЗП	0,6313	0,6462	1,0236
Коэффициент соотношения фонда заработной платы и чистой прибыли	д	0,0003	-0,00086	-2,856817367

Источник: собственная разработка на основе данных [2]

Определим прирост фонда заработной платы, в том числе за счет изменения финансовых результатов работы промышленной сферы Гродненской области.

Вычислим:

$$\Delta \boldsymbol{ФЗП} = 0{,}646205 - 0{,}6312768 = 0{,}0149 \text{ млрд руб.}$$

Далее вычислим изменения фонда заработной платы за счет изменения финансовых результатов:

$$\Delta \boldsymbol{ФЗП_а} = \boldsymbol{ФЗП_0}(\boldsymbol{I_а} - \mathbf{1}) = \mathbf{0,6312768} \cdot (\mathbf{0,945075758} - \mathbf{1}) = -0{,}0346724 \text{ млрд руб.;}$$

$$\Delta \boldsymbol{ФЗП_б} = \boldsymbol{ФЗП_0 I_а}(\boldsymbol{I_б} - \mathbf{1}) = \mathbf{0,6312768} \cdot \mathbf{0,945075758} \cdot (\mathbf{1,161199624} - \mathbf{1}) = \mathbf{0,0961724} \text{ млрд руб.;}$$

$$\Delta \boldsymbol{ФЗП_в} = \boldsymbol{ФЗП_0 I_а I_б}(\boldsymbol{I_в} - \mathbf{1}) = \mathbf{0,6312768} \cdot \mathbf{0,945075758} \cdot \mathbf{1,161199624} \cdot (\mathbf{1,044896422} - \mathbf{1}) = \mathbf{0,0311032} \text{ млрд руб.;}$$

$$\Delta \boldsymbol{ФЗП_г} = \boldsymbol{ФЗП_0 I_а I_б I_в}(\boldsymbol{I_г} - \mathbf{1}) = \mathbf{0,6312768} \cdot \mathbf{0,945075758} \cdot \mathbf{1,161199624} \cdot \mathbf{1,044896422} \cdot (-\mathbf{0,312} - \mathbf{1}) = -\mathbf{0,94973056} \text{ млрд руб.;}$$

$$\Delta \boldsymbol{ФЗП_д} = \boldsymbol{ФЗП_0 I_а I_б I_в I_г}(\boldsymbol{I_д} - \mathbf{1}) = \mathbf{0,6312768} \cdot \mathbf{0,945075758} \cdot \mathbf{1,161199624} \cdot \mathbf{1,044896422} \cdot \mathbf{0,961038961} \cdot (-\mathbf{2,856817367} - \mathbf{1}) = \mathbf{0,871064} \text{ млрд руб.}$$

Итого: 0,0149 млрд руб.

Проанализировав данные показатели, определили, что фонд заработной платы в промышленности по Гродненской области уменьшился на 0,0346724 млрд руб. за счет изменения среднесписочной численности работников за год (на 5,8 тыс. человек).

Среднегодовая выработка на одного работника увеличила фонд заработной платы на $\mathbf{0,0961724}$ млрд руб. Этому содействовало увеличение показателей среднегодовой выработки на одного работника на 106,0306917 млрд руб.

Такой показатель, как коэффициент реализации увеличил фонд заработной платы на $\mathbf{0,0311032}$ млрд руб. При этом коэффициент реализации за 2014 год составил 0,001137016 млрд руб., а за 2015 год – 0,001188064 млрд руб.

Рентабельность продаж уменьшилась с 2014 на 2015 гг. на 34,9 %, что и повлияло на уменьшение фонда заработной платы.

Увеличение фонда заработной платы произошло из-за увеличения коэффициента соотношения фонда заработной платы и чистой прибыли, который увеличился на $\mathbf{0,871064}$ млрд руб.

Как показал проведенный анализ, важнейшими показателями, влияющими на фонд заработной платы промышленности в Гродненской области, являются коэффициент соотношения фонда заработной платы и чистой прибыли, рентабельность продаж.

Таким образом, проанализировав фонд заработной платы предприятий промышленности Республики Беларусь и Гродненской области, а также исследовав факторы, воздействующие на изменение фонда заработной платы, и выявив закономерности влияния этих факторов на фонд заработной платы в 2014 и 2015 гг., мы пришли к выводу, что основным показателем, который уменьшает фонд заработной платы в Республике Беларусь, является коэффициент соотношения фонда заработной платы и чистой прибыли. Этот же показатель в большей степени увеличивает фонд заработной платы в Гродненской области. Также показателями, оказывающими наибольшее влияние на фонд заработной платы, являются коэффициент реализации и рентабельность продаж.

Список литературы

1. Статистика промышленности: учеб. пособие / Л. И. Василевская [и др.]. – Минск : Инфа-М, 2015. – 430 с.

2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by. – Дата доступа: 06.03.2017.

The wage fund of the Republic of Belarus and the Grodno region has been analyzed. The factors influencing the change in the wage fund were investigated, and the patterns of influence of these factors on the wage fund in 2014 and 2015 were revealed.

Балейко Юлия Федоровна, студентка 2 курса специальности «Финансы и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: baleikoj@mail.ru.

Гапон Мария Александровна, студентка 2 курса специальности «Финансы и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: mariyamiro09@gmail.com.

Научный руководитель – ***Селюжицкая Татьяна Владимировна,*** старший преподаватель кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 336.74

Дж.И. Батырова

АНАЛИЗ ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СУЩНОСТИ КАТЕГОРИИ «ДЕНЕЖНЫЕ ПОТОКИ» ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье приведены основные подходы к трактовке понятия «денежные потоки» и предпринята попытка уточнения сущности данной категории. Рассмотрены положительные и отрицательные стороны каждого из описанных подходов. Выявлены отличительные черты денежных потоков.

Любое современное предприятие для обеспечения эффективного функционирования осуществляет управление денежными потоками, поскольку денежные активы обслуживают все сферы деятельности организации (операционную, финансовую, инвестиционную), опосредуют кругооборот капитала на всех его стадиях, а также способствуют повышению ликвидности, платежеспособности и сохранению финансовой устойчивости хозяйствующего субъекта. Более того, в условиях реалий финансового кризиса и высокой степени предпринимательского риска управление денежными потоками приобретает особую актуальность и приоритетность.

Концептуальные основы сущности и анализа денежных потоков, обслуживающих деятельность хозяйствующего субъекта, наиболее глубоко рассматриваются в трудах зарубежных авторов, российских и белорусских экономистов и финансистов.

Анализ экономической литературы показал, что современной научной школой еще не создано единой теоретической базы, охватывающей все сегменты управления денежными потоками на предприятии. Также не выработан общепризнанный подход к определению категории «денежные потоки», четко не сформулированы задачи и цели управления денежными потоками на предприятиях.

Обобщим имеющиеся подходы ведущих экономистов в области управления денежными потоками хозяйствующих субъектов и предпримем попытку внести уточнения в сущность данного понятия. Движение денежных средств, получаемых и расходуемых предприятием в наличной и безналичной форме, называют в финансовом менеджменте денежными потоками.

Следует отметить, что существуют различные подходы к определению и трактовке понятия «денежный поток». Анализ финансово-экономической литературы показал, что ученые по-разному трактуют определение понятия «денежные потоки» предприятия и вследствие этого по-разному подходят к управлению им (см. таблицу 1).

Таблица 1 – Сущность понятия «денежные потоки»

Авторы	Содержание понятия
Бланк И.А.	«денежный поток предприятия представляет собой, совокупность распределенных по отдельным интервалам рассматриваемого периода времени поступлений и выплат денежных средств, генерируемых хозяйственной деятельностью организации» [1, с. 354].
Ермолович Л.Л	«денежный поток – это совокупность распределенных во времени поступлений и расходов денежных средств и их эквивалентов, генерируемых хозяйственной деятельностью, движение которых связано с факторами времени, пространства, структуры, риска и ликвидности» [7, с. 276].
Бригхэм Ю.Ф.	«денежный поток – это фактические чистые наличные средства, поступающие в фирму (или расходуются в ней) в течение некоторого определенного периода» [3, с. 797].
Ван Хорн Д., Ваховская М.Ю.	«денежные потоки предприятия – это: 1) потоки наличных средств, которые имеют непрерывный характер; 2) собственные оборотные средства» [5, с. 245].
Бочаров В.В.	«денежный поток предприятия – это движение денежных средств, который стремится к нулю, поскольку негативный результат от одного из видов хозяйственной деятельности предприятия должен компенсироваться положительным от другой. В противном случае предприятие может стать банкротом» [2, с. 158].
Гукасьян Г.М	«денежный поток – деньги, поступающие в компанию от продаж и из других источников и затрачиваемые компанией на платежи поставщикам, рабочим и т.п.» [6, с. 132].
Ковалев В.В.	«денежный поток – разница между доходами и издержками экономического субъекта (как правило, речь идет о фирме), выраженная в разнице между полученными и сделанными платежами» [8, с. 214].
Тян Р.Б.	«денежный поток – это масса наличных средств, которая поступает или выбывает из обращения как денежные выплаты, а разница между входящими и исходящими денежными потоками определяется как доход» [12, с. 98].
Савицкая Г.В.	«денежный поток – это система финансовых операций в виде притока и оттока денежных средств, направленных на решение поставленных задач и достижение конкретных результатов в области текущей, инвестиционной и финансовой сферах деятельности субъекта» [11, с. 387].
Быкова Е.В.	«денежные потоки – это: 1) элемент анализа доходов и расходов предприятия, который должен использоваться как индикатор ликвидности и эффективности его инвестиционной, финансовой деятельностей; 2) дополнительные капиталовложения предприятия и т.д.» [4, с. 56].

Источник: собственная разработка.

При изучении понятий денежного потока, представленных как зарубежными, так и отечественными экономистами, наглядно предстает проблема расхождения подходов: не только единые понятия, относящиеся к денежным потокам, но и их общепризнанное определение не является монолитным.

Так, Е.В. Быкова под денежными потоками понимает «чистый денежный поток, который является элементом анализа доходов и расходов предприятия» [4, с. 56]. Данное определение недостаточно полно отражает сущность анализируемой экономической категории, потому что применение денежного потока как одного из элементов анализа доходов и расходов становится невозможным из-за временной разницы в поступлении и расходовании денежных ресурсов и отнесении их на финансовый результат от хозяйственной деятельности предприятия.

Также при определении денежных потоков выделилось два направления. Сторонники одного из них – И.А. Бланк, Р.Б. Тян, В.В. Ковалев и др. –характеризуют денежные потоки как «разницу между полученными и выплаченными организацией денежными средствами за определенный период времени» [1; 8; 12]. Данный подход основывается на формуле денежного баланса, которая предполагает равенство между следующими ее элементами: суммой остатка денежных средств на начало отчетного периода и поступления денежных средств за отчетный период и суммой выбытия денежных средств за отчетный период и остатка денежных средств на конец отчетного периода. Из этого равенства определяется остаток денежных средств на конец отчетного периода путем суммирования остатка денежных средств на начало отчетного периода и поступления денежных средств за отчетный период и вычитания из полученной суммы выбытия денежных средств за отчетный период, т.е. это определение сводит денежные потоки к остатку денежных средств.

Экономисты, являющиеся сторонниками второго подхода, определяют денежные потоки как совокупность поступлений (притоков) и выплат (оттоков) денежных средств за определенный период времени. К ним относятся: В.В. Бочаров, Л.Л. Ермолович, Г.В. Савицкая, Ю.Ф. Бригхэм [2; 3; 5; 11]. Таким образом, одна группа авторов определяет денежный поток исходя из элементов денежного баланса, другая – из содержания показателя денежной наличности, остающейся у организации до дальнейшего ее распределения.

В соответствии с Международным стандартом финансовой отчетности 7 «Отчет о движении денежных средств», поток денежных средств представляет собой поступления и выплаты денежных средств, возникающие в процессе деятельности организации. С учетом данного определения в таблице 2 представлены положительные и отрицательные стороны вышеуказанных подходов.

Таблица 2 – Положительные и отрицательные стороны подходов к понятию «денежные потоки»

Денежные потоки как разница между полученными и выплаченными организацией денежными средствами за определенный период времени	
плюсы	минусы
- характеризует отдельные виды денежного потока, определяемые в зависимости от метода исчисления его объема; - позволяет рассчитать чистые притоки или чистые оттоки денежных средств в разрезе видов деятельности.	- узкая трактовка термина; - сводит денежные потоки к остатку денежных средств; - затрудняет выявление правильных методов оценки; - денежный поток выступает в качестве конечного результата.
Денежный поток как движение денежных средств за определенный период времени	
плюсы	минусы
- позволяет правильно формировать денежный поток и его структуру; - наиболее точно характеризует содержательный аспект; - потоки рассматриваются как единство поступления и расходования денежных ресурсов; - денежный поток рассматривается как валовой денежный поток, т. е. как совокупность всех денежных поступлений и выплат.	

Источник: собственная разработка

По нашему мнению, к денежным потокам неверно относить остатки денежных средств, т.к. они не характеризуют движение денежных средств, а лишь показывают их наличие на отчетную дату. Такой подход искажает толкование понятия денежного потока, а значит, затрудняет выявление правильных методов его оценки.

Поэтому наиболее разумно изложение положения второго направления и признание денежного потока как перемещения денег, так как «поток» – это и есть «движение», другими словами, поступление и использование денег. Когда денежный поток представляется как движение денежных средств за определенный период времени его рассматривают как единство поступления и расходования денежных ресурсов за определенное время. Такое понятие денежного потока, как мы считаем, позволяет правильно формировать чистый денежный поток и его структуру и наиболее точно характеризует его содержательный аспект.

Список литературы

1. Бланк, И. А. Управление финансовой стабилизацией предприятия / И. А. Бланк. – К. : Ника–Центр, Эльга, 2003. – 496 с.
2. Бочаров, В. В. Коммерческое бюджетирование / В. В. Бочаров. – СПб. : К, 2003. – 368 с.
3. Бригхэм, Ю. Ф. Основы финансового менеджмента: учебник / Ю. Ф. Бригхэм. – К. : Молодь, 2005. – 1000 с.
4. Быкова, Е. В. Показатели денежного потока в оценке финансовой устойчивости предприятия / Е. В. Быкова // Финансы. – 2014. − № 2. − С. 56−59.
5. Ван Хорн, Дж. К. Основы управления финансами // Дж. К. Ван Хорн: пер. с англ. / гл. ред. серии Я. В.Соколов. – К. : Финансы и статистика, 2008. – 800 с.
6. Гукасьян, Г. М. Экономика от А до Я: тематический справочник / Г. М. Гукасьян. –М.: Инфра-М, 2007. – 246 с.
7. Ермолович Л. Л. Анализ хозяйственной деятельности предприятий: учеб. пособие / Л. Л. Ермолович [и др.]; под общ. ред. Л. Л. Ермолович. – Минск : Соврем. школа, 2006. – 736 с.
8. Ковалев, В. В. Финансы организаций (предприятий): учебник / В. В. Ковалев, В. В. Ковалева. – Минск : Дикта, 2010. – 352 с.
9. Парушина, Н. В. Анализ движения денежных средств / Н. В. Парушина // Главный бухгалтер. – 2015. – № 5. – С. 58–62.
10. Прыкина, Б. В. Основы управления финансовыми ресурсами предприятия / Б. В. Прыкина // Вестник Белорус. гос. эконом. ун-та. – 2015. – № 3. – С. 102–107.
11. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий АПК: учебник / Г. В. Савицкая. – М. : ИНФРА-М, 2012. – 654 с.
12. Тян, Р. Б. Плановая деятельность предпринимательства : науч. пособие / Р. Б. Тян. – К. : МАУП, 2003. –156 с.
13. Финансы предприятия / Л. Г. Колпина, Т. Н. Кондратьева, А. А. Лабко [и др.]; под общ. ред. Л. Г. Колпиной. – Минск : Высш. школа, 2011. – 336 с.
14. Якимович, П. А. Экономика предприятия в вопросах и ответах: учеб. пособие / П. А. Якимович. – Минск : Амалфея, 2011. – 352 с.

The article describes the main approaches to the interpretation of the concept «cash flow» and attempts to clarify the essence of this category. Examines the positive and negative aspects of each of the described approaches. Distinctive features of the cash flows.

Батырова Дженнет Илхамовна, магистрант 1 курса специальности «Финансы, денежное обращение и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: jennet0208@mail.ru.

Научный руководитель – ***Витун Светлана Емельяновна,*** кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 336.7

Ю.В. Борель

ПРОЦЕСС КРЕДИТОВАНИЯ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ И КРЕДИТНАЯ ПОЛИТИКА БАНКА

В данной статье рассматриваются особенности процесса кредитования юридических лиц и теоретические аспекты кредитной политики банка. Выявлен ряд проблем, связанных с кредитованием юридических лиц, и предложены пути их решения.

В последние годы специалисты отмечают все возрастающее влияние кредитной политики коммерческих банков на развитие их деятельности и экономики страны в целом. Однако недостаточная разработка теоретических основ кредитной политики, проблем ее практического применения ослабляет воздействие кредита на улучшение качественных и количественных показателей функционирования как коммерческих банков, так и банковской системы в целом. Немаловажно, что с движением банковского кредита тесно связана кредитная политика банка.

О.И. Лаврушин определяет кредитную политику как стратегию и тактику банка в области организации и осуществления его операций и оказания услуг с целью обеспечения его рентабельности, устойчивости и ликвидности [1, с. 351].

По мнению А.Л. Манукяна, кредитная политика коммерческого банка – это совокупность договорно-финансовых мероприятий, осуществляемых с целью достижения определенных финансовых результатов, которые являются важнейшим элементом банковской деятельности [2, с. 88].

Кредитная политика определяет цели, задачи и приоритеты кредитной деятельности банка, средства и методы их реализации (в том числе стандарты и инструкции, представляющие собой методическое обеспечение ее реализации), а также принципы и порядок организации кредитного процесса.

Кредитная политика банка обычно разрабатывается и совершенствуется высшим руководством банка и формирует основные направления кредитной деятельности: объективные стандарты и критерии, которыми должны руководствоваться банковские работники; основные действия лиц, принимающих стратегические решения в области кредитования; принципы контроля за качеством управления кредитной деятельностью в банке и работой служб внутреннего и внешнего аудита.

Основная цель проведения кредитной политики банка – получение максимальной прибыли при минимальном уровне риска.

С учетом отечественного и мирового опыта требований оптимизации кредитной политики рекомендуется следующая схема формирования кредитной политики банка:

1) определение общих положений и целей кредитной политики;
2) создание аппарата управления кредитными операциями и наделение полномочиями сотрудников банка;
3) организация кредитного процесса на различных этапах;
4) осуществление банковского контроля и управление кредитным процессом [2, с. 89].

Необходимо подчеркнуть, что не существует единой кредитной политики для всех банков. Каждый конкретный банк определяет собственную кредитную политику, учитывая экономическую, политическую, социальную ситуацию в регионе его функционирования или, что более правильно, принимая во внимание всю совокупность внешних и внутренних рисков, влияющих на работу данного банка.

Роль кредитной политики банка заключается в определении приоритетных направлений развития и совершенствования банковской деятельности в процессе

аккумуляции и инвестирования кредитных ресурсов, в развитии кредитного процесса и повышении его эффективности.

Главным инструментом кредитного механизма, способным сконцентрировать временно свободные денежные средства на центральных направлениях экономического и социального развития страны, является кредитование юридических лиц. Кредит обеспечивает трансформацию денежного капитала в ссудный и выражает отношения между кредиторами и заемщиками. Кредит стимулирует развитие производственных сил, ускоряет формирование источников капитала для расширения воспроизводства на основе достижений научно-технического прогресса.

Основным нормативным документом, регулирующим процесс кредитования юридических лиц в Республике Беларусь, является Инструкция о порядке предоставления банками денежных средств в форме кредита и их возврата, утвержденная постановлением Правления Национального банка Республики Беларусь от 30.12.2003 № 226. Согласно данной Инструкции, кредит – привлеченные и (или) собственные денежные средства, предоставленные банком другому лицу (кредитополучателю) в размере и на условиях, предусмотренных кредитным договором [3].

Процесс предоставления банковской ссуды называется кредитным процессом. Он осуществляется при строгом соблюдении принципов кредитования: срочность, возвратность, обеспеченность, платность и диверсификация кредитного портфеля по срокам и заемщикам [1, с. 396].

Перечень документов, представляемых кредитополучателем для получения кредита до заключения кредитного договора, определяется самим банком в рамках существующего нормативно-правового регулирования. Как правило, клиент для получения кредита обращается в банк с письменным ходатайством с указанием суммы и срока кредита, цели кредитования, предполагаемого способа обеспечения. Предоставленные кредитополучателем документы для получения кредита, кредитный договор, а также иные сведения, полученные банком, систематизируются в кредитном досье.

Для минимизации риска невозврата кредита и повышения эффективности кредитных операций банк осуществляет контроль наличия у кредитополучателя просроченной задолженности по ранее выданным и непогашенным кредитам в иных банках, а также проводит оценку кредитоспособности потенциального заемщика. В соответствии с Инструкцией № 226 кредитоспособность представляет собой способность юридического лица в полном объеме и в срок исполнить свои обязательства по кредитному договору надлежащим образом в соответствии с условиями договора и требованиями законодательства [3].

Как правило, источниками информации для проведения оценки кредитоспособности являются бухгалтерская отчетность организации за несколько лет, сведения, полученные от клиента и характеризующие кредитуемую сделку, информация о движении средств по текущему и другим счетам клиента, данные налоговых органов, а также другие источники.

В банковской практике используют два основных подхода к оценке кредитоспособности организаций-кредитополучателей:

- на основе системы финансовых показателей;
- на основе качественного анализа.

В соответствии с Инструкцией о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведении анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования, утвержденной Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь и Министерством экономики Республики Беларусь от 22.02.2016 № 9/10, при оценке кредитоспособности на базе анализа системы финансовых показателей, рассчитываемых по данным бухгалтерской отчетности кредитополучателя, банк ориентируется на изучение пяти групп финансовых коэффициентов: ликвидности,

обеспеченности собственными средствами, финансовой устойчивости, оборачиваемости и прибыльности [4].

При оценке кредитоспособности на базе анализа качественных показателей в качестве объекта оценки рассматриваются деловая репутация кредитополучателя, его кредитная история, квалификация руководства, срок деятельности, достаточность капитала и активов и другие факторы.

В банковской практике выделяют следующие основные формы обеспечения исполнения кредитополучателем обязательств по кредиту: залог имущества; поручительство, гарантия; страхование кредитных рисков; гарантийный депозит; перевод правового титула; залог прав и ценных бумаг; залог товаров в обороте.

Положительное решение о предоставлении кредита, о котором банк информирует клиента, является основанием для заключения кредитного договора. Кредитный договор подписывается руководителем и главным бухгалтером банка и кредитополучателя. Предоставление кредита юридическим лицам в соответствии с условиями кредитного договора осуществляется в безналичном порядке путем перечисления банком средств на счет кредитополучателя, в оплату расчетных документов, предоставленных кредитополучателем, или путем использования денежных средств в соответствии с указаниями кредитополучателя.

После предоставления кредита и до его полного погашения банк осуществляет кредитный мониторинг, который представляет собой систему банковского контроля процесса кредитования, использования и погашения кредита, уплаты процентов.

Изучение действующей практики кредитования и отношений коммерческих банков с кредитополучателями в Республике Беларусь выявило ряд проблем.

В пристальном внимании нуждается процедура рассмотрения и одобрения заявки кредитополучателя. При этом, заявки должны рассматриваться не только с точки зрения уровня индивидуального риска и доходности сделки, но и с учетом кредитного портфеля, соответствующего кредитной политике банка.

Существующие методики определения финансового состояния заемщика основываются на данных бухгалтерского баланса, однако они не всегда отражают действительную ситуацию финансового положения.

Одной из наиболее серьезных проблем, с которыми сталкиваются коммерческие банки, является риск непогашения кредитов. Банки стремятся минимизировать этот риск с помощью различных способов обеспечения возврата банковских ссуд. Анализ эффективности действия существующих форм обеспечения возврата кредита свидетельствует о наличии некоторых недостатков в порядке их оформления:

- допускаемые случаи формального оформления договоров залога;
- не прорабатывается до конца вопрос о собственнике имущества;
- в залог принимаются товары, числящиеся длительное время на балансе предприятия как готовая продукция, реализация которых носит проблематичный характер.

В организации банковского текущего контроля за предоставленным кредитом имеется ряд недостатков. Так, не всегда обеспечивается контроль за целевым использованием выданных кредитов, не контролируется движение оплаченных за счет кредита ценностей.

Однако, кроме выше перечисленных проблем, существуют и другие, не менее важные: снижение профессиональной подготовки сотрудников банка, проникновение в сферу финансово-кредитных отношений преступных формирований, рост злоупотреблений со стороны служащих финансово-кредитных учреждений.

В сложившихся условиях первостепенного внимания заслуживает проблема рационального и эффективного размещения ограниченных кредитных ресурсов, которая может быть решена только при условии неукоснительного соблюдения основополагающих принципов банковского кредитования.

Практика работы белорусских банков за последние годы показывает наличие в их кредитных портфелях задолженности по кредитам, а также значительного количества просроченных и сомнительных кредитов, снижение удельного веса которых хотя и обнадеживает, но не внушает уверенности в закреплении такой тенденции надолго.

Для решения вышеперечисленных проблем необходимо более тщательно проверять заявку предполагаемого заемщика на получение кредита, увеличив для этого время рассмотрения. Для того чтобы банку провести качественную проверку данных о потенциальном кредитополучателе, а клиенту сократить время для получения кредита, целесообразно разработать систему для получения заявки на кредит в электронном виде. Кредитополучатель сможет заполнить данные, необходимые для проверки, после чего кредитный эксперт проверяет их и в ближайшее время дает ответ о предоставлении кредита либо отказе.

Необходимо ужесточить наказание нарушителям, которые предоставляют в банк недостоверные сведения для получения кредита без дальнейшего возврата, а также создать общую базу недобросовестных заемщиков. Данные для базы будут поступать от различных банков в ходе выявления недобросовестных кредитополучателей.

Стоит отметить необходимость постоянного контроля за структурой кредитного портфеля и его качественным составом. Целесообразно обеспечить рассредоточение риска и не допускать концентрации кредитов у нескольких крупных заемщиков, что чревато негативными последствиями в случае непогашения кредита одним из них. Банк не должен подвергать риску средства вкладчиков, финансируя спекулятивные (хотя и высоко прибыльные) проекты.

Таким образом, процесс кредитования представляет собой сложный и многоэтапный процесс, при выполнении которого необходимо соблюдать установленные правила и механизмы для защиты интересов обеих сторон. Выполнение каждого этапа этого процесса требует от сотрудников банка большой внимательности и ответственности, поскольку именно от их работы зависит исход процесса кредитования.

Предложенные мероприятия, в совокупности с эффективной системой управления, позволят улучшить организацию кредитования юридических лиц, снизить риск кредитных операций, тем самым повысить устойчивость деятельности банка.

Список литературы

1. Банковское дело: учебник / О. И. Лаврушин, Н. И. Валенцева [и др.]; под ред. О. И. Лаврушина. – 12-е изд., стер. – М. : КНОРУС, 2016. – 800 с.

2. Манукян, А. Л. Кредитная политика банка: анализ кредитоспособности заемщика / А. Л. Манукян // Труды Минского института управления. – 2007. – № 1. – С. 88–96.

3. Инструкция о порядке предоставления (размещения) банками денежных средств в форме кредита и их возврата: утв. Постановлением Правления Национального банка Республики Беларусь 30.12.2003 № 226 // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. 2004 г. №19, 8/10459.

4. Инструкция о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведении анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования: утв. Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь и Министерства экономики Республики Беларусь 22.02.2016.

This article discusses the features of corporate lending process and the theoretical aspects of the credit policy of the bank. A number of problems associated with lending to legal entities and ways of their solution.

Борель Юлия Владимировна, студентка 4 курса специальности «Финансы и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: borel_1995@mail.ru.

Научный руководитель – ***Карпицкая Марина Евгеньевна***, кандидат экономических наук, доцент, декан факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно.

УДК 338.5

Е.С. Бышкало

ОРГАНИЗАЦИЯ УЧЕТА И АУДИТА КАССОВЫХ ОПЕРАЦИЙ В ИНОСТРАННОЙ ВАЛЮТЕ

Исследован порядок ведения кассовых операций в наличной иностранной валюте на территории Республики Беларусь, выявлены его особенности и характерные черты; представлена методика отражения в бухгалтерском учете расчетов с подотчетными лицами по служебной командировке в иностранной валюте. Описаны особенности проведения аудита кассовых операций в иностранной валюте.

Все предприятия, осуществляя производственную и хозяйственную деятельность, вступают во взаимоотношения с другими предприятиями, организациями, учреждениями, работниками предприятия и отдельными лицами. Эти взаимоотношения основаны на различных денежных расчетах в процессе заготовления, производства и реализации продукции, работ или услуг.

Контроль за движением денежных средств в кассе является одной из основных задач для организаций. В системе финансово-хозяйственного контроля важная роль отводится контролю, подтверждающему законность хозяйственных и финансовых операций, достоверность бухгалтерского баланса и отчетности. Операции с денежными средствами носят массовый и довольно распространенный характер среди прочих хозяйственных операций. Без строгого учета и контроля над денежными средствами нельзя обеспечить их сохранность, рациональное и эффективное использование, предупредить различные злоупотребления в их расходовании.

Порядок ведения бухгалтерского учета в наличной иностранной валюте регламентируется Инструкцией о порядке ведения кассовых операций в наличной иностранной валюте на территории Республики Беларусь от 23.02.2015 № 94 (далее – Инструкция № 94) [1].

Ведение кассовых операций возложено на кассира, который несет полную материальную ответственность за сохранность принятых ценностей.

Поступление и выбытие наличной иностранной валюты оформляются по формам первичных учетных документов, установленных законодательством.

При приеме наличной иностранной валюты кассиры обязаны проверять ее подлинность и платежность, руководствуясь нормативными правовыми актами Национального банка, информацией или иными официальными материалами и данными [1].

Прием наличной иностранной валюты производится по приходным кассовым ордерам формы КО-1в.

Выдача из кассы наличной иностранной валюты осуществляется по расходному кассовому ордеру формы КО-2в или платежной ведомости с приложением расходного кассового ордера, если выдача производится нескольким лицам.

Приходные и расходные кассовые ордера выписываются бухгалтером и до передачи в кассу регистрируются в Журнале регистрации приходных и расходных кассовых ордеров в иностранной валюте по форме 1 или форме 1а.

Форма ведения журнала определяется руководителем или главным бухгалтером.

Журнал регистрации приходных (расходных) кассовых ордеров в иностранной валюте по форме 1 ведется отдельно для приходных и расходных кассовых ордеров. Журнал регистрации приходных (расходных) кассовых ордеров в иностранной валюте по форме 1-а оформляется единый для приходных и расходных кассовых ордеров [2, с. 226].

В конце дня все поступления выдачи и сдача наличной иностранной валюты в банк регистрируются кассиром в кассовой книге (регистр аналитического учета).

Недостача наличной иностранной валюты отражается в бухгалтерском учете и подлежит взысканию в соответствии с законодательством.

Излишки наличной иностранной валюты приходуются и отражаются в бухгалтерском учете в соответствии с законодательством.

Денежные средства, хранящиеся в кассе, учитывают на активном синтетическом счете 50 «Касса». Счет 50 «Касса» предназначен для обобщения информации о наличии и движении денежных средств в кассах организации, в том числе филиалов и представительств, имеющих отдельный баланс.

На отдельном субсчете «Валютная касса» к счету 50 «Касса» учитываются наличие и движение денежных средств в иностранных валютах в кассах организации. Поступление денежных средств в кассу организации отражается по дебету счета 50/ «Валютная касса» в корреспонденции с кредитом счетов учета денежных средств, расчетов, доходов от реализации продукции (работ, услуг) и др. Выплата денежных средств из кассы организации отражается по кредиту счета 50/ «Валютная касса» в корреспонденции с дебитом счетов учета денежных средств, расчетов, финансовых результатов и др.

Порядок движения иностранной валюты в кассе организации отражается следующими бухгалтерскими записями (см. таблицу 1).

Таблица 1 – Бухгалтерский учет кассовых операций в иностранной валюте

Наименование операции	Дебет	Кредит
Получена в кассу иностранная валюта с валютного счета	50/«Валютная касса»	52
На сумму приобретенной иностранной валюты на дату оприходования иностранной валюты в кассу	50/«Валютная касса»	57/2
Возвращена иностранная валюта, не использованная подотчетным лицом	50/«Валютная касса»	71
Произведена выдача иностранной валюты работнику под отчет	71	50/«Валютная касса»

Источник: собственная разработка

Рассмотрим порядок ведения кассовых операций в наличной иностранной валюте на территории Республики Беларусь на условном примере.

Пример. Работник организации командирован в г. Варшаву (Польша) сроком на 4 дня с 17 по 22 февраля 2017 г. Ему выдан аванс в сумме 500 евро и 2 билета на проезд (к месту командирования и обратно) на сумму 90,00 руб. (без НДС). Сумма аванса определена с учетом норм на командировочные расходы: суточные – 50 долл. США и расходы по найму жилого помещения – до 150 долл. США в сутки. По возвращении из командировки работник представил счет на проживание в гостинице за 3 суток в сумме 627 злотых. Чеки о совершении валютно-обменных операций не представлены.

Курсы иностранных валют, установленные Национальным банком Республики Беларусь (далее – Нацбанком РБ), следующие:

– на 16 февраля 2017 г. – 1,9716 руб. за 1 евро; 1,8650 руб. за 1 долл. США;

– на 23 февраля 2017 г. – 1,9698 руб. за 1 евро; 0,4580 руб. за 1 польский злотый.

Представим расчет суммы утверждаемого авансового отчета:

– *суточные:*

4 суток × 50 долл. США × 1,8650 руб. / 1,9716 руб. = 189, 20 евро;

189, 20 евро × 1,9716 руб. = 373,00 руб.

По нормам Инструкции № 94 в отчете об израсходованных суммах иностранной валюты суточные указывают в иностранной валюте, в которой были выданы наличными или в белорусских рублях по официальному курсу белорусского рубля к соответствующей иностранной валюте, установленному Нацбанком РБ на дату выдачи (перечисления) аванса, и не пересчитывают на дату составления отчета (ст. 30) [1];

– *расходы на проживание:* 627 польских злотых × 0,4580 руб. / 1,9698 руб. = 145,80 евро.

Сумму наличной иностранной валюты, израсходованную за границей, пересчитывают в иностранную валюту, в которой получен аванс, с использованием обменного курса банка (организации) страны командирования, где совершена валютно-обменная операция. Если на дату составления отчета об израсходованных суммах наличной иностранной валюты отсутствует информация об использованном обменном курсе (как в нашей ситуации), то пересчет произведенных расходов осуществляют по официальному курсу белорусского рубля к соответствующей иностранной валюте, установленному Нацбанком РБ на дату составления отчета об израсходованных суммах иностранной валюты (ст. 32) [1];

– *расходы на проезд* – 90,00 руб.

Итого расходы, произведенные в иностранной валюте, пересчитанные в валюту, в которой выдан аванс, составили 335,00 евро (189, 20 + 145,80).

Работнику было выдано 500 евро, израсходовано 335,00 евро. Следовательно, все расходы, произведенные в иностранной валюте, были проавансированы организацией и подлежат отражению в учете по курсу на дату выдачи аванса.

Представим авансовый отчет на утверждение руководителю.

Принято решение о возвращении работником 165 евро в кассу организации.

После утверждения авансового отчета руководителем отразим в бухгалтерском учете произведенные работником расходы по командировке.

К счету 71 «Расчеты с подотчетными лицами» откроем 2 субсчета:

71-1 «Расчеты с подотчетными лицами в белорусских рублях»;

71-2 «Расчеты с подотчетными лицами в валюте».

Отразим хозяйственные операции (таблица 2).

Таблица 2 – Бухгалтерский учет кассовых операций в иностранной валюте

Содержание операции	Дебет	Кредит	Сумма, руб.
Приняты к учету купленные организацией билеты на проезд в командировку и обратно	10	50	90,00
Поступила в кассу валюта с валютного счета (500 евро × 1,9716 руб.)	50	52	958,80
Выдана из кассы валюта на командировочные расходы (500 евро × 1,9716 руб.)	71/2	50/«Валютная касса»	958,80
Отражена стоимость выданных работнику проездных документов	71/1	10	90,00
Списаны расходы командированного работника по проезду к месту командировки и обратно	26	71/1	90,00
Списаны суточные за время командировки (178,48 евро × 1,9716 руб.)	26	71/2	373,00

Списаны расходы по проживанию в гостинице (143,56 евро × 1,9716 руб.)	26	71/2	287,50
Отражена курсовая разница по дооценке задолженности командированного работника перед организацией ((500 евро – 322 евро) × (1,9698 руб. – 1,9716 руб.))	91	71/2	0,30
Внесена в кассу неиспользованная сумма валюты в счет погашения задолженности (178 евро × 1,9698 руб.)	50	71/2	325,00

Источник: собственная разработка

Основной целью проверки кассовых операций является установление законности, достоверности и целесообразности совершенных операций с денежными средствами организации, правильности отражения их в учете [3, с. 81].

Проверку кассовых операций проводят в следующей последовательности:

1) инвентаризация наличных денег и денежных документов в кассе организации;

2) проверка условий, обеспечивающих сохранность денежных средств;

3) проверка соблюдения установленного порядка ведения кассовых операций.

Источниками информации для проведения аудита кассовых операций могут быть:

1) бухгалтерская отчетность – форма № 1 «Бухгалтерский баланс», форма № 4 «Отчет о движении денежных средств»;

2) статистическая отчетность – форма 1-ф «Отчет об использовании денежных средств», форма 11-торг «Отчет об обороте кассы»;

3) регистры бухгалтерского учета – Главная книга, журнал-ордер №1, ведомость № 1 и др.;

4) документы – кассовая книга, книга кассира-операциониста, отчеты кассира с приложенными к ним оправдательными документами, книга регистрации приходных и расходных ордеров, чековая книжка для получения денежных средств с расчетного счета в банке, расчетно-платежные и платежные ведомости на выплату сумм работникам организации, материалы инвентаризации кассы, документы по регистрации кассовых суммирующих аппаратов и компьютерных систем и обнулению счетчиков, договоры на инкассирование и кассовое обслуживание, лимиты банка на остаток денежных средств в кассе и др. [3, с. 81].

При аудиторской проверке проведение инвентаризации кассовой наличности не является обязательной процедурой, и аудитор в таком случае может воспользоваться результатами внутреннего контроля.

Инвентаризация кассовой наличности проводится в составе проверяющего, главного бухгалтера и кассира. До начала инвентаризации наличных денег в кассе кассир должен составить кассовый отчет, в который включаются все приходные и расходные кассовые документы, имеющиеся в кассе, и подписывает расписку по установленной форме. Далее проводится проверка наличия денежных средств в кассе.

После проверки денег и других ценностей, хранящихся в кассе, составляется акт инвентаризации кассы в трех экземплярах. При установлении излишков или недостач денег или денежных документов проверяющий обязан потребовать от кассира письменное объяснение об их причинах и проверить обоснованность и достоверность представленных объяснений.

Следующим этапом контроля является проверка условий, обеспечивающих сохранность денежных средств в кассе. На этом этапе изучается наличие приказа о создании касс и соответствие реального положения в части режима касс, производимых операций в кассах, количества созданных касс сведениям, указанным в приказе. Проверяется наличие приказов о назначении лиц, ответственных за сохранность

ценностей, за ведение журнала учета печатей, штампов, пломбиров, ключей от хранилища, нумераторов, клише, уточняется порядок и правильность регистрации, выдачи и хранения печатей, штампов. Путем визуального наблюдения устанавливается соблюдение кассирами правил сохранности денежной наличности и ценностей [3, с. 82–83].

Проверка кассовых операций проводится с целью установления соблюдения кассовой дисциплины и осуществляется сплошным способом.

Начинается проверка с установления фактических остатков по счету 50 «Касса» на начало проверяемого периода путем сверки записей в приходных и расходных кассовых ордерах, в платежных ведомостях, на корешках чеков в чековой книжке, в кассовой книге, в выписках банка, в журнале-ордере № 2 и журнале-ордере № 1.

Платежная ведомость подписывается ревизором (аудитором) и главным бухгалтером проверяемой организации.

Одновременно проверке подлежит соблюдение остатка лимита кассы, установленного обслуживающим банком.

Методика проведения аудита кассовых операций с наличной иностранной валютой имеет некоторые особенности. В частности, в процессе проверки дополнительно необходимо:

– удостовериться, что наличная иностранная валюта получена проверяемой организацией на цели, определенные законодательством Республики Беларусь;

– установить, имеются ли у кассира справочные и информационные материалы, поступающие из официальных источников, которые необходимы для определения признаков платежности банкнот и платежных документов в иностранной валюте в соответствии с законодательством Республики Беларусь;

– проверить и установить, правильно ли выдается наличная иностранная валюта под отчет на расходы, связанные со служебными командировками работников за границу, в соответствии с законодательством Республики Беларусь;

– проверить, правильно ли осуществляется окончательный расчет с работниками по подотчетным суммам в иностранной валюте [4, с. 81].

В ходе аудиторской проверки кассовых операций в иностранной валюте аудитор проверяет:

1) полноту и своевременность оприходования валюты;

2) правильность оформления кассовых ордеров на поступление и выдачу валюты. Должны быть выписаны обычные кассовые ордера (приходные или расходные), в которых должна быть указана сумма в валюте платежа (например, доллары США, евро) и в рублях. Операции в кассовой книге должны быть отражены как в валюте платежа, так и в рублевом эквиваленте по курсу на дату совершения операции;

3) правильность определения курсовых разниц;

4) правильность бухгалтерского учета курсовых разниц.

Проведенное исследование свидетельствует о необходимости соблюдения кассовой дисциплины, своевременного и правильного отражения в бухгалтерском учете кассовых операций в иностранной валюте, проведения внутреннего аудита кассовых операций, что в конечном итоге позволит обеспечить достоверность информации, отражаемой в бухгалтерской отчетности организации.

Список литературы

1. Об утверждении Инструкции о порядке ведения кассовых операций в наличной иностранной валюте на территории Республики Беларусь: постановление правления Нацбанка Респ. Беларусь, 23 февр. 2015 г., № 94 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Гродно, 2016.

2. Бугаев, А. В. Бухгалтерский финансовый учет: учеб. пособие / А. В. Бугаев. – М. : Регистр, 2015. – 511 с.

3. Ревизия и аудит : учеб.-метод. пособие / БНТУ ; авт.-сост. Г. Д. Вереневич, Е. Н. Вербицкая, И. В. Щербакова. – Минск , 2013. – 161 с.

4. Дулебо, Е. Ю. Ревизия (аудит) финансово-хозяйственной деятельности организации: консп. лекций / Е. Ю. Дулебо. – В. : УО «ВГТУ», 2009. – 102 с.

We investigated the order of conducting cash operations in cash foreign currency in the territory of the Republic of Belarus, identified its features and characteristics; the method of accounting of calculations with accountable persons on official business in foreign currency. Features of audit of cash operations in foreign currency.

Бышкало Елизавета Сергеевна, студентка 4 курса специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: liza.byshkalo@mail.ru.

Научный руководитель – ***Тарасова Людмила Станиславовна,*** кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 336.71

А.О. Гетман

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В статье проанализированы современное состояние банковского сектора и основные тенденции его развития. Рассмотрены основные показатели, характеризующие состояние банковского сектора Республики Беларусь.

Банковский сектор – это «кровеносная система» страны: обеспечивая концентрацию и перелив финансовых ресурсов, он питает и стимулирует развитие экономики государства. От его стабильной работы во многом зависит эффективность проводимой экономической политики, и в конечном итоге – экономическое положение государства в целом.

За период развития национального банковского сектора Республики Беларусь в статусе суверенного государства количество банков колебалось от 20 до 52.

По состоянию на 01.01.2016 г. банковский сектор Беларуси включал 25 банков (не считая регулятора), это на 6 банков меньше, чем на начало 2015 года. На 01.12.2016 банковский сектор включал 24 банка, что свидетельствует о сокращении количества банков, по сравнению с началом 2016 года [1].

Одним из главных критериев развития банка является размер активов банка. Активы – объекты собственности, имеющие денежную оценку, принадлежащие банку. Основные источники средств для образования активов: собственный капитал банка и средства вкладчиков, межбанковские кредиты, эмиссия облигаций банка. Увеличение активов банка происходит за счет проведения активных операций: кредитования, инвестиционных операций, прочих операций банка по размещению собственных и привлеченных средств. Важным качеством активов банка является генерирование прибыли.

Анализ банков Республики Беларусь по размеру активов показывает, что в пятерку лидеров входит ОАО «АСБ Беларусбанк», активы которого на 01.01.2016 составили 26 577,1 млрд руб. На втором месте – ОАО «Белагропромбанк», активы которого равны 9 751,4 млрд руб. Третье место занимает ОАО «БПС-Сбербанк» – 5 314,5 млрд руб. На 4 месте располагается Банк «БелВЭБ», активы которого составили 3 883,4 млрд руб. Завершает пятерку лидеров ОАО «Белинвестбанк» – 3 522,3 млрд руб. [6]. По состоянию на 01.12.2016 рейтинг не изменился, однако активы ОАО «АСБ Беларусбанк» снизились

на 1,2 %, ОАО «Белагропромбанк» – на 1,29 %, ОАО «БПС-Сбербанк» – на 10,07 %. Отдельные банки незначительно увеличили свои активы: банк «БелВЭБ» – на 0,19 %, ОАО «Белинвестбанк»– на 1,02 %.

Проанализируем удельный вес каждого банка в активах всей банковской системы Республики Беларусь по состоянию на 01.12.2016. На 1-м месте по величине активов, как и в предшествующем году, остается ОАО «АСБ Беларусбанк» – более 40 % от активов всей банковской системы страны (включая Банк развития). ОАО «Белагропромбанк» расположился на втором месте в рейтинге. Третье место сохранилось за ОАО «БПС-Сбербанком» – крупнейшим в РБ банком с российским капиталом, он остался самым крупным частным банком (рисунок 1) [7].

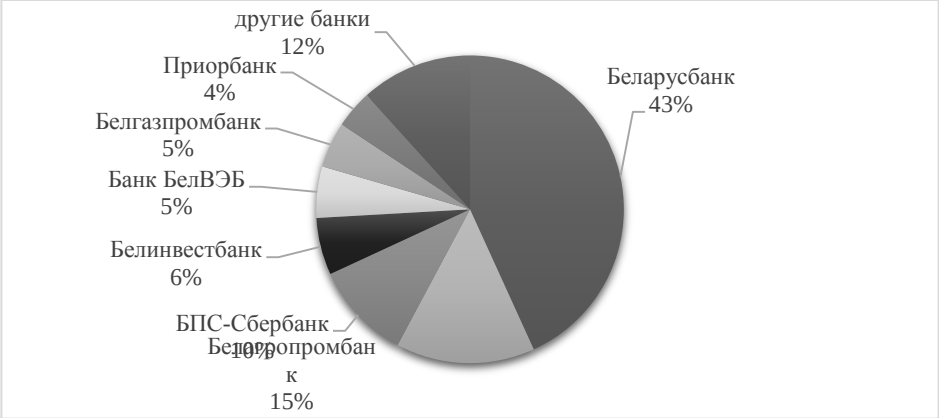


Рисунок 1 – Доля банков по величине активов в банковской системе РБ на 01.12.2016, в %

В целом, крупнейшие банки страны продемонстрировали рост активов в пределах 20–40 % [6].

Банковский сектор Республики Беларусь характеризуется высоким уровнем концентрации: на долю 5 крупнейших банков приходится около 79 % активов банковского сектора, причем три (Беларусбанк, Белагропромбанк и Белинвестбанк) из пяти банков являются государственными. В 16-ти банках доля иностранного капитала превышает 50 %, при этом доля государства в активах банковского сектора доминирует и составляет около двух третей, что значительно превышает аналогичный показатель в странах-соседях и ЕС. Институциональные характеристики банковского сектора Республики Беларусь представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Институциональные характеристики банковской системы РБ

2013 г.					2014 г.					2015 г.					2016 г.				
Количество банков					Количество банков					Количество банков					Количество банков				
	ГБ	ИБ	ЧБ	БС		ГБ	ИБ	ЧБ	БС		ГБ	ИБ	ЧБ	БС		ГБ	ИБ	ЧБ	БС
КБ	3	2	0	5	КБ	3	2	0	5	КБ	3	2	0	5	КБ	3	3	0	6
СБ	0	6	0	6	СБ	1	4	0	5	СБ	1	4	0	5	СБ	1	3	1	5
МБ	1	14	5	20	МБ	1	14	6	21	МБ	1	10	5	16	МБ	1	8	4	13
БС	4	22	5	31	БС	5	20	6	31	БС	5	16	5	26	БС	5	14	5	24
Уставный фонд (млрд руб.)					Уставный фонд (млрд руб.)					Уставный фонд (млрд руб.)					Уставный фонд (млрд руб.)				
31 800,6					33 615,9					44 848					47 197				

Источник: собственная разработка на основании данных [2; 3;4]

В таблице 1 использованы следующие сокращения: ГБ – банки с преобладающей долей в уставном фонде государственных органов и юридических лиц, основанных на государственной форме собственности; ИБ – банки с преобладающей долей в уставном фонде иностранного капитала; ЧБ – банки, не вошедшие в группы ГБ и ИБ; КБ – банки, удельный вес активов которых превышает 5 % от совокупных активов банковского сектора; СБ – банки, удельный вес активов которых превышает 5 % от активов банков, не вошедших группу КБ; МБ – банки, не вошедшие в группы КБ и СБ.

Как видно из таблицы 1, на протяжении анализируемого периода количество банков незначительно изменилось. Число банков с преобладающей долей в уставном фонде иностранного капитала постепенно уменьшалось, в период с 01.01.2014 по 01.01.2017 их количество уменьшилось на 7 банков. Число банков с преобладающей долей в уставном фонде государственных органов и юридических лиц, основанных на государственной форме собственности, возросло всего лишь на 1 банк. Совокупный уставный фонд банковского сектора Республики Беларусь за эти годы увеличился на 15 397 млрд руб. Количество банков с преобладающей долей в уставном фонде иностранного капитал сократилось на 8 банков, т.е. с 22 до 14. На 01.01.2017 было зарегистрировано 5 банков и небанковских кредитно-финансовых организаций со 100-процентным иностранным участием в капитале.

Статистика по доходам и расходам банков РБ с 01.01.2014 по 01.01.2017 представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Доходы и расходы банков Республики Беларусь, млн руб.

Показатели	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Доходы	13 125	26 281	19 313	17 617
Расходы	12 539	25 449	18 407	16 858

Источник: собственная разработка на основании данных [8]

Данные таблицы 2 показывают нестабильное и скачкообразное движение доходов и расходов банков Республики Беларусь за исследуемый период. Самые высокие показатели наблюдались в 2015 г., когда доходы увеличились в 2 раза. Однако на начало 2016 и 2017 гг. доходы банковской системы снизились на 6 968 млн руб. и на 1 696 млн руб. соответственно. В исследуемый период доходы превышали расходы, что говорит об эффективной деятельности банков РБ. В структуру доходов банков входят такие показатели, как: процентные, комиссионные, операционные, банковские доходы и поступления по ранее списанным долгам. В расходы банков Республики Беларусь входят показатели: комиссионные и процентные расходы, операционные и банковские расходы, отчисления в резервы и долги, списанные с баланса.

Более наглядно информация о динамике изменений доходной и расходной части банков представлена на рисунке 2 [8].

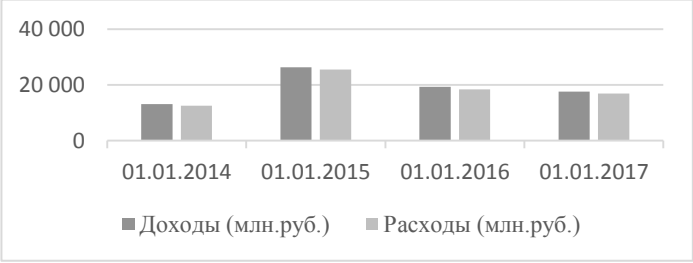


Рисунок 2 – Доходы и расходы банков Республики Беларусь, млн руб.

На развитие банковского сектора Республики Беларусь также влияет совокупный капитал коммерческих банков. Совокупный капитал банков – это часть пассивов банка, один из ресурсов для обеспечения его деятельности наряду с заемными средствами (рисунок 2).

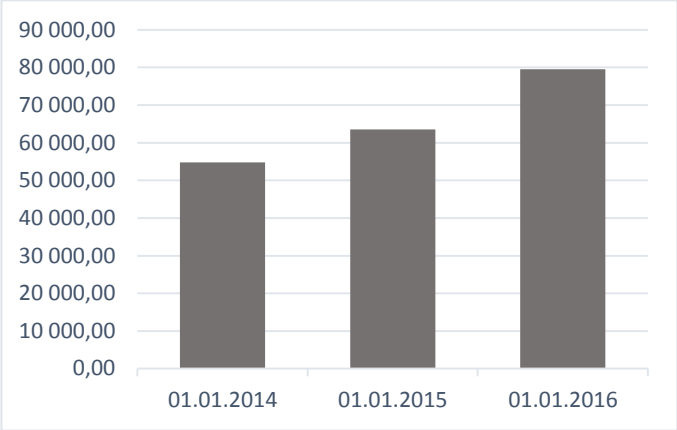


Рисунок 3 – Динамика совокупного капитала коммерческих банков, млрд руб.

Источник: собственная разработка на основании данных [2; 3;4]

Очевидно, что происходит постепенное увеличение совокупного капитала банков. На 01.01.2014 он составлял 54 819 млрд руб. По состоянию на 01.01.2015 совокупный капитал коммерческих банков составил 63 752 млрд руб. На 01.01.2016 он равен 79 482 млрд руб., т. е. увеличился на 24 633 млрд руб., или на 65% за период с 2014 по 2016 гг. На 01.12.2016 совокупный капитал коммерческих банков Республики Беларусь уже составил 84 311 млрд руб. Суммарно увеличение составило 4 829 млрд руб. по сравнению с началом года и 29 462 млрд руб. (или 68 %) по сравнению с 01.01.2014.

Иностранный капитал в банковской системе РБ наиболее широко представлен российским капиталом. Российские банки в основном относятся к крупным банкам (БПС-Сбербанк, Банк БелВЭБ, Банк ВТБ, Белгазпромбанк). Банки с прочим иностранным капиталом в большинстве своем представляют собой средние и малые банки (кроме Приорбанка с австрийским капиталом, относящимся к крупным банкам.)

В Республике Беларусь на настоящее время существует 6 банков, доля активов которых превышает 5 % от всей банковской системы страны.

Рост совокупного капитала банков свидетельствует об усилении стабильности банковской системы.

Однако 12 банков, как имеющих, так и не имеющих лицензию на привлечение депозитов физлиц, имеют капитал ниже 25 млн евро в эквиваленте, т.е. не выполняют требования к минимальному размеру нормативного капитала. Лицензии нескольких банков уже были приостановлены Национальным банком Республики Беларусь в связи с невыполнением требования к нормативному капиталу, и данные банки находятся в стадии банкротства или ликвидации (ЗАО «Дельта Банк», ЗАО «ИнтерПэйБанк», ЗАО «Евробанк», ЗАО «Норд Европеан Банк», ЗАО «Банк Инвестиционных Технологий») [5].

С целью повышения уровня капитализации банковской системы возможным выходом из данной ситуации могут быть сделки по слиянию и поглощению мелких банков либо решения об изменении статуса таких банков на небанковскую кредитно-финансовую организацию (в свете ужесточения требований НБ РБ к минимальному размеру уставного фонда банков).

Список литературы

1. Активы. Прибыль. Капитал. Рейтинг банков Республики Беларусь / [Электронный ресурс]/. – Режим доступа: http://myfin.by/stati/view/6216-aktivy-pribyl-kapital-bolshoj-rejting-belorusskih-bankov-po-itogam-2015-goda. – Дата доступа: 17.02.2017.
2. Банковский сектор Республики Беларусь / [Электронный ресурс]/. – Режим доступа: http://www.belrynok.by/ru/page/business/. – Дата доступа: 10.02.2017.
3. Банковский сектор Республики Беларусь на 01.01.2014 г. / [Электронный ресурс]/. – https://www.nbrb.by/publications/banksector/bs_20150101.pdf. – Дата доступа: 16.02.2017.
4. Банковский сектор Республики Беларусь на 01.01.2015 г. / [Электронный ресурс]/. – https://www.nbrb.by/publications/banksector/bs_20140101.pdf. – Дата доступа: 16.02.2017.
5. Банковский сектор Республики Беларусь на 01.01.2016 г. / [Электронный ресурс]/. – Режим доступа: https://www.nbrb.by/system/banks/list. – Дата доступа: 20.02.2017.
6. Рейтинг банков Республики Беларусь по размерам активов / [Электронный ресурс]/. – Режим доступа: http://myfin.by/banki/rating. – Дата доступа: 11.02.2017.
7. Сведения о банках, действующих на территории Республики Беларусь / [Электронный ресурс]/. – Режим доступа: https://www.nbrb.by/publications/banksector/bs_20160101.pdf. – Дата доступа: 15.02.2017.
8. Статистический бюллетень / [Электронный ресурс]/. – Режим доступа: http://www.nbrb.by/publications/bulletin/Stat_Bulletin_2016_12.pdf. – Дата доступа: 21.02.2017.

The article analyzes the current state of the banking sector and the main trends of its development. The main indicators characterizing the state of the Republic of Belarus of the banking sector.

Гетман Анастасия Олеговна, студентка 3 курса специальности «Финансы и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: nastia.getman97@mail.ru.

Научный руководитель – ***Цветкова Марина Анатольевна,*** старший преподаватель кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 330.142.211

А.Э. Горда

ОСНОВНЫЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ФОНДЫ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Проанализированы состав, структура, эффективность использования основных фондов предприятий Республики Беларусь. Проанализирована структура инвестиций в основной капитал, направления по корректировке инвестиционного процесса в Республике Беларусь.

Основополагающим фактором экономического развития в масштабе национальной экономики и предприятий является состояние материально-технической базы, наибольшую часть которой представляют собой основные фонды. Состав, структура, эффективность их использования характеризуют уровень производственного потенциала предприятий Республики Беларусь, что является одним из главных условий повышения эффективности производства. Республика Беларусь в настоящее время обладает значительным производственным потенциалом. По состоянию на 01.01.2016 стоимость основных фондов оценена в 2425,1 трлн. руб., что составляет 82,2 % от национального богатства государства. Структура основных средств представлена на рисунке 1.

Рисунок 1 – Структура основных фондов по видам активов Республики Беларусь с 2011 по 2015 гг. (по первоначальной стоимости на конец года, в процентах к итогу).

Источник: собственная разработка на основании данных [1].

На 31.12.2015 структура основных фондов по их видам следующая: здания и сооружения – 52,5 %; машины и оборудования – 30,6 %; передаточные устройства – 9,8 %; транспортные средства – 5,0 %; прочее – 2,1 %. В производственной структуре основных фондов преобладают пассивные элементы – здания и сооружения. Это связано с отраслевыми, территориальными и климатическими особенностями.

Технологическая структура основных фондов по видам экономической деятельности представлена на рисунке 2.

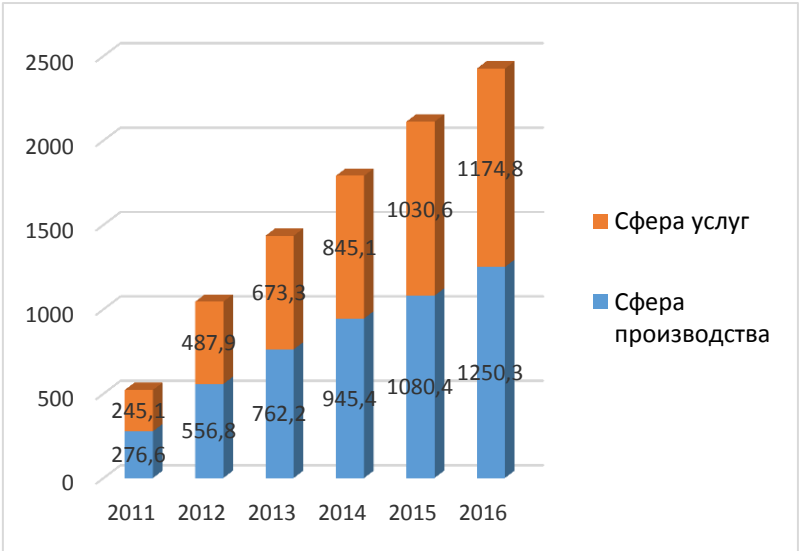


Рисунок 2 – Структура основных фондов по видам экономической деятельности Республики Беларусь с 2011 по 2016 гг. (по первоначальной стоимости на начало года, трлн. рублей).

Источник: собственная разработка на основании данных [2].

Из рисунка 2 видно, что за весь анализируемый период наибольшая стоимость основных фондов приходится на сферу производства.

Для более детального анализа рассмотрена структура основных средств по отраслям (рисунок 3).

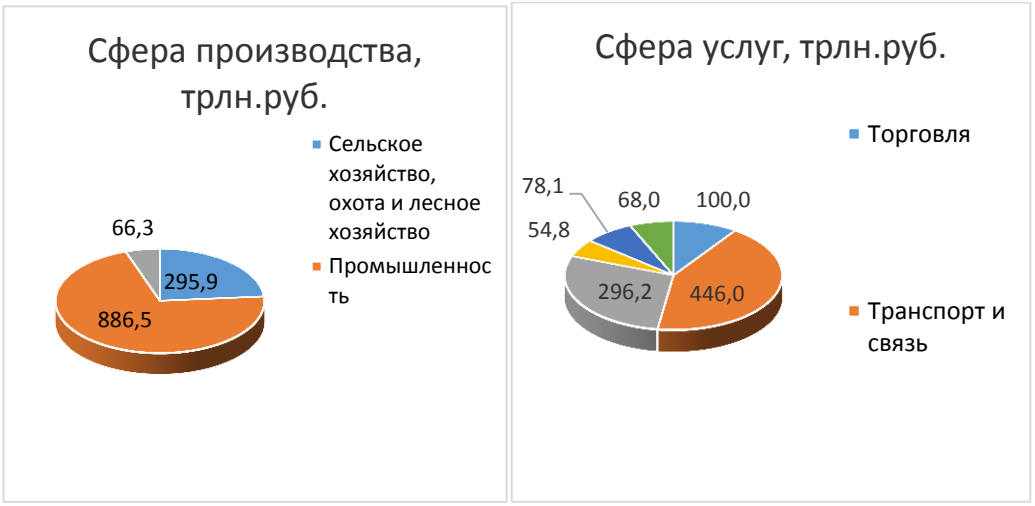


Рисунок 3 – Структура основных фондов по отраслям Республики Беларусь на 01.01.2016 (по первоначальной стоимости на начало года, трлн. рублей)

Источник: собственная разработка на основании данных [2].

Наибольший удельный вес в составе основных фондов страны занимают четыре отрасли: промышленность, сельское хозяйство, транспорт, операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг потребителям (совокупная доля в основных фондах республики составляет 79,4 %). Лидирующими в промышленности являются химическая и нефтехимическая, машиностроение и металлообработка. Обобщающую оценку движения основных фондов дают коэффициенты обновления и выбытия (таблица 1).

Таблица 1 – Динамика показателей, характеризующих состояние основных фондов в Республике Беларусь за 2010–2015 гг., %

Показатели	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Отклонение 2015 г. от 2011 г., ±
Коэффициент обновления основных фондов экономики в целом	5,3	5,6	5,7	6,3	5,7	0,4
Коэффициент выбытия основных фондов экономики в целом	1,3	1,2	0,9	0,7	0,8	-0,5

Источник: собственная разработка на основании данных [2]

На наш взгляд, повышение эффективности использования основных фондов в значительной степени зависит от ускорения обновления производственных фондов, освобождения от их устаревшей части. Приведенные данные говорят о том, что изменение в обновлении основных фондов в экономике республики незначительное, это свидетельствует об их замедленном воспроизводстве.

Динамичное развитие экономики Республики Беларусь невозможно без активизации деятельности всех отраслей национальной экономики и, прежде всего, промышленности. Усиление инвестиционной активности в производственном секторе национальной экономики имеет принципиальное значение для обновления производственного потенциала промышленности, строительства, транспорта, связи, сельского хозяйства и других базовых отраслей экономики. Для обновления производственного потенциала необходимы как собственные, так и привлеченные средства белорусских и иностранных инвесторов.

Как известно, экономический рост в решающей мере предопределяется объемом инвестиций, который, в свою очередь, зависит от выделяемой в составе ВВП доли, направляемой на накопление основного капитала. Белорусская экономика отличается очень высокой инвестиционной активностью, об уровне которой можно судить по величине доли валового накопления основного капитала.

Таблица 2 – Эффективность инвестиций в белорусской экономике за 2010–2014 гг.

Год	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Доля накопления основного капитала в ВВП (%)	39,8	38,8	33,4	37,7	33,9
Эффективность инвестиций		0,138	0,043	0,03	0,042
Темп прироста ВВП (%)	7,7	5,5	1,7	1,0	1,6

Источник: собственная разработка на основании данных [3].

Данные об изменении доли накопления основного капитала дают косвенное представление об относительной интенсивности инвестиционного процесса. Вместе с тем, данные отечественной статистики свидетельствуют, что в последние годы отдача от инвестиционных вложений снижается. Эффективность инвестиций рассчитывается как отношение прироста ВВП к объему валового накопления основного капитала в предшествующем году. Как видим из таблицы 2, на фоне увеличения доли накопления основного капитала эффективность инвестиций снижается. При этом следует отметить, что при резком увеличении количества инвестиций качество вкладываемых инвестиций снижается. Данные структуры инвестиций в основной капитал по видам инвестиционной деятельности представлены в таблице 3 [3].

Таблица 3 – Структура инвестиций в основной капитал по видам экономической деятельности (в процентах к итогу).

Инвестиции в основной капитал	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Общий объем инвестиций, в том числе:	100	100	100	100
сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	16,1	14,1	10,0	10,8
промышленность	34,	36,1	36,4	37,9
строительство	2,2	2,4	2,0	1,9
торговля	5,0	5,1	5,5	3,6
гостиницы и рестораны	1,1	1,4	1,6	1,2
транспорт и связь	12,6	9,5	10,2	10,5
финансовая деятельность	1,0	0,9	1,0	1,1
операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг потребителям	20,4	22,5	25,9	26,3
образование	1,1	1,2	1,3	1,0
здравоохранение и предоставление социальных услуг	2,0	1,9	2,1	2,6
предоставление коммунальных, социальных и персональных услуг	2,7	3,1	2,6	2,1

Как видим из таблицы 3, наибольший удельный вес инвестиций в основной капитал приходится на промышленность (37,9 %) и операции с недвижимым имуществом, аренду и предоставление услуг потребителям (26,3 %).

При определении роли белорусского государства в инвестировании в основной капитал необходимо учитывать опыт развитых промышленных стран, в которых государство проводило активную политику в области воспроизводства основного капитала в течение продолжительного времени.

На наш взгляд, переход экономики Республики Беларусь на инновационный путь развития потребует дополнительного притока инвестиций, особенно в основной капитал. Как известно, инвестиции в основной капитал могут осуществляться за счет следующих финансовых источников:

- собственных средств предприятия, формируемых за счет прибыли и амортизационных отчислений;
- привлеченных средств (долгосрочные кредиты банков);
- бюджетных средств.

На сегодняшний день главными источниками финансирования основного капитала являются собственные средства организации и кредиты банков, которые в 2015 г. составили соответственно 39,8 % и 26,2 % от общего объема источников финансирования (таблица 4).

Таблица 4 – Структура инвестиций в основной капитал по источникам финансирования 2012–2015 гг. (в процентах к итогу).

	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Инвестиции в основной капитал	100	100	100	100
в том числе за счет:				
средств консолидированного бюджета	16,1	20,7	15,8	13,1
собственных средств организаций	40,0	37,8	38,5	38,9
заемных средств других организаций	1,5	1,2	1,5	1,3
иностранных инвестиций (без кредитов (займов) иностранных банков)	3,2	3,2	3,7	3,9
кредитов (займов) банков	26,5	24,2	26,6	26,8
из них:				
кредитов (займов) иностранных банков	3,3	4,2	8,2	11,8
кредитов по иностранным кредитным линиям	3,4	2,2	2,5	2,7
собственных средств населения	6,8	8,3	10,0	12,3
прочих источников	5,9	4,6	3,9	3,8

Источник: собственная разработка автора на основании данных [2; 3].

Таким образом, сбалансированная структура основных фондов и их своевременное обновление обеспечат экономический рост страны и позволят укрепить экономическую безопасность. Это можно достичь путем усиления действий интенсивных факторов (инновационное воспроизводство, концентрация и специализация производства, расширение реконструкции и модернизации действующих предприятий), которые способствуют улучшению технологической и отраслевой структуры основных фондов. Также необходимо повысить загрузку оборудования ликвидировать простои, перевести высокопроизводительные оборудования на многосменный режим, что позволит улучшить использование основных фондов.

Таким образом, модернизация широкого круга промышленных предприятий соответствует стратегическим приоритетам экономической политики Республики

Беларусь, однако ее непродуманность и тотальный характер в совокупности с высокими административными барьерами, высокой закредитованностью субъектов хозяйствования несут значительные угрозы для экономики.

Можно предложить следующие направления по корректировке инвестиционного процесса в Республике Беларусь:

- расширение видов деятельности в экономике, инвестиции в которые имеют более высокую эффективность и несут меньшие инфляционные риски за счет создания благоприятной бизнес-среды;
- повышение эффективности разработки инвестиционных проектов за счет комплексного исследования рынка и всевозможных внутренних и внешних угроз;
- повышение эффективности ресурсного обеспечения инвестиционной активности.

Список литературы

1. Сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2017. – Режим доступа: http://belstat.gov.by/. – Дата доступа: 15.01.2017.
2. Статистический ежегодник Республики Беларусь 2016. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь / редкол.: И. В. Медведева [и др.]. – Минск, 2016. – 518 с.
3. Беларусь в цифрах 2016. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь / редкол.: И. В. Медведева [и др.]. – Минск, 2016. – 72 с.

The structure, structure, efficiency of use of fixed assets of enterprises of the Republic of Belarus are analyzed. The structure of investments in fixed assets, directions for adjusting the investment process in the Republic of Belarus is analyzed.industry.

Горда Анастасия Эдвардовна, студентка 4 курса специальности «Финансы и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: gorda.ae@mail.ru.

Научный руководитель – ***Крупенко Юлия Вячеславовна***, старший преподаватель кафедры финансов и бухгалтерского учета Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 336.7

К.Л. Ермилова, Н.С. Романчук

ОЦЕНКА КРЕДИТНОГО РИСКА И СПОСОБЫ ЕГО МИНИМИЗАЦИИ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ

В данной статье раскрывается сущность кредитного риска банка, определены критерии качества кредитного портфеля. Выявлен ряд проблем, связанных с формированием кредитного портфеля банка, и предложены пути их решения. Сформулированы задачи анализа и управления кредитным портфелем.

Анализ банковских рисков является важной составляющей анализа банковской деятельности. В современном обществе в условиях обострения конкурентной борьбы внимание к банковским рискам увеличивается. Банки все чаще участвуют в конкурентной борьбе, проводят все более рискованные операции и сделки. Идеи предупреждения и снижения рисков становятся все более востребованными как банковской наукой, так и практикой.

В процессе своей деятельности банки подвергаются множеству рисков. В общем виде банковские риски подразделяются на четыре категории: финансовые, операционные, деловые и чрезвычайные.

Основным финансовым риском, управление которым определяет, в какой степени эффективна деятельность коммерческого банка, является кредитный риск, то есть опасность, что дебитор не сможет осуществить процентные платежи или выплатить основную сумму кредита в соответствии с условиями, указанными в кредитном соглашении.

Кредитный риск содержит риск как отдельного заемщика, так и ссудного портфеля, определяемый совокупностью кредитных вложений. В связи с этим, в процессе управления кредитным риском необходим учет особенностей каждого структурного элемента.

Для обеспечения интересов банка и общества в целом в условиях постоянной потребности в кредитных ресурсах существует объективная необходимость выработки стратегии управления кредитным портфелем. Качество всего кредитного портфеля в целом определяет эффективность и успех всей кредитной деятельности.

По нашему мнению, критериями качества кредитного портфеля следует считать:

- финансовое положение кредитополучателя (основная оценка);
- характеристика обслуживания долга;
- обеспеченность кредита;
- ликвидность и доходность кредита.

При оценке качества кредитного портфеля все вышеназванные характеристики оцениваются только с позиции кредитного риска. Из-за потенциально опасных последствий кредитного риска важно провести всесторонний анализ банковских возможностей по оценке, администрированию, наблюдению, контролю, осуществлению и возврату кредитов, гарантий и прочих кредитных инструментов.

Целесообразно выделить задачи анализа и управления кредитным портфелем:

1) оценка соблюдения нормативов, причины изменения значений нормативов, в том числе при соблюдении нормативных значений;

2) оценка диверсифицированности кредитного портфеля банка с учетом общегосударственных приоритетов развития экономики;

3) оценка уровней кредитного риска и концентрации риска. Изучение начинается с выявления видов взаимосвязей, групп взаимосвязанных должников. Концентрация рисков также возникает при наличии кредитов с одинаковым сроком погашения. Концентрация риска возможна не только при предоставлении кредитов, но и во всех других видах банковской деятельности, которые по своему характеру связаны с риском контрагента;

4) оценка доходности кредитного портфеля, в том числе изучение динамики полной процентной ставки за пользование кредитом; анализ стабильности потока процентных доходов;

5) обоснование уровня оптимизации структуры активов и пассивов по срокам исполнения обязательств;

6) сравнительный анализ достигнутых количественных и качественных параметров развития кредитного портфеля банка: с параметрами, определенными основными направлениями денежно-кредитной политики Республики Беларусь, Программой развития банка; с соответствующими показателями банков-конкурентов, эталонным банком (банком-аналогом);

7) изучение структуры и состава обеспеченной, недостаточно обеспеченной и необеспеченной задолженности;

8) анализ состава и движения специальных резервов банка на покрытие возможных убытков по кредитам банка, подверженным кредитному риску;

9) оценка степени взаимозависимости (взаимообусловленности) и взаимосвязи кредитного риска с валютным, процентным, операционным и другими рисками кредитного портфеля [1, с. 45–46].

Задачи управления риском кредитного портфеля решаются с применением следующих инструментов: нормативно-правовое, методическое, информационное обеспечение, автоматизированные системы управления, банки и базы данных.

Кредитный портфель отражает рыночную позицию банка, бизнес-стратегию, стратегию рисков и возможности банка по предоставлению кредитов. Нужно выборочно проанализировать кредиты, которые покрывали бы около 70 % общей суммы и 30 % общего количества кредитов. Анализу также подлежат по крайней мере 75 % по сумме и 50 % по количеству кредитов в иностранной валюте и все ссуды сроком погашения более года.

Также детальный обзор кредитного портфеля должен охватывать:

– все кредиты заемщикам, сумма которых составляет более 5 % общего капитала банка;

– все кредиты акционерам и связанным с банком лицам;

– все кредиты, процентные ставки или условия погашения по которым были пересмотрены или каким-либо другим образом изменены с момента предоставления кредита;

– все кредиты, по которым выплата процентов и основной суммы долга просрочена более чем на 30 дней, включая те кредиты, проценты по которым были капитализированы или пролонгированы;

– все кредиты, отнесенные к нестандартным, сомнительным или убыточным.

В каждом из этих случаев нужно рассмотреть документацию из дела заемщика, обсудить его коммерческую деятельность, краткосрочные перспективы и кредитную историю с ответственным кредитным служащим. Когда общая сумма задолженности составляет более 5 % банковского капитала, анализ должен также учесть планы заемщика на будущее, которые могут повлиять на его способность обслуживать долг и выплатить основную сумму. Также должны рассматриваться качество залога и способность заемщика зарабатывать необходимые денежные средства. Кроме кредитов, важнейшей категорией активов, по которым банк несет кредитные риски, являются межбанковские депозиты. Банковская политика должна состоять в том, чтобы тщательно проверять банки-корреспонденты с точки зрения лимитов кредитных рисков, а также оценивать возможность данных банков предоставлять соответствующее обеспечение. Также должны проверяться внебалансовые обязательства, по которым имеются кредитные риски. Нужно оценивать адекватность процедур анализа кредитных рисков, а также эффективность надзора и управления забалансовыми обязательствами, в частности гарантиями.

Использование этих рычагов имеет отражение в методах управления и регулирования риска кредитного портфеля банка. Конкретные меры по управлению кредитными рисками включают три вида директив. Первый вид – это директивы, направленные на ограничение или уменьшение кредитных рисков, например, определяющие концентрацию и размер кредитов, кредитование связанных с банком лиц или превышение лимитов. Второй вид включает директивы по классификации активов. Сюда входит анализ вероятности погашения портфеля кредитов и прочих кредитных инструментов, включая начисленные и невыплаченные проценты, которые подвергают банк кредитному риску. Третий вид включает директивы по резервированию – не только по портфелю кредитов, но также и по всем другим активам, которые могут привести к убыткам.

Нами выявлены следующие основные методы управления кредитным риском:

● оценка финансового состояния заемщиков, эмитентов ценных бумаг и банков-контрагентов, дальнейший мониторинг их финансового состояния;

●лимитирование;

●резервирование;

●разграничение полномочий сотрудников;

●установление предельных значений обязательных нормативов в соответствии с действующим законодательством и внутренними положениями банка;

●контроль за кредитами, выданными ранее;

●диверсификация портфеля ссуд и инвестиций банка;

●мониторинг состояния залогов.

Метод диверсификации заключается в разделении ссуд среди широкого круга заемщиков, отличающихся между собой как характеристиками (размер капитала, форма собственности), так и условиями деятельности (отрасль экономики, географический регион).

Благодаря лимитированию, банкам удается избежать высоких затрат вследствие необдуманной концентрации кредитного риска, а также диверсифицировать кредитный портфель и обеспечить стабильную прибыль.

Резервирование повышает надежность и стабильность банковской системы, служит защитой вкладчиков, акционеров, компенсирует невозврат заемных средств.

Банки должны иметь независимое и эффективное подразделение по управлению рисками, возглавляемое руководителем (директором) по управлению рисками, обладающим достаточными полномочиями, независимостью и ресурсами, осуществляющее взаимодействие с наблюдательным советом.

В качестве механизма управления кредитными рисками следует выделить:

• выявление существенных рисков по отдельным видам, в совокупности и потенциальных рисков;

• оценку рисков и определение степени подверженности к ним;

• разработку и внедрение системы управления рисками, утвержденной наблюдательным советом, включающей в себя культуру управления рисками, риск-аппетит и лимиты по рискам;

• непрерывный контроль осуществляемой деятельности по принятию рисков и подверженности банка к рискам в рамках утвержденных наблюдательным советом риск-аппетита, лимитов по рискам в соответствии с достаточностью капитала и ликвидности (т.е. планирование капитала);

• создание систем раннего предупреждения и триггеров, направленных на выявление нарушений риск-аппетита или лимитов по рискам банка;

• корректировку и, при необходимости, отмену решений, провоцирующих возникновение существенных рисков.

Подразделение по управлению рисками должно быть независимо от бизнес-подразделений и не заниматься коммерческой деятельностью, направленной на получение прибыли. Независимость является ключевым фактором эффективного управления рисками [2].

Выявление, мониторинг и контроль рисков должны осуществляться на постоянной основе на уровнях банка и группы в целом. Совершенствование системы управления рисками и внутреннего контроля должно осуществляться в соответствии с изменениями профиля рисков банка, влиянием рисков внешних условий и отрасли.

Создание комплексной системы оценки финансового состояния контрагентов и установления лимитов на различные банковские операции – важнейшее условие конкурентоспособности банка на рынке. Такая система не только позволяет защитить банк от потерь, но и служит базой для нормального проведения всех активных операций, способствует росту доходов банка, расширению круга надежных контрагентов. Предложенные механизмы управления кредитным портфелем позволяют регулировать процесс формирования кредитного портфеля как одного из основных направлений эффективного управления кредитной деятельностью банка, а главная цель процесса управления кредитным портфелем – обеспечение максимальной доходности при определенном уровне риска.

Список литературы

1. Козлова, И.К. Анализ деятельности банка: учеб. пособие / И. К. Козлова, Е. В. Быковская. – БГЭУ, 2015. – 117 с.
2. Принципы корпоративного управления для банков // Центральный банк Российской Федерации [Электронный ресурс]. – 2015 – Режим доступа: http://www.cbr.ru/today/ms/bn/basel_cgpb.pdf. – Дата доступа: 01.03.17.

This article reveals the essence of credit risk of the Bank, defined the criteria for the quality of the loan portfolio. Identified a number of issues related to the formation of a credit portfolio of Bank and suggested ways of their solution. Formulated problem analysis and credit portfolio management.

Ермилова Каролина Леонидовна, студентка 4 курса специальности «Финансы и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: ermilova_kl@mail.ru.

Романчук Наталья Сергеевна, студентка 4 курса специальности «Финансы и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: roma.939@mail.ru.

Научный руководитель – ***Карпицкая Марина Евгеньевна***, кандидат экономических наук, доцент, декан факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 368.9

Е.С. Жук

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЛИЧНОГО СТРАХОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Проанализировано современное состояние рынка личного страхования в Республике Беларусь, изучены тенденции развития личного страхования с учетом происходящих интеграционных процессов и выявлены факторы, негативно влияющие на развитие данной отрасли страхования. Определены основные проблемы развития личного страхования, и предложены пути совершенствования рынка личного страхования в Республике Беларусь.

Личное страхование стало в современном мире насущной необходимостью, так как человек не имеет полной уверенности в том, что завтра с ним ничего не случится. Заключив договор страхования, можно чувствовать себя более защищенным в финансовом отношении при наступлении страхового случая.

Личное страхование является важной составляющей социальной стабильности общества, источником дополнительного дохода граждан, а также дает возможность создать некоторые накопления к заранее установленному времени. Страховые компании осуществляют активное участие в социальных программах, способствуют поддержке доверия к государству и привлечению инвестиционных ресурсов.

Развитию личного страхования уделено значительное внимание и на государственном уровне. Так, Республиканской программой развития страховой деятельности на 2016–2020 годы, утвержденной Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 15.11.2016, предусмотрено развитие накопительного личного страхования как одного из основных приоритетов [1].

Белорусский рынок личного страхования постепенно продолжает свое развитие, наблюдаются определенные положительные тенденции (рисунок 1).

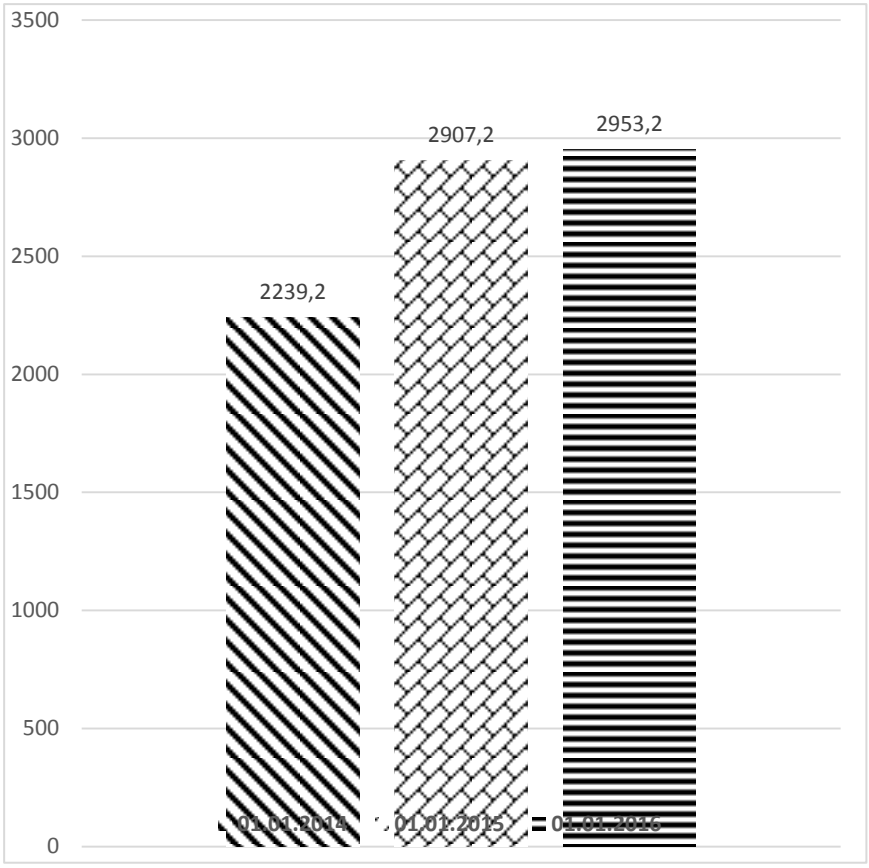


Рисунок 1 – Страховые взносы за 2013–2015 годы, млрд руб.

Источник: собственная разработка на основании [2]

Сумма страховых взносов по личному страхованию по состоянию на 1 января 2016 года составила 2 953,2 млрд руб (все цифровые данные представлены в белорусских рублях до деноминации). Сравнивая сумму страховых взносов по состоянию на 1 января 2016 года и 1 января 2015 года, можно отметить, что рост составил 1,6 %, а при сравнении 2015 и 2014 гг. – 23 % (таблица 1).

Таблица 1 – Страховые взносы за 2013–2015 годы, млрд руб.

	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Изменение 2014/2013,%	Изменение 2015/2014,%
Всего	2 239,2	2 907,2	2 953,2	23	1,6
в том числе:					
добровольное страхование	962,6	1 447,9	1 371,7	33,5	-6,3
обязательное страхование	1 276,6	1 459,3	1 581,5	36,1	43,8

Источник: собственная разработка на основании [2]

По добровольным видам страхования на 1 января 2016 года страховые взносы составили 4 286,1 млрд руб. В структуре страховых взносов по добровольным видам страхования доля личного страхования равна 32 % (1 371,7 млрд руб.), в 2014 году – 36,8 %. К общей сумме взносов доля личного страхования составляет 16,67 %, по сравнению с соответствующим периодом прошлого года наблюдается спад на 5,29 %.

Среди групп личного добровольного страхования по показателю страховых взносов на 1 января 2016 года преобладает: страхование медицинских расходов (380,3 млрд рублей), страхование дополнительной пенсии (360,3 млрд руб.), страхование жизни (222,1 млрд руб.).

Сложились опережающие темпы роста взносов в сегменте обязательного личного страхования. На 1 января 2016 года взносы по обязательному личному страхованию составили 1 581,5 млрд руб., по сравнению с 1 января 2015 года увеличение на 43,8 %. Преобладают следующие виды обязательного страхования: страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний (1 498,5 млрд руб.), медицинское страхование иностранных граждан и лиц без гражданства, временно прибывающих или временно проживающих на территории РБ (78,1 млрд руб.), обязательное государственное страхование (предусмотренное в законодательстве обязательное страхование жизни, здоровья и (или) имущества граждан за счет средств соответствующего бюджета) (4,9 млрд руб.) [2].

На 1 января 2016 года страховыми организациями Республики Беларусь было выплачено страхового обеспечения на сумму 1 590,4 млрд руб. (таблица 2).

Таблица 2 – Страховые выплаты за 2013–2015 годы, млрд руб.

	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Изменение 2014/2013, %	Изменение 2015/2014, %
Всего	943,7	1 246,3	1 590,4	24,2	21,6
в том числе:					
добровольное страхование	214,8	379,6	675,2	43,3	77,8
обязательное страхование	728,9	866,7	915,1	16	5,3

Источник: собственная разработка на основании [2]

Страховое обеспечение по добровольному личному страхованию составляет 675,3 млрд руб., или 14,2 % от общей суммы выплат, по сравнению с соответствующим периодом прошлого года наблюдается рост на 77,8 %.

Среди групп личного добровольного страхования по показателю выплаты страхового обеспечения на 1 января 2016 года преобладает: страхование медицинских расходов (258,1 млрд руб.), страхование дополнительной пенсии (164,6 млрд руб.), страхование жизни (104,8 млрд руб.).

Страховое обеспечение по обязательному личному страхованию на 1 января 2016 года равняется 915,1 млрд руб., или 19,3 % от общей суммы выплат, по сравнению с соответствующим периодом прошлого года наблюдается рост на 5,3 %. По данному показателю среди обязательных видов страхования преобладают: страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний (898,6 млрд руб.), медицинское страхование иностранных граждан и лиц без гражданства, временно проживающих или временно прибывающих на территории РБ (11,9 млрд руб.), обязательное государственное страхование (предусмотренное в законодательстве обязательное страхование жизни, здоровья и (или) имущества граждан за счет средств соответствующего бюджета) (4,6 млрд руб.).

Общая сумма страховых резервов, сформированных страховыми организациями республики, по состоянию на 1 января 2016 года составила 8 701,4 млрд руб. Страховые резервы по видам страхования иным, чем страхование жизни, составляют 6 139,6 млрд руб., а по видам страхования, относящимся к страхованию жизни, – 2 561,8 млрд руб. (на 1 января 2015 года – 5 328,7 млрд руб. и 1 708,0 млрд руб. соответственно) [2].

По состоянию на 1 января 2016 года собственный капитал страховых организаций республики составил 13 589,7 млрд руб. и увеличился по сравнению с 1 января 2015 года в действующих ценах на 1 458,9 млрд руб. Уставный капитал составляет 10 743,6 млрд руб., или 79,1 % от величины собственного капитала.

Несмотря на положительную динамику развития страхования, наблюдается спад общей суммы взносов по личному страхованию в размере 5,29 %, что связано со значительным снижением страховых поступлений по добровольному страхованию от несчастных случаев (спад на 47,12 %). Значительная часть рисков в экономике остается не застрахована. Отмечается низкая активность населения по заключению договоров, в том числе страхования жизни, дополнительной пенсии.

Нами выделены основные факторы, сдерживающие развитие личного страхования в Республике Беларусь:

1) значительный уровень инфляции (за 2015 год уровень инфляции – 12 %, для сравнения: в Великобритании – 0 %, Франции – 0,3 %), при котором долгосрочные финансовые вложения не являются привлекательными;

2) монопольные тенденции на рынке страхования жизни. Так, по состоянию на 1 января 2016 г. наибольший удельный вес в сегменте страхования жизни занимает РДУСП «Стравита» – 74 %;

3) невысокие доходы населения, ограничивающие спрос на страховые услуги. Так, средняя заработная плата в стране на 1 января 2016 г. составила 333,38 дол. США (в европейских странах данная цифра превышает 1000 дол. США);

4) ограниченный перечень программ по страхованию. В мировой практике широкое распространение получили индивидуализированные страховые услуги, которые учитывают требования отдельного страхователя;

5) низкая страховая культура населения и руководства предприятий.

Сложившееся состояние на рынке страхования требует выработки определенной политики в создании условий для развития долгосрочного личного страхования.

Необходимо создать систему стимулов для развития долгосрочного страхования жизни, включая пенсионное страхование (льготы для физических лиц по налогообложению и т.п.). Значение налоговых льгот наглядно видно на примере Германии, где в 2003 году часть льгот по долгосрочному страхованию жизни была отменена, что привело к падению охвата насыщения этим видом страхования – с 58 % до 48 % [3, с. 45].

Для Республики Беларусь актуальной является проблема старения населения, что приводит к большой нагрузке государственного бюджета по выплате пенсий. Эффективным путем решения данной проблемы может стать развитие дополнительного страхования пенсий. Это значит, что пенсионеры ввиду увеличения количества источников будут получать пенсию, большую относительно настоящего периода, и в то же время не будут отягощать государственный бюджет, увеличивая его эффективность.

Среди факторов, тормозящих развитие рынка добровольного медицинского страхования, следует отметить проблемы с налоговым законодательством в этой сфере. Согласно Указу Президента РБ № 219 от 12.05.2005 «О страховых взносах по договорам добровольного страхования жизни, дополнительной пенсии и медицинских расходов, включаемых в затраты по производству и реализации продукции, товаров (работ, услуг)», предприятия, которые заключают договор медицинского страхования с государственной страховой компанией на медицинские услуги, данные расходы относят на себестоимость предприятия. Предприятия, которые хотят обслуживаться по страховке в частных медицинских центрах, должны эти расходы покрывать из прибыли. Поэтому на данный момент важным моментом в развитии добровольного медицинского страхования является снятие барьеров в налоговой сфере [3, с. 46].

Существует необходимость в развитии страхования граждан от несчастных случаев. Этого требует объективная реальность. По статистическим данным, ежегодно на производстве происходит около 150 тысяч случаев травматизма.

Развитие долгосрочного личного страхования невозможно без такой составляющей, как доверие населения к государству и финансовым институтам. Добиться этого можно за счет: проведения эффективной рекламной кампании; широкой работы по разъяснению преимуществ накопительного страхования; участия в дискуссиях, прямых линиях, телевизионных передачах по вопросам страхования жизни и дополнительной пенсии; проведения промо-акций, участия в выставках, фестивалях; размещения публикаций в республиканской и региональной прессе, Интернете.

Таким образом, развивая долгосрочное личное страхование, государство решает комплекс взаимосвязанных задач:

1) снижает налоговую нагрузку на предприятия;
2) уменьшает расходную часть государственного бюджета;
3) способствует созданию социально стабильного общества;
4) получает долгосрочные инвестиционные ресурсы.

Предоставление страховым компаниям возможности принять участие в решении социальных проблем позволит получить для граждан: дополнительное пенсионное обеспечение, высококачественные медицинские услуги, дополнительные социальные гарантии в случае инвалидности, потери кормильца и т. д.

Помимо этого, необходимо внести поправки в белорусское законодательство, которые бы одинаково регулировали деятельность как белорусских, так и иностранных страховых компаний. Протекционизм внутреннего рынка ведет к отказу от новых технологий, которые приносят с собой иностранные компании, а также ограничивается необходимый для динамичного экономического развития приток иностранного капитала как в сектор страхования, так и в другие отрасли экономики.

Необходимо расширять международное сотрудничество с органами страхового надзора, зарубежными страховщиками и перестраховщиками с целью формирования белорусского рынка личного страхования с учетом мировых тенденций, укрепления платежеспособности страховщиков, снятия необоснованных ограничений на участие иностранных компаний в проведении страхования и перестрахования.

У рынка личного страхования большой потенциал. По прогнозам, в ближайшее время рынок классического накопительного страхования жизни в нашей стране будет расти в среднем на 30 % в год. Основной движущей силой развития рынка станут корпоративные клиенты, а наиболее интересным продуктом – смешанное страхование жизни.

Таким образом, предложенные мероприятия по развитию рынка личного страхования позволят усилить социальную защищенность граждан и повысить эффективность работы страховых организаций.

Список литературы

1. О Республиканской программе развития страховой деятельности на 2016–2020 годы: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, от 15 нояб. 2016 г., № 922 // Эталон-Беларусь [Электронный ресурс]/ Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2016.

2. Надзор за страховой деятельностью // Официальный сайт М-ва финансов Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: http://minfin.gov.by/ru/supervision/. – Дата доступа: 16.11.2016.

3. Лукашевич, И. И. Страховой рынок Беларуси: проблемы и перспективы развития / И. И. Лукашевич // Финансовый директор. – 2012. – №6. – С. 42–46.

Analyzes the current state of the market of personal insurance in the Republic of Belarus, studied the trends of development of personal insurance in the light of current integration processes and the

factors affecting the development of this branch of insurance. Main developmental problems were revealed as well as ways of improvement of personal insurance market in the Republic of Belarus.

Жук Елена Станиславовна, студентка 3 курса специальности «Финансы и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: alena_8888@inbox.ru.

Научный руководитель – ***Карпицкая Марина Евгеньевна,*** кандидат экономических наук, доцент, декан факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 331.2

В.И. Ильюк

ОЦЕНКА И АВТОМАТИЗАЦИЯ УЧЕТА ТВОРЧЕСКИХ РАБОТНИКОВ

Проанализированы существующие оценки и учет творческого труда в Республике Беларусь, а также мировая практика. Разработана универсальная методика распределения заработка творческих коллективов, а также рассмотрена возможность автоматизации метода.

В научной литературе к понятию «творческие работники» относятся люди, чей труд непосредственно связан с созданием нового, где постоянное «придумывание» является основой деятельности. Разделим творческий труд по следующим признакам:

- индивидуальное творчество – творческий продукт определяется самим творцом;
- творчество «на заказ». Основные параметры творческого продукта определяются заказчиком;
- коллективное. В случае коллективного творчества (в команде) продукт творчества является результатом совместных творческих усилий.

Остановимся подробнее на рассмотрении деятельности творческих коллективов, результат труда которых востребован заказчиком и оценивается сразу после создания продукта.

Выделим факторы, которые необходимо учесть при оценке труда творческих работников:

1. Сложность работ (наличие специальных знаний и навыков).
2. Трудоемкость работы (по уровню ответственности, напряженности).
3. Квалификационный уровень, опыт сотрудника.
4. Учет отдельных критериев, отражающих специфику творческого продукта (например, инновационность, привлечение новых клиентов и т. п.).

Можно выделить два различных подхода к материальному вознаграждению участников творческого коллектива:

1. Оплачивается время, которое работники затратили на выполнение заказа.
2. Весь результат труда оплачивается фиксированной суммой. Первый метод – вознаграждение может делиться поровну или иметь различия, опираясь на опыт работы участников проекта, их статус. Второй метод – объем денежных средств распределяется исходя из вклада и усилий каждого участника проекта.

На основании второго метода предлагаем усовершенствованную методику калькулирования и учета оплаты труда творческих работников. Методику рассмотрим на примере работы творческого коллектива создания рекламного продукта.

На предприятии была создана карточка вклада каждого работника в проект, которая будет заполняться баллами исходя из определенных нами критериев оценки творческого труда: качественные, которые оцениваются по десятибалльной шкале (качество работы,

соблюдение сроков, ответственность) и корректирующие коэффициенты, оцениваются от 0 до 1 (сложность, квалификационный уровень, трудоемкость работы).

На основе разработанной нами методики «Оценка человеческого капитала» рассмотрим практическую составляющую с применением программы Галактика ERP.

Галактика ERP – автоматизированная система управления, позволяющая в едином информационном пространстве оперативно решать главные управленческие задачи, а также обеспечивать персонал предприятия различного уровня управления необходимой и достоверной информацией для принятия управленческих решений [1].

Главными конкурентными преимуществами системы Галактика ERP является решение широкого спектра учетных и управленческих задач:

- гибкая адаптация к изменениям условий бизнеса и законодательства;
- апробированные технологии внедрения минимизируют инвестиционные и временные затраты;
- открытость для интеграции с любым программным обеспечением;
- высокая производительность и масштабируемость гарантируют одновременную устойчивую работу в системе более 700 пользователей;
- консолидация и всесторонний бизнес-анализ данных;
- встроенный OLAP – удобный инструмент для оперативного формирования отчетов.

Решение Галактика HRM принадлежит к классу HRM (Human Recourse Management) решений и поддерживает управленческую концепцию HCM (Human Capital Management), в соответствии с которой персонал организации рассматривается как актив, эффективно используемый компанией для достижения своих стратегических задач [1].

В состав системы входят 3 модуля: заработная плата, управление персоналом и табельный учет. Остановимся на модуле заработной платы. Данная программа не предусматривает учет творческих коллективов, потому мы подстроимся под нее.

Так как в программе можно сформировать бригадные наряды, то наш творческий коллектив мы создадим под видом бригады №1 (см. рисунок 1).

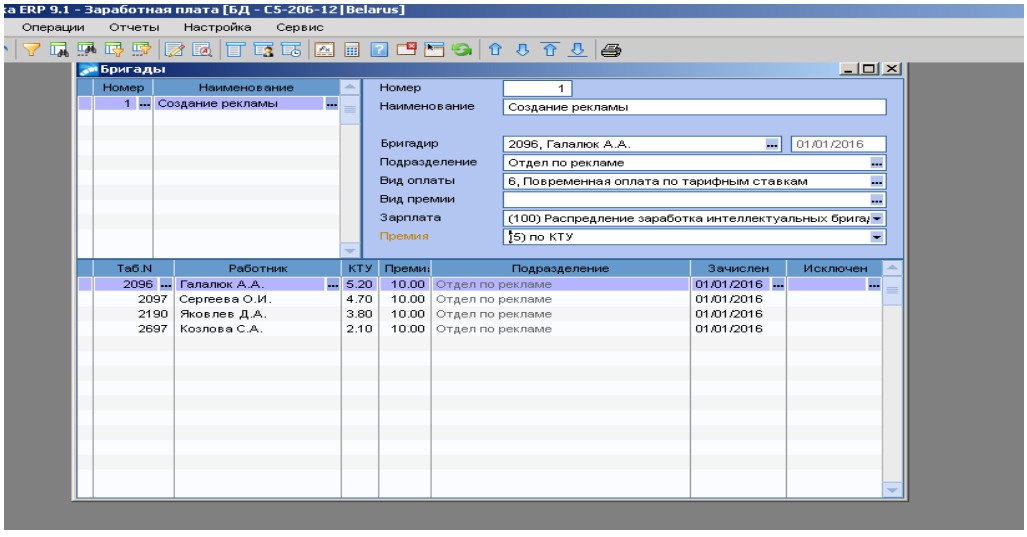


Рисунок 1 – Созданная бригада № 1

Источник: собственная разработка автора.

Творческий коллектив будет состоять из пяти сотрудников. Назначим главного в коллективе (бригадира), который по окончании проекта будет сдавать в бухгалтерию справку о выполненных работах. Исходя из данных в справке, бухгалтер будет вносить полученные баллы по каждому работнику в колонку КТУ. Так как в программе не

предусмотрен учет баллов, то КТУ вполне может заменить баллы.

Для начисления заработка можно использовать до 320 видов оплат. Для каждого вида оплаты можно определять алгоритм расчета, входимость в расчет различных видов удержаний, средних заработков и налогов на фонд оплаты труда. В стандартном варианте программы настроено до 30-и видов оплат. В Галактике ERP нет нужного нам алгоритма, поэтому мы напишем его в классификаторе алгоритмов пользователя. Пользовательские алгоритмы начинаются с сотого номера, и назовем его «Распределение заработка интеллектуальных бригад» (рисунок 2).

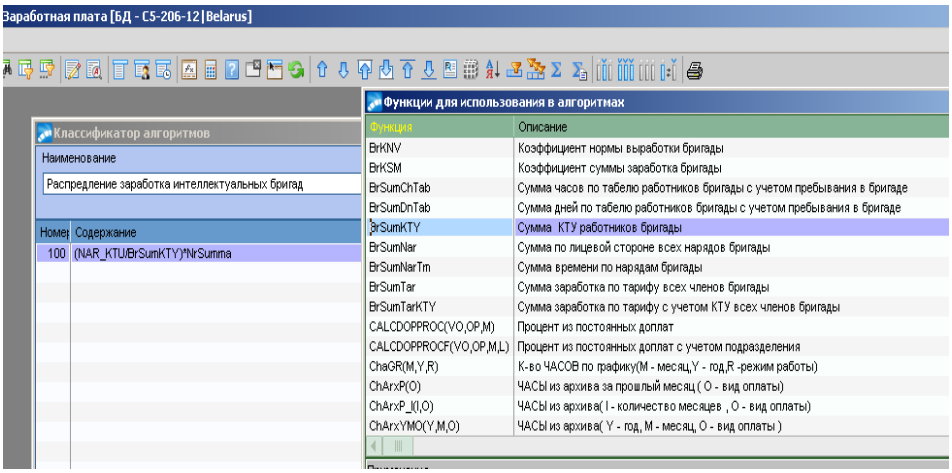


Рисунок 2 – Алгоритм для расчета заработка

Источник: собственная разработка автора.

На рисунке 3 представлена таблица, в которой будет производиться распределение заработка между работниками по ранее выделенным нами критериям. Также в таблице можно привести данные аналитического учета, например, в каком подразделении работник работает, номер бригады, счет, на который относятся затраты, виды премии, категорию работника и его должность. Для расчета нам необходимо в поле сумма написать сумму распределения, а также сумму премии, если она предусмотрена. Теперь необходимо выбрать алгоритм расчета, это будет алгоритм под номером 100, ранее созданный нами в классификаторе алгоритмов. С помощью команды «расчет», программа автоматически, используя наш алгоритм и присвоенные баллы работникам, распределила заработок между работниками, по выделенным нами критериям.

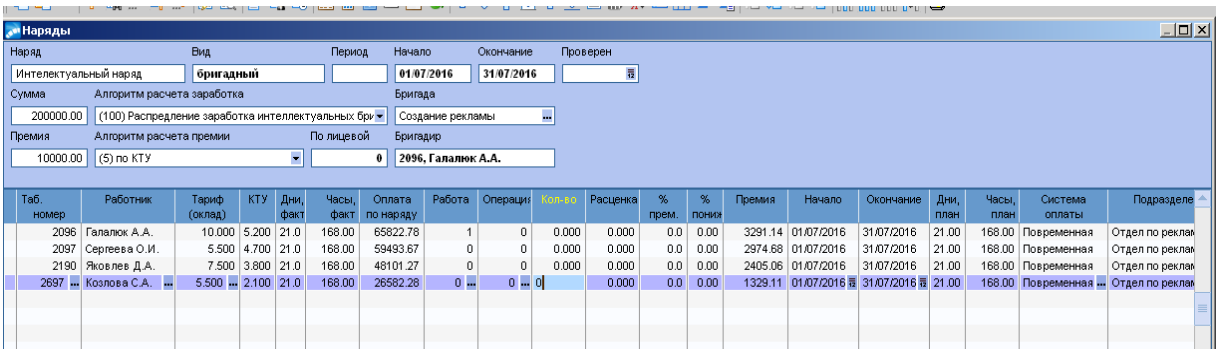


Рисунок 3 – Распределение заработка между работниками

Источник: собственная разработка автора.

Таким образом, мы смогли максимально точно и эффективно распределить заработок. К преимуществам данного метода, на наш взгляд, можно отнести: обоснованный расчет заработной платы, включение в критерии оценки тех показателей, которые необходимы руководителю, а также дополнительная возможность поддержки стандартов качества.

Для обобщения информации о затратах на каждый созданный объект, по нашему мнению, целесообразно открыть в управленческом учете счет 27 «Затраты творческих объектов» с субсчетами по следующим признакам: видам продукции, стадиям жизненного цикла объекта (таблица).

Таблица – Субсчета по счету 27 «Затраты творческих объектов»

По видам объекта	По стадиям ЖЦ
27.*	27.**
27.1 – затраты на объект 1	27.*.1 – затраты на объект Х на стадии разработки
27.2 – затраты на объект 2 и т.д.	27.*.2 – затраты на объект Х на стадии изготовления, доработки
	27.*.3 – затраты на объект Х на стадии завершения

Источник: собственная разработка автора.

Список литературы

1. Галактика ERP [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.galaktika.ru/erp/. – Дата доступа: 05.12.2016.

In this article the analysis of methods of evaluation creative groups was conducted. The methods of evaluation and the possibility of automation of accounting was developed; 27 accounts for analytical accounting of expenses for creative objects were allocated.

Ильюк Вера Ивановна, студентка 3 курса специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» экономического факультета Брестского государственного технического университета, Брест, Беларусь. E-mail: vasga911@mail.ru.

Научный руководитель – ***Черноокая Елена Викторовна***, старший преподаватель кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита экономического факультета Брестского государственного технического университета, Брест, Беларусь.

УДК 336.71

Д.О. Капцевич

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА НА РЫНКЕ ЦЕННЫХ БУМАГ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В статье рассмотрена роль и деятельность банковского сектора на рынке ценных бумаг Республики Беларусь. Раскрыт широкий круг вопросов, связанных с сущностью, системой и механизмом функционирования рынка ценных бумаг. Произведен анализ объемов выпуска ценных бумаг лидирующих банков-эмитентов. Предложены приоритетные пути развития рынка ценных бумаг Республики Беларусь.

В современном обществе наблюдается тенденция быстрого изменения и развития социальных, культурных, политических и экономических процессов. Совокупность

изменений данных процессов обусловила изменение закономерностей развития рынка ценных бумаг. В условиях рыночной экономики рынок ценных бумаг выступает как самостоятельный сегмент на рынке капиталов и играет огромную роль в национальной экономике. Если рассматривать **рынок ценных бумаг** с экономической точки зрения – это финансовые и экономические отношения между участниками рынка, связанные с выпуском и обращением ценных бумаг. В свою очередь, под **ценной бумагой** подразумевается документ, удостоверяющий с соблюдением установленной формы и (или) обязательных реквизитов имущественные права, осуществление или передача которых возможны только при его предъявлении. С передачей ценной бумаги переходят все удостоверяемые ею права в совокупности. В качестве финансового рычага ценные бумаги являются основой для формирования конкурентной среды, с их помощью повышается эффективность и мобильность производства, оказываются различного рода услуги, расширяется инвестиционная деятельность, тем самым обеспечивая стабильное развитие экономики страны. Все это становится возможным при выполнении рынком ценных бумаг своих **функций**, а именно:

- Централизация временно свободных денежных средств и накоплений для финансирования экономики;
- Перелив капитала и его концентрация в технически и экономически развитых отраслях, в наиболее перспективных районах;
- Устранение кассового исполнения дефицита государственного бюджета, а также сглаживание неравномерных поступлений налоговых платежей;
- Информирование о состоянии конъюнктуры экономики, исходя из положения рынка ценных бумаг [1, с. 5].

Финансовый рынок представляет собой совокупность первичного и вторичного рынка. Они в свою очередь различаются методами, объемами торговли и реализуемыми финансовыми инструментами.

Первичный рынок возникает при выпуске новых (эмиссионных) ценных бумаг. Эмитентом чаще всего выступают государственные органы и предприятия, объектом сделок – непосредственно сами ценные бумаги. Эмиссия бывает открытого типа (при таком размещении ценных бумаг круг инвесторов неограничен) и закрытого типа (круг инвесторов известен заранее и ограничен некоторыми параметрами).

Вторичный рынок возникает при перераспределении ресурсов, которое возможно не единожды. Вторичный рынок ценных бумаг, в свою очередь, объединяет биржевой и внебиржевой рынки ценных бумаг.

Биржевой рынок ценных бумаг представляет собой организованный рынок ценных бумаг, все операции которого происходят на бирже в соответствии с установленными правилами. На этом рынке осуществляется торговля ценными бумагами проверенных и надежных эмитентов. Торговля проводится по строгому графику и по правилам, установленным биржей. Операции биржевого рынка в Республике Беларусь осуществляются в рамках ОАО «Белорусская валютно-фондовая биржа» (далее БВФБ). К торгам на бирже допускаются лишь члены – ее участники. Иностранным компаниям доступ на фондовый рынок Республики Беларусь закрыт. Это объясняется необходимостью быть профессиональным участником БВФБ, что подразумевает получение лицензии департамента по ценным бумагам Министерства финансов Республики Беларусь.

Внебиржевой рынок представляет собой рынок ценных бумаг, на котором проводимые операции производятся без участия биржи. А из этого следует, что после купли-продажи ценной бумаги эмитент не получает дохода, так как денежные средства после совершения сделки передаются бывшему владельцу данной ценной бумаги. В Республике Беларусь функционирование внебиржевого рынка основывается на белорусской котировочной автоматизированной системе ОАО «Белорусская валютно-

фондовая биржа» (БЕКАС). БЕКАС функционирует в виде двух отдельных модулей: модуль БЕКАС – Индикативные заявки и модуль БЕКАС – ИКС «Внебиржевой рынок».

Модуль БЕКАС – Индикативные заявки представляет собой программное обеспечение, функционирующее на базе Интернет-сайта и предназначенное для подачи информации о намерениях покупки и/или приобретения ценных бумаг и других финансовых активов с целью поиска потенциальных контрагентов по сделкам.

Модуль БЕКАС – ИКС «Внебиржевой рынок» – это программное обеспечение, предназначенное для сбора и регистрации информации о сделках, совершенных на внебиржевом рынке [3].

Не все виды ценных бумаг могут обращаться на вторичном рынке, например, такие как: акции закрытых акционерных обществ, государственные и муниципальные займы, сберегательные сертификаты.

В соответствии со ст. 39 Закона Республики Беларусь «О рынке ценных бумаг» основными участниками торгов на фондовой бирже могут быть:

- брокеры;
- дилеры;
- доверительные управляющие;
- юридические лица Национального банка Республики Беларусь;
- республиканский орган государственного управления по управлению государственным имуществом;
- иные государственные органы, совершающие сделки с ценными бумагами в соответствии с возложенными на них функциями. Участники торгов на фондовой бирже имеют равные права. Передача права на участие в торгах на фондовой бирже третьим лицам не допускается.

Лица, не допущенные фондовой биржей к торгам, за исключением Национального банка Республики Беларусь, республиканского органа государственного управления по управлению государственным имуществом и иных государственных органов, совершающих сделки с ценными бумагами в соответствии с возложенными на них функциями, могут совершать операции на фондовой бирже при посредничестве брокеров и (или) доверительных управляющих, допущенных фондовой биржей к торгам.

Фондовая биржа не вправе участвовать в собственных торгах, кроме случаев размещения через фондовую биржу или купли-продажи акций, эмитентом которых она является, а также иных случаев, установленных республиканским органом государственного управления, осуществляющим государственное регулирование рынка ценных бумаг [2].

Важную роль в формировании рынка ценных бумаг играют банки. В соответствии с моделью развития рынка ценных бумаг банки принимают широкое участие в функционировании рынка. Также в настоящее время банки – это единственные финансовые институты в Беларуси. Именно поэтому перспективным направлением развития рынка ценных бумаг является развитие банковского сектора.

Принципиальное преимущество банковского сектора связано с аккумуляцией денежных средств и возможностью их использования с целью инвестирования в наиболее эффективные финансовые инструменты. Важнейшей задачей для потенциальных эмитентов является наличие преимуществ, связанных с уровнем доходности, риском, механизмом процентных выплат.

Банковский сектор Республики Беларусь представлен 30 действующими банками. Следует отметить, что активными участниками рынка ценных бумаг являются не все коммерческие банки. Как правило, коммерческие банки являются эмитентами. Объемы эмиссии ценных бумаг (акций, облигаций) лидирующих банков представлены в таблицах 1 и 2.

Таблица 1 – Объем акций в обращении

Наименование	Акции				
	Объем в обращении, млрд руб. BYR 01.01.2015	Объем в обращении, млрд руб. BYR 01.01.2016	Доля в обращении (%)		Темп роста (%)
			2015	2016	
ОАО «АСБ БЕЛАРУСБАНК»	16690,5	26690.5	87,1	91,5	+37,5
ОАО «ПРИОРБАНК»	412,3	412,3	2,1	1,4	0
ОАО «БПС-СБЕРБАНК»	736,0	735.9	3,8	2,5	-0,02
ОАО «БАНК БЕЛВЭБ»	1174,5	1174.0	6,4	4,0	-0,03
ОАО «БНБ-БАНК»	110,8	110.8	0,6	0,4	0
ВСЕГО АКЦИЙ В ОБРАЩЕНИИ	19124,01	29123.4	100	100	+34,3

Источник: собственная разработка автора на основании данных [3]

Можем заметить, что лидирующими по выпуску ценных бумаг банками на 01.01.2015 и 01.01.2016 было эмитировано соответственно 53 % и 10,9 % общего объема акций. Банки выпускают ценные бумаги в обращение с целью привлечения временно свободных денежных средств, их аккумуляции и мобилизации.

Таблица 2 – Объем облигаций в обращении

Наименование	Облигации				
	Объем в обращении, млрд руб. BYR 01.01.2015	Объем в обращении, млрд руб. BYR 01.01.2016	Доля в обращении (%)		Темп роста (%)
			2015	2016	
ОАО «АСБ БЕЛАРУСБАНК»	19569.9	24612.8	76,0	77,3	+20,5
ОАО «ПРИОРБАНК»	2209.8	2184.1	8,6	6,9	-1,18
ОАО «БПС-СБЕРБАНК»	3579.6	4360.5	13,8	13,7	+17,9
ОАО «БАНК БЕЛВЭБ»	400.0	400.0	1,6	1,2	0
ОАО «БНБ-БАНК»	-	287.2	-	0,9	-
ВСЕГО ОБЛИГАЦИЙ В ОБРАЩЕНИИ	25759331,6	31844,6	100	100	+19,1

Источник: собственная разработка автора на основании данных [3]

В период 2015–2016 гг. сектор коммерческих банков увеличил ответственность с 56,2 % до 79,6 % общего объема облигаций.

Бесспорным лидером эмиссии ценных бумаг среди анализируемых банков является ОАО «Беларусбанк». Эмиссия акций составила 87,3 % от общего объема эмиссии банковского сектора в 2015 году и 91,6 % в 2016 году, также 76 % и 77,3 % облигаций соответственно. Многие банки приостановили выпуск облигаций или уменьшили его. Так, например, ОАО «Банк БелВЭБ» приостановил свою деятельность по выпуску ценных бумаг, а ОАО «Приорбанк» сократил количество выпусков облигаций, тем самым сократив их объем на 1,18 %. На наш взгляд, это связанно с отсутствием льготного режима налогообложения по облигациям в первом полугодии 2015 года, а также резким увеличением обеспеченности облигаций.

Если в 2014 году исполнение обязательств обеспечивалось только по 17 % общего объема выпуска облигаций, то в 2015-м – уже по 46,8 %. Общий объем допущенных к обращению облигаций банков увеличился на 23,4 % и составил 65,3 трлн. Br. [2].

Следует отметить, что разработанная стратегия развития банковского сектора Республики Беларусь включает в себя и стимулирование деятельности коммерческих банков на рынке ценных бумаг. В дополнение к этому в рамках основных направлений денежно-кредитной политики Республики Беларусь на 2017 год обозначена необходимость стимулирования диверсификации используемых финансовых инструментов в банковской деятельности, что напрямую касается и рынка ценных бумаг.

Таким образом, можно сделать вывод, что рынок ценных бумаг Беларуси, несмотря на свое долгое существование, только начинает выходить на уровень зарубежных стран. В перспективе необходимо повышать устойчивость и функционирование банковского сектора; содействовать развитию конкуренции; реформировать систему оказания господдержки; разработать банковские продукты, основанные на «рыночной» логике; совершенствовать систему корпоративного управления.

Также необходима четко проработанная законодательная база в отношении ценных бумаг, участников рынка, а также их прав и обязанностей. Одним из многообещающих шагов к развитию рынка ценных бумаг является подписанный 5 января 2015 года Закон № 231-З «О рынке ценных бумаг», вступивший в силу 1 января 2016 года [2]. Данный законодательный акт сформировал и дал определения многих понятий, необходимых для формирования структуры фондового рынка в его современном понимании. В соответствии с законом осуществляется в настоящее время торговля акциями белорусских предприятий. Некоторое развитие получила продажа облигаций, в частности банковских, внутри страны и долговых обязательств государства на внешнем рынке. Первичное размещение этих активов производится самими эмитентами, вторичный рынок пока не сформировался.

Список литературы

1. Рынок ценных бумаг: в вопросах и ответах / авт.-сост. Д. В. Шпарун. – Гомель : Гомел. филиал Междунар. ун-та «МИТСО», 2014. – С. 91

2. Закон РБ О рынке ценных бумаг. [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: http://kodeksy-by.com/zakon_rb_o_rynke_tsennyh_bumag/39.htm. – Дата доступа: 07.02.2017.

3. ОАО «Белорусская валютно-фондовая биржа» [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: http://www.bcse.by/ru. – Дата доступа: 07.02.2017.

The article describes the role and activities of the banking sector in the securities market of the Republic of Belarus. A range of issues related to the essence, the system and mechanism of the securities market functioning is disclosed in the article. The analysis of the issuance process and leading issuing banks are represented in the article. The ways to develop the securities market of the Republic of Belarus are proposed in the article.

Капцевич Диана Олеговна, студентка 2 курса специальности «Финансы и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: di.kaptzevich@yandex.by.

Научный руководитель – ***Борисенко Павел Игоревич,*** старший преподаватель кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 657

Е.В. Клим

ЭВОЛЮЦИЯ ХОЗЯЙСТВЕННОГО УЧЕТА

В статье рассмотрена история возникновения и развития хозяйственного учета на различных исторических этапах.

Появление хозяйственного учета детерминировано развитием материального производства.

Наиболее древние учетные записи относятся к периоду расцвета шумерской цивилизации – 6,0–6,5 тыс. лет до нашей эры [1]. С наступлением этого периода развитие и распространение человеческих цивилизаций сопровождалось также развитием хозяйственного учета как важнейшей составляющей человеческих достижений. Более развитая система хозяйственного учета отнесена к таким древнейшим государствам как: Вавилон, Египет и Персия. Ведение учета хозяйственных процессов, гражданских имущественных сделок и прав собственности на имущество обусловило достаточно высокий уровень развития [2].

В то время хозяйственный учет характеризовал документальное отражение хозяйственных операций. В качестве носителей учетной информации (документов) использовались таблички, которые изготавливались из влажной глины и высушивались на солнце или обжигались в печи. Помимо глины в качестве материала для изготовления «документов» использовались также дерево, камень, металл, кожа и т.д.

Система документооборота, начиная от создания табличек до их передачи на хранение в архив, обеспечила возможность нашим современникам получить реальные свидетельства о достижениях древнего мира. Документы, выдержанные в юридическом отношении, помещались в конверты, которые также изготавливались из глины, и запечатывались.

Особое место занимали вопросы учета труда. Работающие учитывались по возрасту, категориям, рабочим партиям. Велся учет рабочего времени. Наем работников оформлялся договором с указанием срока использования, характера работ и размера оплаты.

Важнейшим достижением учета *в Древнем Вавилоне* следует считать элементы государственного регулирования учета. Самый знаменитый из вавилонских царей Хаммурапи сыграл огромную роль в государственной регламентации учета. Он издал ряд законов, содержащих меры, направленные на упорядочение хозяйственного учета, в числе которых:

- обязательность ведения учета в храмах – в центрах духовной, научной, хозяйственной деятельности общества;
- установление размеров оплаты труда, причем дифференцированных по видам работ и другим признакам;
- гарантии правовой защиты имущества;
- обязательное извещение о сделках с недвижимым имуществом городских и судебных властей;
- установление принципа равной материальной ответственности;
- обязательность составления первичных документов (табличек) как свидетельства совершенных хозяйственных операций [3].

В дальнейшем развитие учета привело к развитию системы учетного образования. Храмы выступали школами подготовки учетных кадров, как центры письменности, выполнявшие также функции культовых, научных учреждений. Учетных работников называли писцами. Писцов обучали в школах при храмах.

Объектом учета *в Древнем Египте* было имущество, на которое составлялись инвентарные описи.

С развитием экономики они дополнялись новыми показателями, усложнялись по содержанию и стали отправным моментом развития хозяйственного учета. Главным объектом учета была земля, на которую ежегодно составлялись земельные кадастры – описи земель но категориям.

Величайшим достижением в хозяйственном учете Древнего Египта стала инвентаризация. Она была обусловлена, во-первых, тем, что в инвентарном учете не отражались хозяйственные операции; во-вторых, высоким уровнем государственной централизации экономики.

Особенности экономики и государственного устройства *Древней Греции* предопределили развитие учета в целях управления. Впервые в Греции были установлены требования по формированию отчетности. Причем впервые здесь начали определять (выводить) финансовый результат хозяйственной деятельности.

Учет в хозяйствах был подчинен определению финансового результата.

Важное достижение римлян – система налогообложения – оказало значительное воздействие на развитие хозяйственного учета, ориентированное на формирование достоверной налоговой базы для исчисления многообразных римских налогов. Древний Рим считается родиной налогового учета.

Хозяйственный учет в эпоху Возрождения и Средневековья.

В то время распад Римской империи повлиял на особенности развития экономики и хозяйственного учета в Средневековье.

Учет осуществлялся преимущественно в форме хронологических записей текущих оборотов в специальных учетных книгах.

Хозяйственный учет подразделяется на 2 вида:

- простой (коммерческий) (предполагает движение имущества и учет состояния);
- камеральный (бюджетный) (имущество понимается как следствие выполнения бюджета, а объект – касса) [3].

В XV в. *в Европе* распространились арабские цифры, и это оказало значительное влияние на развитие хозяйственного учета. Во-первых, это облегчило учетную работу; во-вторых, повысилась точность учетных измерений. Все это дало толчок к появлению третьей, более совершенной, системы хозяйственного учета, основанной на принципе двойной записи. Происхождение двойной записи до сих пор достоверно не установлено, хотя известно, что двойная бухгалтерия зародилась одновременно в нескольких городах северной Италии между 1250 и 1350 гг., откуда феномен двойной бухгалтерии распространился на страны Европы, а потом и по всему миру.

Л. Пачоли считал, что бухгалтерский учет – дело честных и грамотных людей.

Полагаем, что именно книга Л. Пачоли послужила мощным импульсом к развитию хозяйственного учета, а также заложила основу зарождения учетных школ и учетной науки. Вместе с тем, она поспособствовала распространению системы учета, основанной на принципе двойной записи, в европейских странах и в последующем по всему миру.

Список литературы

1. Понятие бухгалтерского учета, его виды, роль и задачи. – Барановичи, 2012. – Режим доступа: http://bargu.by. – Дата доступа: 10.03.2017

2. Бухгалтерский и управленческий учет (1/14). – Минск, 2015. – Режим доступа: http://simst.bsu.by . – Дата доступа: 11.03.2017.

3. История бухгалтерского учета и аудита | Электронная библиотека. – Россия, Москва, 2012. – Режим доступа: http://swotanaliz.ru. – Дата доступа: 12.03.2017.

The article considers the history of the emergence and development of economic accounting on different historical stages.

Клим Евгений Валерьянович, студент 3 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: klimev97@yandex.by.

Научный руководитель – ***Тарасова Людмила Станиславовна***, доцент, кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 2964

В.Ю. Козлов

УЧЕТ ТРУДА И ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ НА ПРИМЕРЕ ОАО «БЕЛКАРД»

В статье рассматривается порядок учета труда и заработной платы в ОАО «Белкард»; документальное оформление и учет личного состава; порядок начисления заработной платы; обязательные и необязательные удержания из заработной платы. Также представлены пути совершенствования учета заработной платы на данном предприятии.

Труд – целенаправленная деятельность человека, реализующая его физические и умственные способности для получения определенных материальных и духовных благ. Вознаграждением за труд является заработная плата.

Согласно ст. 57 Трудового кодекса Республики Беларусь, заработная плата – совокупность вознаграждений, исчисляемых в денежных единицах или (и) натуральной форме, которые наниматель обязан выплатить работнику за фактически выполненную работу, а также за периоды, включаемые в рабочее время. Заработная плата представляет собой цену, в которую превращается стоимость рабочей силы [3].

Заработная плата отражает такой важный признак трудовых правоотношений, как возмездность. За данное количество и качество затраченного живого труда работник получает соответствующее вознаграждение.

Заработная плата выплачивается в денежной и натуральной форме, она должна соответствовать количеству и качеству затраченного труда, основываться на ранее установленных нормах (тарифах, окладах, сдельных расценках).

Открытое акционерное общество «Белкард» является коммерческой организацией, имеет обособленное имущество, самостоятельный баланс, печать и находится по адресу: г. Гродно, ул. Счастного, 38.

При заключении трудового договора наниматель обязан потребовать, а гражданин должен предъявить нанимателю:

1) документ, удостоверяющий личность; документы воинского учета (для военнообязанных и лиц, подлежащих призыву на воинскую службу);

2) трудовую книжку, за исключением впервые поступающего на работу и совместителей;

3) документ об образовании или документ об обучении, подтверждающий наличие права на выполнение данной работы;

4) направление на работу в счет брони для отдельных категорий работников в соответствии с законодательством;

5) индивидуальную программу реабилитации инвалида (для инвалидов);

6) декларацию о доходах и имуществе, страховое свидетельство, медицинскую справку о состоянии здоровья и другие документы о подтверждении иных обстоятельств, имеющих отношение к работе, если их предъявление предусмотрено законодательными актами [3, с. 26].

Прием на работу без указанных документов не допускается.

При предъявлении выше перечисленных документов заключается трудовой договор (контракт) с работником. Началом действия трудового договора (контракта) является день начала работы, определенный сторонами.

После заключения в установленном порядке трудового договора (контракта), работником отдела кадров или лицом, ответственным за прием работников, оформляется приказ о приеме на работу на каждого члена трудового коллектива.

Основным документом о трудовой деятельности работника является трудовая книжка. В ней указываются сведения о приеме на работу, перемещениях по работе, увольнении (с указанием причин), а также сведения о поощрениях и награждениях. Трудовые книжки хранятся в сейфе отдела кадров.

Учет численности работников в организации ведется с помощью личных карточек, которые заполняются на каждого работника при приеме на работу. В ОАО «Белкард» личная карточка (Т–2) заполняется на работников всех категорий, в том числе на специалистов с высшим и средним специальным образованием и молодых рабочих, окончивших училища, школы профессионально‐технического образования и т.д.

Личная карточка заполняется в одном экземпляре работником отдела кадров на основании опроса работника и соответствующих документов: паспорта, военного билета, трудовой книжки, диплома (свидетельства, удостоверения) об окончании учебного заведения и других документов [1, с. 183–184].

В ОАО «Белкард» применяется повременно‐премиальная система оплаты труда, согласно которой, кроме выплаты зарплаты по окладам, работникам начисляется премия.

Основанием для начисления заработной платы служат документы по учету рабочего времени:

- табель учета рабочего времени;
- листки о временной нетрудоспособности;
- выписки из приказов о предоставлении отпуска.

Синтетический учет расчетов по оплате труда (по всем видам оплаты труда, премиям, пособиям и другим выплатам) с персоналом, как состоящим, так и не состоящим в списочном составе ОАО «Белкард», а также по выплате доходов по акциям и другим ценным бумагам данной организации осуществляется на счете 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда». По кредиту данного счета отражается начисление всех причитающихся работнику выплат, а по дебету – удержания из начисленной суммы оплаты труда и доходов, выплата заработной платы и своевременно не выплаченные в срок суммы (депонированной) заработной платы и доходов.

Условия начисления и размеры премий зафиксированы в Положении об оплате труда, которое разрабатывается на основании Типового положения о премировании и утверждается директором ОАО «Белкард» по согласованию с профкомом. Согласно этому положению премирование осуществляется по итогам работы за прошлый месяц. Премия начисляется за фактически отработанное время должностных окладов без учета надбавок и доплат.

Рассмотрим порядок отражения начисленной заработной платы за январь 2017 г. на счетах бухгалтерского учета в ОАО «Белкард». Корреспонденции счетов по начисленным работникам суммам приведены в таблице.

Таблица – Отражение на счетах бухгалтерского учета расчетов по заработной плате персонала ОАО «Белкард»

Содержание операции по начислению заработной платы	Сумма (руб.)	Дебет	Кредит
Начисление заработной платы за январь 2017 г. Федотовой Снежане Григорьевне	375,00	20	70.1
Удержание подоходного налога из заработной платы Федотовой Снежаны Григорьевны	45,00	70.1	68.41

Удержание отчислений в пенсионный фонд из заработной платы (1 %) Федотовой Снежаны Григорьевны	3,75	70.1	69
Начислены отчисления в пенсионный фонд (34 %) от фонда оплаты труда	127,50	20	69
Начислена сумма по обязательному страхованию (0,6 % от фонда оплаты труда)	2,25	20	76.11
Выплата заработной платы за январь 2017 г Федотовой Снежане Григорьевне	326,25	70	50

Источник: собственная разработка автора

Из начисленной работникам ОАО «Белкард» заработной платы производят различные удержания. Все виды удержаний из заработной платы подразделяются на обязательные и необязательные.

К обязательным удержаниям в соответствии с законодательством Республики Беларусь относятся:

- подоходный налог;
- отчисления в пенсионный фонд;
- профсоюзные взносы;
- удержания по исполнительным листам (по решению суда);
- компенсации в пользу третьих лиц (по решению судов);
- штрафы;
- предписания налоговой инспекции.

К необязательным удержаниям относятся:

- погашение задолженности по ранее выданным авансам;
- возврат сумм, излишне выплаченных в результате неверно произведенных расчетов;
- возмещение материального ущерба, причиненного предприятию работником.

Согласно налоговому кодексу Республики Беларусь размеры всех видов удержаний не могут превышать 50 % всех видов начислений (начисленной заработной платы, премии, больничного листа, вознаграждений и др.) за вычетом обязательного подоходного налога в размере 13 %.

Объектом налогообложения подоходным налогом является совокупный доход физических лиц в денежной форме, полученный в течение месяца.

Размеры стандартных налоговых вычетов в 2017 г. составляют:

- 93 бел. руб. в месяц – для граждан с низким налогооблагаемым доходом (меньше 563 бел. руб. в месяц);
- 27 бел. руб. в месяц – на ребенка до 18 лет и (или) каждого иждивенца (на находящуюся в декрете жену, на обучающихся детей старше 18 лет);
- 52 бел. руб. в месяц – на двоих и больше детей до 18 лет;
- 52 бел. руб. в месяц – на ребенка до 18 лет и (или) каждого иждивенца для одиноких родителей, приемных родителей, опекунов и попечителей;
- 131 бел. руб. в месяц – для отдельных категорий граждан [2].

В соответствии с законодательством Республики Беларусь ОАО «Белкард» страхует всех своих работников по видам временной нетрудоспособности, а также от несчастных случаев на производстве. Начисление сумм по социальному страхованию осуществляется в размере 34 % за счет нанимателя с одновременным включением этих сумм в издержки обращения. Взносы по обязательному пенсионному страхования составляют 0,6 % от начисленной заработной платы.

Внедрение новой системы автоматизированной обработки учетной информации, например «1-С: Бухгалтерия» версии 8.0, на наш взгляд, позволит:

- значительно улучшить качество бухгалтерского учета;
- сократить количество ошибок, т.к. документы были бы сформированы более точно и конкретно;

- облегчить некоторые виды учета и вести работникам бухгалтерии всю документацию в автоматизированной форме;
- уменьшить количество времени, необходимое для заполнения документации.

Также для повышения уровня квалификации бухгалтерских работников и устранения недостатков в ведении бухгалтерского учета необходимо:
- периодически организовывать курсы повышения квалификации для бухгалтеров;
- организовывать активное посещение семинаров, проводимых для бухгалтеров;
- контролировать повышение уровня квалификации бухгалтеров.

Предложенные рекомендации будут способствовать дальнейшему развитию и совершенствованию учета труда и заработной платы в ОАО «Белкард».

Список литературы

1. Левкович, О. А. Бухгалтерский учет: учеб. пособие / О. А. Левкович, И. Н. Тарасевич. – 8-е изд., перераб. и доп. – Минск : Амалфея, 2012. – 648 с.

2. Налоговый кодекс Республики Беларусь (особенная часть), 29.10.2009 № 71-З (с изм. и доп. от 30.12.2014 № 224-З) [Электронный ресурс] // Национальный Интернет-портал Респ. Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2012. – Режим доступа: http://www.pravo.by.

3. Трудовой кодекс Республики Беларусь, 26 июля 1999 г. № 296-З: с изм. и доп. [Электронный ресурс] // Национальный Интернет-портал Респ. Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2011. – Режим доступа: http://www.pravo.by.

The article deals with the accounting treatment of labor and wages in OJSC «Beokard»; documenting and accounting personnel; the payroll service; mandatory and optional deductions from wages. Also presented ways to improve payroll in the enterprise.

Козлов Владимир Юрьевич, студент 4 курса специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: vova_kozlov94@mail.ru.

Научный руководитель – ***Сильванович Валерий Иванович,*** кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры финансов и бухгалтерского учета Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК336.77(476)

Ю.А. Кулеш

ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СУЩНОСТИ КРЕДИТНОГО СКОРИНГА КАК МЕТОДА ОЦЕНКИ КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЕЙ

Дано определение понятию «скоринг». Рассмотрены основные виды скоринга. Проведен анализ методов оценки кредитополучателей в Республике Беларусь, выявлены их достоинства и недостатки. Определена эффективность модели скоринга, используемой в Республике Беларусь.

Кредитование физических лиц является одной из самых востребованных услуг, оказываемых банками. Ежегодно кредиты на те или иные нужды (потребительский, на приобретение автомобиля, на строительство жилья, на оплату обучения и др.) приобретают десятки тысяч жителей нашей страны. И, несмотря на снижение доходов домашних хозяйств, спрос на заемные средства на сегодняшний день сохраняется.

С одной стороны, это обеспечивает банку получение прибыли в виде процентов за пользование средствами. Но, с другой стороны, у банка возникает некоторый риск, связанный с вероятностью невозврата кредита, неуплаты процентов, нарушением сроков погашения кредита и других условий кредитного договора. Во избежание подобной

ситуации на практике при оценке кредитоспособности клиента для принятия решения об одобрении заявления на получение кредита в банках используется такой метод анализа данных, как кредитный скоринг.

Кредитный скоринг представляет собой систему присвоения баллов кредитополучателю на основании его способности и потенциала погасить долг. Баллы рассчитываются на основании имеющейся кредитной информации о прошлых периодах с использованием статистической модели или математического алгоритма.

Кредитный скоринг осуществляется с помощью компьютерных скоринговых систем, обеспечивающих классификацию клиентов коммерческого банка по степени кредитоспособности на основе доступной информации. В скоринговых системах на основании базы данных, указанной в заявке заемщика, вычисляется специальное число, или количество баллов, которое затем используется при принятии решения относительно принадлежности потенциального заемщика к тому или иному классу кредитоспособности [3, с. 48].

Кредитный скоринг впервые начали использовать в 40-е гг. XX века. В 1941 г. Дэвид Дюран впервые применил методику классификации заемщиков на два класса кредитоспособности – «надежных» и «проблемных». Чуть позже, с появлением новых кредитных продуктов (кредитных карт), к идее скоринга обратилось большинство финансовых учреждений США и стран Западной Европы.

Изначально кредитный скоринг основывался на специальных таблицах, называемых скоринговыми картами, в которых конкретному значению каждого из показателей, характеризующих заемщика, ставят в соответствие определенный скоринговый балл. Если суммарное значение баллов не соответствовало пороговому, то такому клиенту отказывали в выдаче кредита.

С развитием математического анализа для оценки кредитоспособности физических лиц стали использоваться методы, основанные на статистических моделях: множественной линейной регрессии, множественной логарифмической регрессии, нейросети, деревья решений и других.

Целью кредитного скоринга является получение информации о клиентах:

- класс клиента – «надежный», «ненадежный» или промежуточный, для которого возможно изменение условий выдачи кредита (например, увеличение ставки или дополнительные гарантии);
- вероятность принадлежности клиента к данному классу;
- оценка вероятности дефолта – для принятия решения рассчитанная вероятность сравнивается с пороговым значением допустимой вероятности дефолта, которая определяется служащими банка на основании дополнительных расчетов;
- суммарный скоринговый балл – количественная оценка кредитоспособности потенциального заемщика. Данный балл пропорционален вероятности успешного возврата кредита, поэтому либо по баллу определяется вероятность дефолта и на этом основании принимается решение, либо в зависимости от того, в какой промежуток попал счет, определяется класс клиента и на основании этого – условия выдачи кредита.

На сегодняшний день большинство банков за рубежом применяют различные методы кредитного скоринга. Так, например, *Application-scoring* – оценка кредитоспособности заемщиков, в основе которой лежат первичный сбор анкетных данных заемщика, их обработка компьютером и вывод результата: отказ в получении кредита или клиенту предлагаются другие условия, уменьшая сумму или увеличивая проценты. *Collection-scoring* – система скоринга на стадии работы с невозвращенными займами. Позволяет предпринять ряд шагов по работе с невозвращенными долгами, например, от первичного предупреждения до передачи дела коллекторскому агентству. *Behavioral-scoring, «скоринг поведения»* – оценка наиболее вероятных финансовых действий заемщика. Такая система дает возможность прогнозировать изменение

платежеспособности заемщика, корректировать установленные для него лимиты. *Fraud-scoring* – статистическая оценка вероятности мошеннических действий со стороны потенциального заемщика [1, с. 40].

Что касается Республики Беларусь, то на данный момент единой методики для оценки кредитоспособности физических лиц в стране нет. Каждый банк использует собственные модели скоринга и определяет показатели для оценки клиента. На практике используются два основных метода оценки кредитоспособности физических лиц.

Согласно первому методу, на основании документов клиента (заявление на получение кредита и справка о доходах и удержаниях) банк определяет среднемесячную сумму доходов и расходов кредитополучателя – физического лица. Возможность ежемесячного погашения запрашиваемой суммы кредита (основного долга и процентов) оценивается соотношением ежемесячной суммы платежей по кредиту к среднемесячной сумме чистых доходов физического лица. Для принятия положительного решения потенциальный кредитополучатель должен располагать среднемесячной доходностью в размере не менее 50 % от суммы ежемесячных платежей по кредиту и другими текущими расходами.

Руководствуясь второй методикой, коэффициент кредитоспособности рассчитывают исходя из уровня чистого дохода физического лица, размера ежемесячного платежа по кредиту и размера бюджета прожиточного минимума на каждого члена семьи. Полученное значение коэффициента не должно превышать 100 %. На основе данного коэффициента определяется сумма кредита и сроки кредитования.

Однако использование данных методик имеет ряд недостатков: при определении максимальной суммы кредита не учитываются одноразовые расходы кредитополучателя (например, расходы по ремонту квартиры); анализ проводится по данным за истекший период времени, которые содержат информацию о доходах и расходах физического лица на конкретную отчетную дату; при проведении оценки отсутствует информация о моральном облике, репутации кредитополучателя; не учитывается стабильность физического лица (постоянно ли место работы, а также постоянно ли место его проживания во избежание затрат, связанных с поиском должника).

С целью совершенствования и развития деятельности Кредитного регистра по формированию и предоставлению кредитных историй Постановлением Правления Национального банка Республики Беларусь от 6 июля 2015 г. № 409 «О внесении изменений и дополнений в Постановление Правления Национального банка Республики Беларусь от 27 мая 2009 г. № 67 и признании утратившим силу Постановления Правления Национального банка Республики Беларусь от 13 марта 2014 г. № 142» утвержден ряд изменений и дополнений, касающихся вопросов формирования и предоставления кредитных историй.

Одно из главных нововведений – появление нового вида кредитного отчета «Расширенный Плюс – физическое лицо», дополненного результатом обработки статистической информации, представленной в кредитной истории, – скоринговой оценкой. Новый вид кредитного отчета позволит пользователям кредитных историй оценивать вероятность неисполнения или ненадлежащего исполнения потенциальным кредитополучателем своих обязательств. Если итоговая скоринговая оценка в баллах определяет кредитоспособность потенциального заемщика на недостаточно приемлемом уровне, кредитор может принять решение об отказе в выдаче кредита [2].

Определим действенность применения в банках Республики Беларусь скоринговой оценки путем сравнения показателя задолженности по кредитам, выданным банками физическим лицам Республики Беларусь (таблица 1).

Таблица 1 – Задолженность по кредитам, выданным банками физическим лицам Республики Беларусь на 1 января 2014–2017 гг., млн руб.

Показатель	2014 г.	2015 г.	темп роста, %	2016 г.	темп роста, %	2017 г.	темп роста, %
Всего	5397,1	6293,6	116,6	6791,3	107,9	7115,4	104,7
в том числе долгосрочные	5184,1	6119,7	118	6621,1	108,2	6946	104,9
краткосрочные	213	173,9	81,6	170,2	97,9	169,4	99,5

Источник: собственная разработка на основании данных [4, 5]

По данным таблицы можно отметить в целом положительную динамику сокращения задолженности по кредитам в 2015 и 2016 гг. А это значит, что мероприятия Правления Национального банка Республики Беларусь, связанные с внедрением модели кредитного скоринга в банках страны, являются эффективными: число проблемных кредитов на 1 января 2017 г. выросло незначительно – на 4,7 %. Однако, если проанализировать показатель задолженности по кредитам в зависимости от срока предоставления, то необходимо отметить рост данного показателя по краткосрочным кредитам. Это может быть связано с целью предоставления кредитных средств. Так, долгосрочные кредиты приобретаются, например, на строительство жилья или его приобретение физическими лицами со стабильным доходом, а поэтому вероятность появления задолженности по таким кредитам ниже, чем по краткосрочным.

Целевой характер кредита определяет прежде всего кредитополучатель, однако и банк при выделении кредита исходит из его назначения и объекта кредитования. Целевой характер кредита обеспечивает его возвратность в определенные договором сроки. Банки предоставляют кредиты, связанные с удовлетворением потребности в средствах на приобретение долгосрочных активов, на потребительские и другие нужды. Поэтому предоставление банком средств на те или иные цели является важным фактором при формировании эффективной скоринговой модели.

Если анализировать показатель задолженности по кредитам физических лиц по целевому назначению, то отрицательная динамика роста данного показателя отмечается по кредитам, выданным на потребительские нужды (таблица 2).

Таблица 2 – Задолженность по кредитам, выданным банками физическим лицам Республики Беларусь по целевому назначению на 1 января 2014–2017 гг., млн руб.

Цель предоставления	2014 г.	2015 г.	темп роста, %	2016 г.	темп роста, %	2017 г.	темп роста, %
На потребительские нужды	1489,1	1708,2	114,7	1574,6	92	1679,8	106
Финансирование недвижимости	3908	4585,3	117,3	5216,8	113	5435,6	104
Льготные кредиты	3312	3980,5	120	4598,5	116	4818	105
На строительство (реконструкцию) и приобретение жилья	4535,9	5195,7	115	5788,3	110	5969,5	103

Источник: собственная разработка на основании данных [4, 5]

Одной из причин роста задолженности по кредитам на потребительские нужды является снижение реально располагаемых денежных доходов населения Республики Беларусь – на 7 % в 2016 г. по сравнению с 2015 г. А значит, уменьшаются возможности кредитополучателей своевременно возвращать кредитные средства.

По результатам анализа данных таблицы 1 и таблицы 2 можно сделать вывод, что в общем разработанная Национальным банком модель кредитного скоринга является эффективной. Ее внедрение в практику деятельности банков обеспечило снижение задолженности по выданным кредитам физическим лицам. При сохранении дальнейшей положительной тенденции к сокращению задолженности будет обеспечено укрепление финансового состояния банков страны.

Отрицательным моментом является рост величины задолженности по краткосрочным кредитам, а также по кредитам, выданным на потребительские нужды. Так, по итогам 2015 г. отмечалось снижение задолженности по потребительским кредитам на 8 % по сравнению с 2014 г., однако за 2016 г. рассматриваемый показатель вырос на 6 % по сравнению с 2015 г. Следовательно, необходима доработка данной модели в области предоставления краткосрочных кредитных средств, а также средств, выдаваемых на потребительские нужды.

Таким образом, использование скоринга при оценке кредитоспособности клиентов – важный шаг к совершенствованию кредитования физических лиц, что должно обеспечить устойчивость и финансовую стабильность банковской системы Республики Беларусь. Основными преимуществами применения данного метода являются: снижение доли просроченных и непогашенных кредитов; снижение затрат, связанных с расчетами кредитоспособности потенциальных клиентов – физических лиц; сокращение времени обработки заявлений и принятия решения о выдаче или отказе в кредите; уменьшение влияния человеческого фактора при принятии решения о предоставлении кредита.

Список литературы

1. 1.Малюгин, В. Об эффективности статистических алгоритмов кредитного скоринга / В. Малюгин, Н. Гринь // Банковский вестник. – 2010. – № 31. – С. 39–46.

2. О внесении изменений и дополнений в постановление Правления Национального банка Республики Беларусь от 27 мая 2009 г. № 67 и признании утратившим силу постановления Правления Национального банка Республики Беларусь от 13 марта 2014 г. № 142: постановление Правления Национального банка Республики Беларусь, 6 июля 2015 г., №409 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный центр правовой информации Республики Беларусь. – Минск, 2015.

3. Пленкин, В. Скоринговая модель кредитных историй / В. Пленкин, М. Тартенас // Банковский вестник. – 2016. – № 8. – С. 48–52.

4. Бюллетень банковской статистики. Региональный выпуск // Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2015. – №12. – Режим доступа: http://www.nbrb.by%2Fpublications%2FbulletinRegional%2FBBS_Region2015_12.pdf. – Дата доступа: 01.03.2017.

5. Статистический бюллетень. Региональный выпуск // Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2016. – №12. – Режим доступа: http://www.nbrb.by%2Fpublications%2FbulletinRegional%2FStat_Bulletin_Regional_2016_12.pdf. – Дата доступа: 01.03.2017.

Defined the concept of scoring and its basic forms. Identified methods of assessing borrowers' creditworthinessin the Republic of Belarus, their advantages and disadvantages. Determined efficiency of the scoring model in the Republic of Belarus.

Кулеш Юлия Александровна, студентка 4 курса специальности «Финансы и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: kul_2016@mail.ru.

Научный руководитель – ***Витун Светлана Емельяновна***, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 339.97

А.В. Курута

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СНГ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

В данной статье рассмотрены основные проблемы обеспечения устойчивого развития, экономической безопасности, повышения благосостояния и качества жизни населения на основе синергетического эффекта и эффекта масштаба, конкурентоспособности национальной экономики государств–участников СНГ и укрепления их позиций в мировой хозяйственной системе.

Страны СНГ обладают большим природным и экономическим потенциалом, который дает им значительные конкурентные преимущества и позволяет занять достойное место в международном разделении труда. Они располагают 16,3% мировой территории, 5 % – численности населения, 25 % – запасов природных ресурсов, 10 % – промышленного производства, 12 % – научно-технического потенциала, 10 % – ресурсообразующих товаров. Другие конкурентные ресурсы стран СНГ – дешевая рабочая сила и энергоресурсы, представляющие важные потенциальные условия для подъема экономики (здесь производится 10 % мировой электроэнергии – четвертое место в мире по ее выработке). Но эти возможности используются крайне нерационально, о чем свидетельствует чрезвычайно низкий уровень ВВП в странах СНГ. Отсюда и недостаточная вовлеченность в международное разделение труда (1,5 % общемирового экспорта товаров и освоение всего лишь 1 % мирового вывоза капитала). Доля товаров с высокой степенью обработки (добавленной стоимостью) весьма низка. В структуре экспорта преобладают товары сырьевой группы – нефть и нефтепродукты, газ, химическая и металлургическая продукция. Все это не благоприятствует устойчивому развитию экономики стран СНГ.

Основные сдерживающие факторы развития экономического сотрудничества:

- продолжающийся на всем пространстве СНГ спад производства;
- слабость экономик;
- проблема взаимных неплатежей предприятий;
- переориентация экспортных ресурсов на рынки дальнего зарубежья в целях получения валюты;
- конкурентные преимущества товаров стран дальнего зарубежья не только по уровню качества и себестоимости, но и надежности торгового партнерства;
- сознательная диверсификация импорта странами СНГ с целью уменьшения импортной зависимости от России по стратегически важным товарам в пользу дальнего зарубежья;
- неработоспособность системы реальной конвертации национальных валют;
- несогласованная логистическая система ухудшает товарообмен.

Несмотря на предпринимаемые усилия по созданию эффективного экономического союза, объединяющего страны–участницы СНГ, приходится констатировать, что на этом направлении не удалось достичь желаемых результатов.

Стабильность развития любой интеграционной системы напрямую зависит от гармонизации деятельности ее участников.

В 2016 г. мировой валовой продукт увеличился лишь на 2,2 %, что является самым низким показателем роста со времен Великой рецессии 2009 г. Ожидается, что мировой экономический рост несколько ускорится – до 2,7 % в 2017 г. и 2,9 % в 2018 г., но это скорее является показателем экономической стабилизации, чем индикатором устойчивого оживления глобального спроса [1].

Совокупный ВВП СНГ в 2016 г. сократился на 0,3 %, согласно прогнозу увеличится лишь на 1,4 % в 2017 г., в 2018 г. – до 2,0 %. Тем не менее относительно низкие цены на сырьевые товары и неослабевающая геополитическая напряженность, наряду со структурными ограничениями, такими как устаревшее оборудование и неблагоприятная демографическая обстановка в части региона, по-прежнему создают сложную среду для экономического роста.

В перспективе развития стран СНГ до 2020 г. намечается, что в СНГ в условиях замороженной или понижающейся реальной заработной платы, ограниченного доступа к кредитам и высокой степени неопределенности как потребительский спрос, так и спрос на инвестиции остаются крайне слабыми.

Сохраняющиеся международные санкции против Российской Федерации, которые ограничивают доступ к рынкам капитала, негативно влияют на предпринимательскую уверенность и перспективы для инвестиций. В большинстве стран региона инвестиционная активность в 2016 году значительно ослабла, при этом особенно резкое сокращение инвестиций было отмечено в Азербайджане, Беларуси и Республике Молдова. Чистый внешний спрос смог частично компенсировать эти негативные тенденции. Продолжающаяся корректировка бюджета в странах-экспортерах энергоносителей усиливает влияние факторов, сдерживающих экономику. Сокращение объема денежных переводов из Российской Федерации привело к падению доходов в малых странах-импортерах энергоносителей региона, и значительного восстановления объема этих переводов не ожидается. В то же время положительным является тот факт, что политика замещения импорта и ослабленный валютный курс в Российской Федерации стимулировали производство в определенных секторах, в частности, в сельском хозяйстве и химической промышленности [1].

Инфляционное давление ослабевает, что позволило смягчить кредитно-денежную политику, но процентные ставки остаются высокими.

Согласно статистическим данным отмечается, что инфляция в СНГ в 2016 году снизилась, так как ослаб эффект от предыдущего обесценивания валют, курсы валют стабилизировались, а совокупный спрос остается подавленным. Обильный урожай в Российской Федерации способствовал замедлению темпов инфляции. В среднем в 2017–2018 гг. прогнозируется дальнейшее замедление темпов инфляции. Кредитно-денежная политика в СНГ в 2016 году в целом на фоне снижающейся инфляции была смягчена. Тем не менее в крупнейших странах процентные ставки остаются относительно высокими. Стойкие опасения по поводу стабильности валютного курса и инфляции ограничивают возможности для проведения противоциклической кредитно-денежной политики.

Что касается СНГ, то экономические перспективы региона по-прежнему подвержены рискам в сторону понижения. Геополитические риски подрывают доверие и деловую уверенность в регионе. В банковской системе сохраняется уязвимость, хотя опасения по поводу финансовой стабильности отступили. Нестабильность валют создает неопределенность. Кроме того, в регионе присутствуют структурные недостатки, в том числе чрезмерная зависимость от сырьевых ресурсов и низкотехнологического экспорта, недостаточный доступ к современным технологиям и ограниченные ресурсы для инвестиций.

С учетом того фактора, что ожидается лишь незначительное повышение цен на сырьевые товары, необходимо разработать меры экономической политики с целью преодоления структурных недостатков в странах СНГ, в том числе мер по ускорению

диверсификации экономики, восстановлению возможностей для маневра в политике и содействию создания новых рабочих мест в регионе.

Современные тенденции в развитии хозяйствования требуют принятия конструктивных решений, новых инициатив и разработок по дальнейшему продвижению процесса интеграции в странах СНГ.

Стратегия экономического развития Содружества Независимых Государств на период до 2020 года разработана в соответствии с положениями Концепции дальнейшего развития Содружества Независимых Государств и Плана основных мероприятий по ее реализации, принятых Советом глав государств СНГ 5 октября 2007 года [2].

Целями стратегии являются придание дополнительных импульсов экономическому взаимодействию государств–участников СНГ, обеспечение устойчивого развития, экономической безопасности, повышение благосостояния и качества жизни населения на основе синергетического эффекта и эффекта масштаба, конкурентоспособности национальной экономики государств–участников СНГ и укрепления их позиций в мировой хозяйственной системе.

Для достижения общих стратегических целей государств–участников СНГ необходимо использовать преимущества межгосударственного разделения труда, специализации и кооперирования производства и взаимовыгодной торговли.

Общими целями государств–участников СНГ являются:

– формирование согласованных условий для обеспечения устойчивого развития экономики;

– повышение благосостояния населения;

– развитие образования, здравоохранения, науки и культуры;

– обеспечение экономической, энергетической, продовольственной и экологической безопасности;

– создание условий для формирования и развития рыночных отношений, обеспечение равных возможностей и гарантий для всех субъектов хозяйственной деятельности;

– создание благоприятного инвестиционного климата для совместного использования финансовых ресурсов государств–участников СНГ, обеспечивающих развитие конкурентоспособного производства, транснациональных корпораций, финансово-промышленных групп и других субъектов хозяйственной деятельности;

– обеспечение доступа к товарным, трудовым и фондовым рынкам, а также к информации;

– осуществление структурно-технологической перестройки национальных экономик государств в целях повышения эффективности производства;

– сохранение и развитие трудового и интеллектуального потенциалов.

Последовательно решая задачи по дальнейшему развитию взаимодействия в области экономики, государства–участники СНГ будут расширять сотрудничество в следующих основных сферах.

Важнейшим критерием экономической интеграции является ***рост взаимной торговли.*** Совместные усилия будут направлены на создание необходимых условий для всемерного наращивания взаимного товарооборота, равных условий конкуренции и на обеспечение преимущественного действия рыночных факторов. Государства–участники СНГ признают необходимым в целях расширения взаимной торговли создать условия для обеспечения в рамках СНГ свободы перемещения товаров, услуг, капитала и рабочей силы. В максимальной степени будут использованы потенциальные возможности производственной специализации и кооперирования в целях увеличения объемов производства конкурентоспособных отечественных товаров и услуг для поставки на внутренний рынок и рынки третьих стран. Государства-участники СНГ примут меры по совершенствованию тарифного и нетарифного регулирования, анализу практики

применения специальных защитных, антидемпинговых и компенсационных мер, применяемых государствами-участниками СНГ во взаимной торговле, подготовке предложений по их минимизации.

Стратегической целью ***в сфере промышленной политики*** является сближение экономических и правовых основ развития промышленности государств–участников СНГ, формирование на этой основе приоритетов развития отдельных отраслей с учетом кооперационных связей, отраслевой специализации и мировых тенденций развития.

Основными направлениями промышленной политики являются:

– совершенствование структуры промышленного производства;

– усиление инновационной направленности развития промышленности;

– усиление кооперационных связей.

Развитие военно-экономического сотрудничества заинтересованных государств будет осуществляться путем взаимодействия национальных оборонно-промышленных комплексов при разработке, производстве, модернизации, ремонте, обеспечении эксплуатации и утилизации продукции военного назначения, а также диверсификации и конверсии военного производства.

В агропромышленной сфере государства-участники СНГ активизируют работу по формированию общего аграрного рынка в целях обеспечения населения продовольствием, дальнейшего развития взаимной торговли продовольствием, сельскохозяйственным сырьем, техникой и оборудованием.

Это будет обеспечиваться реализацией следующих мер:

– развитие производственной базы агропромышленного комплекса государств участников СНГ, улучшение обеспечения сельскохозяйственной техникой, машинами и оборудованием сельских товаропроизводителей за счет широкого внедрения лизинговых операций;

– последовательная интеграция рынков зерна, сахара, мясомолочной и плодоовощной продукции;

– реализация согласованной аграрной политики большинства государств участников–СНГ, направленной на расширение и развитие взаимной торговли продовольствием;

– реализация высокотехнологичных проектов, позволяющих ускоренными темпами обеспечить значительный прирост производства важнейших видов продовольствия;

– создание взаимовыгодного таможенного режима между государствами–участниками СНГ, позволяющего создать благоприятные условия для развития национальных сельскохозяйственных рынков;

– разработка совместных мер по повышению продовольственной безопасности государств–участников СНГ и контроля качества продовольствия.

Межгосударственное инновационное сотрудничество государств–участников СНГ является объективной необходимостью и предполагает:

– создание межгосударственного инновационного пространства, объединяющего ресурсы национальных инновационных систем, придающего системный характер инновационному развитию и способствующего использованию научно-технических разработок и изобретений;

– усиление инновационной компоненты экономического роста на основе формирования национальных инновационных систем и межгосударственных инновационных проектов;

– осуществление мер по созданию импортозамещаемых производств в отдельных сегментах экономики;

– формирование полноценного рынка нано- и биохимической продукции, новых материалов и лекарственных средств.

Таким образом, системное достижение поставленных целей позволит государствам–участникам СНГ перейти на модель инновационно-инвестиционного развития экономики, основанной на знаниях, обеспечить участие в формировании мирового дохода и в его паритетном распределении.

Список литературы

1. Доклад ООН «Мировое экономическое положение и перспективы, 2017 год». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://bit.ly/WESP – Дата доступа 13.02.2017.

2. О ходе реализации Плана совместных действий государств – участников СНГ по решению актуальных вопросов в финансово-экономической сфере: Решение Совета глав правительств СНГ от 29 мая 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://cis.minsk.by/reestr/ru/. – Дата доступа 19.02.2017.

This article describes the main problems of sustainable development, economic security, welfare and quality of life of the population on the basis of synergies and economies of scale, competitiveness of the national economy of the States – participants of the CIS and strengthen their position in the world economic system.

Курута Александр Владимирович – магистрант 1 курса специальности «Государственное управление социальной сферой» факультета инновационной подготовки Академии управления при Президенте Республики Беларусь, Минск, Беларусь. E-mail: sashakyruta@inbox.ru.

Научный руководитель – ***Карпицкая Марина Евгеньевна***, кандидат экономических наук, доцент, декан факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 336.6

К.В. Лапко

РОЛЬ СОБСТВЕННЫХ ОБОРОТНЫХ СРЕДСТВ В УПРАВЛЕНИИ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ЛИДСКАЯ МЕБЕЛЬНАЯ ФАБРИКА»)

Рассмотрено два варианта определения наличия собственных оборотных средств. Произведен расчет наличия собственных оборотных средств предприятия и анализ показателей финансовой устойчивости, характеризующих обеспеченность собственными оборотными средствами.

В рыночных условиях залогом выживания и основой стабильного положения предприятия служит его финансовая устойчивость. Она определяет конкурентоспособность предприятия и его потенциал в деловом сотрудничестве, является гарантом эффективной реализации экономических интересов всех участников финансовых отношений: как самого предприятия, так и его партнеров. Степень финансовой устойчивости предприятия также интересует инвесторов и кредиторов, так как на основе ее оценки они принимают решения о вложении средств в предприятие.

Одним из показателей, характеризующих финансовое состояние предприятия, является наличие собственных оборотных средств (СОС). Финансовое положение предприятия считается устойчивым, если оно покрывает собственными средствами не менее 50 % финансовых ресурсов, необходимых для осуществления нормальной хозяйственной деятельности, эффективно использует финансовые ресурсы, соблюдает финансовую, кредитную и расчетную дисциплину, иными словами, является платежеспособным [1]. Если организация испытывает недостаток собственных средств, необходимых для приобретения запасов, покрытия затрат и осуществления других

расходов, связанных с организацией непрерывного производственного процесса, то она вынуждена привлекать заемный капитал, усиливая финансовую зависимость кредиторов.

Стоит отметить, что недостаток собственных оборотных средств – характерная черта многих белорусских предприятий. Как правило, такие предприятия имеют неудовлетворительную структуру баланса и неустойчивое финансовое состояние. Отсутствие СОС также свидетельствует о том, что все оборотные средства организации и, возможно, часть внеоборотных активов (при отрицательном значении СОС) сформированы за счет заемных источников. Улучшение финансового положения невозможно без эффективного управления оборотным капиталом, основанного на выявлении наиболее существенных факторов и реализации мер по повышению обеспеченности предприятия собственными оборотными средствами.

При расчете наличия собственных оборотных средств по данным баланса необходимо к сумме собственных средств прибавлять долгосрочные кредиты и займы. Это связано с тем, что долгосрочные кредиты и заемные средства используются в основном на капитальные вложения и на приобретение основных средств. В этой связи вполне оправданно в расчетах учитывать сумму долгосрочных кредитов и займов. В странах с развитой рыночной экономикой понятию собственных оборотных средств соответствует показатель «чистых мобильных средств», определяемый как разность между величиной оборотных активов и величиной краткосрочной задолженности [2].

Существует несколько вариантов определения наличия СОС [3]. Рассмотрим два из них.

При первом варианте наличие собственных оборотных средств рассчитывается по формуле:

$$СОС = СК + ДП – ВА, \quad (1)$$

где СК – собственные средства;

ВА – внеоборотные активы;

ДП – долгосрочные пассивы.

Во втором варианте величину собственных оборотных средств определим как разность между оборотными активами и краткосрочной задолженностью:

$$СОС = ОА – КО, \quad (2)$$

где ОА – оборотные активы;

КО – краткосрочная задолженность.

Расчет собственных оборотных средств двумя способами на примере ОАО «Лидская мебельная фабрика» представим в таблице 1.

Таблица 1 – Расчет наличия собственных оборотных средств предприятия ОАО «Лидская мебельная фабрика»

Показатели	На 31 декабря 2015 г., млн руб.	На 31 декабря 2016 г., млн руб.	Изменение (+, -)	
			2016–2015 гг., млн руб.	2016–2015 гг., %
I ВАРИАНТ РАСЧЕТА				
1 Собственные средства (капитал и резервы) (СС)	29 912	25 711	-4 201	-14,04
2 Долгосрочные кредиты и займы (ДП)	7 325	5 400	-1 925	-26,28
3 Внеоборотные активы (ВА)	27 228	25 103	-2 125	-7,8
4 Собственные оборотные средства (СОС) (с.1+2-3)	**10 009**	**6 008**	**-4 001**	**-39,97**
II ВАРИАНТ РАСЧЕТА				

1 Запасы и затраты с НДС	15 890	17 592	1 702	10,71
2 Денежные средства, расчеты и прочие активы	858	450	-408	-47,55
3 Итого оборотные активы (ОА) (с.1+2)	16 748	18 042	1 294	7,73
4 Краткосрочные кредиты и прочие пассивы (КО)	6 739	12 034	5 295	78,57
5 Собственные оборотные средства (СОС) (с.3-4)	**10 009**	**6 008**	**-4 001**	**-39,97**
6 Удельный вес СОС в общей сумме оборотных активов, % (с.5/3·100)	59,76	33,3	-26,46	-44,28

Источник: собственная разработка на основании данных предприятия

Проанализировав данные таблицы 1 (1 способ расчета), отметим, что к 2016 году величина СОС снизилась на 4 001 млн руб., или на 39,97 %. Доля СОС в общей сумме источников собственных и приравненных к ним средств составила в 2015 году СОС/(СС+ДП) 100 % = 10 009/37 237 100 % = 26,88 %, в 2016 году – 19,3 %, то есть уменьшилась на 7,58 %.

Большая часть собственных средств и приравненных к ним долгосрочных заемных источников вложена в основные средства, результаты исследований и разработок и другие внеоборотные активы ОАО «Лидская мебельная фабрика». Их удельный вес в 2015 году составил 73,28 % , а в 2016 году – 80,69 %.

По второму варианту расчета видно, что общая сумма оборотных активов незначительно возросла в 2016 году, а именно на 7,73 %. Краткосрочные обязательства в 2016 году выросли на 78,57 % по сравнению с показателем 2015 года. Таким образом, оборотные активы уменьшились в большей степени, чем показатель краткосрочной задолженности. Также можно отметить, что удельный вес СОС в общей сумме оборотных активов в 2016 году по сравнению с величиной этого показателя в 2015 году уменьшился на 26,46 % и достиг величины 33,3 %, при нормативном значении этого показателя 50–60 %. То есть собственных оборотных средств недостаточно для нормального функционирования предприятия.

Далее нами была проведена оценка финансовой устойчивости предприятия в части формирования запасов, затрат и оборотных активов. Расчет коэффициентов финансовой устойчивости представлен в таблице 2.

Таблица 2 – Анализ показателей финансовой устойчивости, характеризующих обеспеченность собственными оборотными средствами

Показатели	на 31 декабря 2014 г.	на 31 декабря 2015 г.	на 31 декабря 2016 г.	Изменение (+, -), млн руб.	
				2015–2014 гг.	2016–2015 гг.
1. Коэффициент обеспеченности запасов собственными источниками средств	0,69	0,59	0,32	-0,10	0,27
2. Коэффициент обеспеченности оборотных средств собственными источниками	0,43	0,37	0,2	-0,05	-0,17
3. Коэффициент маневренности собственного капитала	0,32	0,33	0,23	0,01	-0,10

Источник: собственная разработка на основании данных предприятия

Коэффициент обеспеченности запасов и затрат показывает, в каком количестве материальные запасы и затраты покрыты собственными источниками и не нуждаются в привлечении заемных средств

Из результатов расчета видно, что ОАО «Лидская мебельная фабрика» покрывало запасы и затраты в 2014 и 2015 годах за счет собственных источников на 69 % и 59 %, что говорит о высоком уровне финансового риска и зависимости от кредиторов. К 2016 году значение показателя упало на 0,27 пункта. Таким образом, в 2016 году покрытие запасов и затрат за счет собственных источников было на 32 % (что не соответствует минимально-допустимому уровню. Минимально допустимое значение составляет 60–80 %), а за счет заемных – на 68 %.

Экономический смысл коэффициента обеспеченности оборотных активов собственными оборотными средствами заключается в отображении части оборотных средств предприятия, сформированных за счет собственного капитала. Если коэффициент ≥ 1, то предприятие за счет собственных оборотных средств полностью обеспечивает свои оборотные активы.

В нашем случае оборотные активы в 2014, 2015 годах сформированы на 43% и 37% за счет собственных средств, что говорит о неустойчивом финансовом состоянии предприятия. В 2016 году значение данного коэффициента уменьшилось на 0,17, по сравнению с предыдущим годом. В результате в 2016 году 20 % оборотных средств было сформировано за счет собственных источников, 80 % – за счет заемных.

Следовательно, наблюдается тенденция к снижению обеспечения текущей деятельности и формирования оборотных активов за счет собственных источников предприятия. Необходимо отметить, что предприятие испытывает недостаток собственных оборотных средств.

Величина коэффициента маневренности собственного капитала указывает, какая часть собственного капитала используется для финансирования текущей деятельности, т.е. вложена в оборотные активы, а какая часть капитализирована, т.е. вложена во внеоборотные активы.

Величина коэффициента маневренности собственного капитала в 2014 и 2015 гг. говорит о том, что 32 % и 33 % собственных средств находятся в мобильной форме. Низкое значение данного коэффициента говорит о том, что большая часть собственных средств предприятия находится в ценностях иммобильного характера, которые обладают низкой ликвидностью и не могут достаточно быстро преобразовываться в денежную форму.

К 2016 году происходит уменьшение данного показателя на 0,1 пункта. Таким образом, в 2016 году 23 % собственных источников находятся в мобильной форме. Это значит, что доли собственных средств, вложенные в активы мобильного и иммобильного характера, значительно отличаются. Оптимальная величина коэффициента маневренности 50 %. Это значит, что доли собственных средств, вложенные в активы мобильного и иммобильго характера, равны. Выполнение данного условия обеспечит ликвидность баланса.

Резюмируя вышесказанное, можно отметить, что основной причиной ухудшения финансовой устойчивости любого предприятия служит сокращение доли собственных оборотных средств. Для увеличения данного показателя необходимы либо достаточный рост собственного капитала за счет прибыли, полученной от хозяйственной деятельности, либо снижение величины внеоборотных активов. Однако сокращение внеоборотных активов нежелательно, т.к. ведет к уменьшению имущества организации, а также может негативно повлиять на объемы хозяйственной деятельности.

Следует помнить, что рациональное и эффективное использование оборотных средств способствует повышению финансовой устойчивости предприятия и его платежеспособности. В этих условиях предприятие своевременно и полностью выполняет

свои расчетно-платежные обязательства, что позволяет успешно осуществлять коммерческую деятельность.

Список источников:

1. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник для вузов / Г. В. Савицкая. – Минск : Новое знание, 2006. – 704 с.
2. Кондратьева, Т. Н. Финансы предприятий. В схемах и таблицах: пособие / Т. Н. Кондратьева. – Минск : Вышэйшая школа, 2007. – 238 с.
3. Вакуленко, Т. Г. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности для принятия управленческих решений / Т. Г Вакуленко, Л. Ф. Фомина.– СПб. : Издательский дом Герда, 2001. – 288 с.

Considered two options for determining the availability of working capital. The calculation of the availability of own current assets of the company and analysis of financial soundness indicators, characterizing the security of own working capital.

Лапко Каролина Викторовна, студентка 4 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: lapko_karolina@mail.ru.

Научный руководитель – ***Павловский Егор Витальевич***, преподаватель кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 339.187.62

А.А. Лех

ОПЫТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛИЗИНГА В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ

Рассмотрен мировой опыт лизинговых отношений, раскрыты преимущества и недостатки лизинга. Установлено, что в Республике Беларусь использование лизинговых операций дает положительный эффект для ускоренного развития экономики. В качестве положительного опыта использования лизинга рассмотрена международная практика в таких странах, как Япония, Австрия, Франция. Отмечено, что лизинг начинает играть все более значительную роль в активной инвестиционной и инновационной деятельности.

В современных условиях практически все экономические власти находятся в поиске механизмов, стимулирующих ускоренное развитие своих национальных систем. Одним из эффективных механизмов развивающихся государственных экономик является **лизинг** – это вид инвестиционной деятельности, при котором лизингодатель (лизинговая компания) приобретает у поставщика оборудование (предмет лизинга) и затем сдает его в аренду за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях лизингополучателю (клиенту) с последующим переходом права собственности лизингополучателю [1]. Лизинговый механизм широко используется в мировой экономике. Благодаря эффекту глобализации, лизинговые отношения сравнительно легко преодолевают границы между странами.

На современном мировом рынке лизинговых услуг принимают участие субъекты из более чем восьмидесяти стран мира. Преимущественно рынок лизинговых услуг сосредоточен в мировых экономических центрах: США, Западной Европе и Азии, на долю которых приходится около 90 % сделок, а удельный вес четверки лидеров (США, Япония, Великобритания и Германия) составляет более 70 %.

Вместе с тем, у каждого из сложившихся на сегодня региональных рынков лизинговых услуг имеется ряд специфических особенностей, что обусловлено воздействием следующих факторов:

– политическая ситуация в мире и в данном регионе;
– состояние мировой и региональной экономики;
– тенденции на мировых рынках;
– изменения таможенного и налогового законодательства;
– другие факторы.

Одной из главных особенностей лизинга в Республике Беларусь является наличие специального законодательства о лизинге, а именно Указа Президента Республики Беларусь от 13 ноября 1997 г. № 587 «О лизинге». Данный указ определяет организационно-экономические и правовые условия лизинга, а также является отправной точкой регулирования лизинговой деятельности.

Следующей особенностью лизинга в Республике Беларусь можно назвать достаточно низкий объем рынка по сравнению с Европой.

Leaseurope (Европейская федерация ассоциаций лизинговых компаний) сообщает, что прирост новых сделок в Европе составил в 2015 г. 9,4 % (по данным 28 стран, без учета изменений курсов валют). Сумма нового бизнеса достигла 314,9 млрд евро. Великобритания была крупнейшим европейским рынком лизинга в 2015 г., где новый объем бизнеса составил 76,9 млрд евро, за ней следует Германия (53,2 млрд евро) и Франция (43,6 млрд евро). В свою очередь, низкие показатели объема нового бизнеса были в Норвегии, Греции и России.

В Республике Беларусь объем нового бизнеса в 2015 г. составил 369 млн евро по средневзвешенному курсу. Также наблюдалось снижение объема нового бизнеса: оно составило 32 % в 2015 г. по отношению к 2014 г.

Как поясняют эксперты, главной причиной сжимания объема нового бизнеса в лизинговой отрасли является ухудшение инвестиционного климата в Беларуси и некоторых соседних странах. Отрицательная динамика экономики привела к снижению затрат на приобретение машин и оборудования, а также сокращению иностранных инвестиций. Ухудшилась и эффективность работы реального сектора, в том числе выросло число убыточных предприятий [2, с. 10].

Еще одной причиной для беспокойства лизингодателей является сохраняющаяся высокая стоимость банковских ресурсов. Такие условия крайне негативно влияют на лизинговые компании, которые финансируются в белорусских банках. Хотя, справедливости ради, стоит отметить, что большая часть проектов лизинга все же обеспечивается за счет иностранного капитала и капитала учредителей, что дает возможность лизингодателям не зависеть от высоких ставок по рублевым кредитам и предлагать более выгодные условия клиентам [2, с. 11].

Стоит отметить, что наиболее распространенной формой лизинга в Республике Беларусь является финансовый лизинг, договоры оперативного лизинга заняли ничтожную долю – 0,03 % от общего количества заключенных договоров. Несколько снизилась процентная составляющая договоров возвратного лизинга – с 24,7 % в 2014 г. до 19,5 % в 2015 г. [3, с. 26]. Оперативный лизинг отличается от финансового лизинга тем, что по окончании договора лизинга предполагается не переход предмета лизинга в собственность лизингополучателя, а возврат лизинговой компании. В то же время в Европе доля оперативного лизинга находится в пределах 30–40 % от общего объема лизинга.

Неопределенность в законодательстве в той или иной степени характерна для всех стран. Беларусь в данном вопросе не стала исключением. Практически ежегодно вносятся различные изменения в законодательные акты, которые прямо или косвенно влияют на работу лизинговых операторов. Национальный банк и Ассоциация лизингодателей

постоянно работают над улучшением условий лизинга и принимают меры по повышению доступности лизинга.

Рассмотрим некоторые особенности лизинга в развитых странах.

Обратимся к специфике лизинга в Японии. Одной из интересных особенностей лизинга этой страны является возможность лизинговых компаний не ограничиваться финансированием услуг, связанных с арендой. Они предоставляют так называемый комплексный пакет услуг, который может включать комбинацию лизинга, купли-продажи и займов. Такие услуги получили название «комплексный лизинг». Финансовый лизинг в Японии определяется как сделка, которая удовлетворяет двум требованиям [4]:

A. общая сумма лизинговой платы должна быть примерно равна совокупным затратам на приобретение имущества. При этом срок сделки фиксирован;

B. запрещается аннулировать договор лизинга в течение срока его действия.

Финансовый лизинг можно рассматривать как сделку по реализации, если выполняется одно из следующих условий:

– срок аренды меньше, чем 70 % установленного законодательством срока службы оборудования (60 % в случае, если этот срок службы составляет 10 или более лет), и лизингополучатель имеет право на покупку;

– передача после истечения периода аренды объекта лизинга лизингополучателю за номинальное или нулевое денежное вознаграждение;

– арендуемые машины, оборудование сложно использовать в каких-либо других целях, кроме указанных арендатором;

– арендуется неперемещаемое оборудование, монтированное в здание.

Интересен опыт Австрии, где лизинг развивается уже около 25 лет. Срок лизинга составляет от 2 до 15 лет, в зависимости от экономически целесообразного срока службы объекта лизинга. Опцион на продление или покупку запрещается. После истечения срока действия контракта лизингополучатель может заключить новый договор на аренду объекта лизинга в течение оставшегося периода эксплуатации либо начать переговоры о покупке. Существенной особенностью является то, что в лизинг сдаются даже школы и детские сады. Для получения налоговых льгот необходимо, чтобы объект лизинга был самостоятельной единицей, и срок договора по лизингу составлял 40–90 % общего периода эксплуатации оборудования [4].

Франция – это страна, в которой существует специальное законодательство по лизингу. Здесь выделяют лизинг недвижимого имущества без права выкупа (location-simple) и лизинг движимого имущества с правом выкупа (credit-bail), или финансовый лизинг. Credit-bail (финансовый лизинг) имеет место в случае, если:

– оборудование используется лизингополучателем для производства или коммерческой деятельности;

– оборудование приобретается лизингодателем для последующей его сдачи в аренду;

– лизингополучатель имеет возможность выкупить имущество у лизингодателя по заранее установленной цене, которая учитывает размер ранее сделанных лизинговых платежей.

Credit-bail рассматривается как кредитная операция и поэтому может применяться только банками. Сделки credit-bail подлежат обязательной регистрации для подтверждения титула собственности перед третьими сторонами. Эти требования не распространяются на сделки location-simple, которые квалифицируются как коммерческие операции и поэтому являются более гибким продуктом, по сравнению с credit-bail сделками. Наиболее активно они используются поставщиками и производителями для финансирования программ по сбыту своего оборудования.

Рынок лизинга в Республике Беларусь постоянно изменяется и развивается. Так, Указ Президента Республики Беларусь от 25 февраля 2014 г. № 99 «О вопросах

регулирования лизинговой деятельности» наделил Национальный банк полномочиями по регулированию и контролю над лизинговой деятельностью. Также после принятия данного указа появился реестр лизинговых организаций, и лизинг стал доступен и для физических лиц. Лизинг активно используется бизнесом, поскольку позволяет не отвлекать значительные суммы из оборота, как это бывает при прямой покупке дорогостоящего имущества, и имеет дополнительные возможности по сравнению с кредитом. Так, лизингу присущи менее жесткие требования к финансовому состоянию клиента, быстрое принятие решений, сокращенный пакет документов без нотариальных копий и справок из банка, оформление сделки в течение нескольких дней с момента предоставления полного пакета документов. Срок действия договора лизинга больше, чем срок предоставления кредита банком и может составлять 84 месяца и более. Вместе с тем, существует возможность его долгосрочного погашения. Также при осуществлении сделки лизинга предприятие экономит при уплате налога на прибыль, так как все платежи за автомобиль, оборудование, недвижимость и другое имущество относятся на себестоимость. Однако при заключении сделки вносится авансовый платеж, составляющий до 40 % стоимости предмета лизинга. Также необходимо помнить, что имущество, предоставленное в лизинг, в течение всего срока действия договора является собственностью лизингодателя. В случае расторжения договора клиент не вправе требовать возврат какой-либо части из оплаченной суммы [2, с. 5].

Таким образом, можно говорить о значительной роли лизинга в экономическом развитии европейских стран. Лизинг рассматривается как эффективный механизм модернизации производства, возможность скорейшего освоения и использования достижений научно-технического прогресса. Для Республики Беларусь вопросы модернизации, вопросы освоения передовой техники и технологии особенно актуальны. С учетом анализа рынка лизинга в развитых странах можно с уверенностью утверждать о дальнейшем развитии лизинговых отношений и усилении роли лизинга в экономике Республики Беларусь.

Список литературы

1. Ассоциация лизингодателей Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://leasing-belarus.by/. – Дата доступа: 01.03.2017.
2. Кот, А. Что ожидает рынок лизинга? / А. Кот // Экономика Беларуси. – 2016. – № 3. – С. 4–11.
3. Шиманович, С. В. Основные тенденции и направления развития лизинга в Республике Беларусь. Итоги работы лизинговой отрасли в 2015 году / С. В. Шиманович, А. И. Цыбулько // Страхование в Беларуси. – 2016. – № 6. – С.26–28.
4. Экономика и социология – Научный журнал № 1 (29) 2016. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://esjournal.ru/files/pdf/201601.pdf. – Дата доступа: 07.03.2017.
5. Leaseurope [Electronic resource]. – Mode of access: http://www.leaseurope.org/. – Date of access: 03.03.2017.

The world experience of leasing relations is considered, advantages and disadvantages of leasing are revealed. It is established that the Republic of Belarus use leasing to effectively develop its economic system.

The international experience in countries such as Japan, Austria, and France has been considered as a positive experience of using leasing. It is noted that leasing is beginning to play an increasingly important role in active investment and innovation activities.

Лех Анна Александровна, студент 4 курса специальности «Финансы и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: annalekh@mail.ru .

Научный руководитель – ***Витун Светлана Емельяновна,*** кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 330.133.7

М.А. Липская, В.Г. Липский

СУЩНОСТНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПОНЯТИЯ «СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОДУКЦИИ» В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Проанализированы подходы к определению понятия «себестоимость продукции», выявлен их недостатки. Дано собственное определение «себестоимости продукции». Исследованы функции и значение себестоимости продукции как экономической категории.

Основной целью функционирования каждого объекта хозяйствования является получение прибыли, что возможно посредством реализации потребителям изготовленной продукции, выполнения работ, предоставления услуг.

Любая производственная деятельность требует использование различных видов ресурсов: материальных, трудовых, информационных и т.д. Одним из главных показателей, отражающих эффективность их использования, является себестоимость продукции.

Она позволяет оценить затраты на приобретение необходимых ресурсов в стоимостном выражении, иными словами, себестоимость продукции – это часть стоимости.

В экономической литературе существует множество подходов к определению понятия «себестоимость продукции». Однако они не полностью раскрывают сущность данного понятия, так как не включают в себестоимость продукции затраты на сбыт произведенной продукции.

А. Н. Азрилиян отмечает, что *себестоимость продукции* – это выраженные в денежной форме текущие затраты предприятия, организации на производство и реализацию продукции (работ, услуг) [1, с. 933].

Профессора В.Я. Горфинкель и В.А. Швандар дают следующее определение понятия *«себестоимость продукции»* – это стоимостная оценка используемых в процессе производства продукции (работ, услуг) природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, а также других затрат на ее производство и реализацию [7, с. 545].

Доцент Е.С. Русак под *себестоимостью продукции* понимает стоимостную оценку используемых в процессе производства продукции (работ, услуг): природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, нематериальных активов, трудовых ресурсов, а также других затрат на ее производство и реализацию [2, с. 143].

Себестоимость продукции складывается из затрат на производство с добавлением накладных расходов, которые не могут быть распределены прямо пропорционально между единицами товара, но тем не менее закладываются в их себестоимость. Например, сюда входят управленческие расходы на аренду помещений, содержание офиса и оплата труда непроизводственных сотрудников.

Данная экономическая категория является важнейшим качественным показателем, отражающим результаты хозяйственной деятельности предприятия, технико-экономический уровень производства, качество управления. Она является исходной базой для формирования цен, оказывает непосредственное влияние на величину прибыли и уровень рентабельности производства [8, с. 933].

Себестоимость продукции играет важную роль в экономике:

- снижение затрат на единицу продукции позволяет увеличить объем производства на предприятии при имеющихся ресурсах, обеспечить тем самым ускорение оборачиваемости оборотных средств.
- снижение себестоимости продукции является существенным источником прибыльности производства.
- снижение себестоимости продукции – реальная основа снижения оптовых и розничных цен [4, с. 239].

Как экономическая категория себестоимость продукции выполняет ряд важнейших функций:

1) учет и контроль всех затрат на выпуск и реализацию продукции, а также предоставление услуг и выполнение работ;

2) база для формирования оптовой цены на продукцию (работы, услуги) предприятия и определения прибыли и рентабельности;

3) экономическое обоснование целесообразности вложения реальных инвестиций на реконструкцию, техническое перевооружение и расширение действующего предприятия;

4) определение оптимальных размеров предприятия;

5) экономическое обоснование и принятие любых управленческих решений [5, с. 180];

6) является необходимой экономической формой возмещения этих затрат, основой простого воспроизводства материально-вещественных факторов производства, т.е. средств производства и фонда распределения по труду [6, с. 331].

В настоящее время усиливается конкурентная борьба на рынках сбыта продукции, что повышает значимость данной экономической категории.

С экономических и социальных позиций значение снижения себестоимости продукции для предприятия заключается в следующем:

1) в увеличении прибыли, остающейся в распоряжении предприятия, а, следовательно, в появлении возможности не только в простом, но и расширенном воспроизводстве;

2) в появлении большей возможности для материального стимулирования работников и решения многих социальных проблем коллектива предприятия;

3) в возможности снижения продажной цены на свою продукцию, что позволяет в значительной мере повысить конкурентоспособность продукции и увеличить объем продаж;

4) в снижении себестоимости продукции (работ, услуг) в акционерных обществах, что является хорошей предпосылкой для выплаты дивидендов и повышения их ставки. [3, с. 131]

Таким образом, видно, что *себестоимость продукции* – емкая, многообразная и динамичная экономическая категория, характеризующая совокупность затрат на приобретение средств и предметов труда, трудовых ресурсов, покупных изделий и полуфабрикатов, услуг сторонних организаций, необходимых для производства, реализации и сбыта продукции. И в настоящее время поиск путей снижения себестоимости продукции является первостепенной задачей любого объекта хозяйствования.

Список литературы

1. Азрилиян, А. Н. Большой энциклопедический словарь: справочное пособие / А. Н. Азрилиян. – М. : ИНЭ, 2002. – 1280 с.

2. Русак, Е. С. Экономика предприятия: курс лекций / Е. С. Русак. – Минск : Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2008. – 214 с.

3. Сергеев, И. В. Экономика предприятия: учеб. пособие / И. В. Сеергеев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 304 с.

4. Стражев Н. С. Бухгалтерский учет: учеб.-метод. Пособие / Н. С. Стражев. – 10 изд., перераб. и доп. – Минск : Книжный дом, 2004. – 552 с.

5. Экономика предприятия: учеб. пособие / А.И. Ильин [и др.]; под общ. ред. А.И. Ильина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Новое знание, 2005. – 698 с.

6. Экономика предприятия: учеб. пособие / В. Я. Хрипач [и др.]; под ред. В. Я. Хрипача. – 2-е изд. – Минск : Экономпресс, 2001. – 464 с.

7. Экономика предприятия: учебник для вузов / В. Я. Горфинкель [и др.]; под ред. В. Я. Горфинкеля, В. А. Швандара. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, – 2007. – 670 с.

8. Экономика промышленного предприятия: учеб. пособие / Т. Н. Ботова [и др.]; под ред. Т. Н. Ботова. – СПб. : ИТМО, 2010. – 249 с.

Approaches to the definition of the concept «cost of production» are analyzed, their shortcoming is revealed. Its own definition of the «cost of production» is given. The functions and value of the cost of production as an economic category are investigated.

Липская Маргарита Александровна, магистрант специальности «Экономика и управление народным хозяйством» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

Липский Вячеслав Гарьевич, магистрант специальности «Экономика и управление народным хозяйством» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

Научный руководитель – ***Карпицкая Марина Евгеньевна***, кандидат экономических наук, доцент, декан факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно.

УДК 336.77:336.713(476)

В.И. Милоста

КРЕДИТОВАНИЕ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ КОММЕРЧЕСКИМИ БАНКАМИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Проведен анализ новых кредитов, выдаваемых юридическим лицам коммерческими банками Республики Беларусь, по таким критериям, как размер, стоимость, сроки предоставления. Выявлены проблемы, оказывающие негативное воздействие на процесс кредитования юридических лиц, и предложены способы их решения.

Кредитование юридических лиц является важной составляющей экономической системы страны. Данный вид банковских операций позволяет направлять свободные денежные средства на достижение целей, которые связаны с повышением социального и экономического развития страны в целом. Следовательно, изучение состояния и условий кредитования предприятий на современном этапе становления Республики Беларусь будет весьма актуальным.

В Республике Беларусь порядок кредитования регламентируется перечнем соответствующих нормативно-правовых актов. Так, согласно ст. 22 Банковского кодекса Республики Беларусь (далее БК) взаимоотношения банков с клиентами строятся на основе банковского законодательства и заключенных договоров. Банки самостоятельно определяют условия заключения сделок, не противоречащих законодательству Республики Беларусь. Правоотношения банков и клиентов по предоставлению кредита регулируются кредитным договором. В силу ст. 137 БК по кредитному договору банк или небанковская кредитно-финансовая организация (кредитодатель) обязуются предоставить денежные средства (кредит) другому лицу (кредитополучателю) в размере и на условиях,

определенных договором, а кредитополучатель обязуется возвратить (погасить) кредит и уплатить проценты за пользование им [3]. В соответствии с пунктом 2 Инструкции о порядке предоставления (размещения) банками денежных средств в форме кредита и их возврата, утвержденной Постановлением Правления Национального банка Республики Беларусь от 30 декабря 2003 г. № 226, под кредитованием понимается предоставление (размещение) банком (кредитодателем) кредита от своего имени и за свой счет на условиях возвратности, платности и срочности с заключением между кредитодателем и кредитополучателем (юридическим лицом, в том числе банком, или физическим лицом) кредитного договора. Принципы кредитования образуют главный элемент системы банковского кредитования и представляют собой основные положения и правила, которые должны соблюдаться при его осуществлении [2, с. 21].

Согласно пункту 6 Инструкции № 226, уполномоченным органом банка должны быть утверждены локальные нормативные правовые акты, в которых предусматриваются: обязательные условия и порядок предоставления кредита, включая участие кредитополучателей; процедура принятия решения о предоставлении кредита; порядок оценки эффективности кредитуемых проектов, в том числе финансируемых с использованием государственной поддержки; порядок и случаи контроля за состоянием заложенного имущества; порядок и случаи контроля за целевым использованием кредита; порядок формирования и хранения кредитного досье и т.п.

Необходимо отметить, что ст. 141 БК дает право кредитодателю отказаться от заключения кредитного договора при наличии сведений о том, что предоставленная кредитополучателю сумма кредита не будет возвращена (погашена) в срок, при непредоставлении кредитополучателем обеспечения исполнения обязательств по кредитному договору, при наличии иных оснований, способных повлиять на выполнение кредитополучателем обязательств по кредитному договору или предусмотренных законодательством Республики Беларусь [3].

В настоящее время можно выделить определенные проблемы в области кредитования юридических лиц, которые затрагивают деятельность как коммерческих банков, так и предприятий. Это такие как: высокий уровень инфляции, процентных ставок, кредитных рисков, рост просроченной задолженности. Более того, все вышеперечисленные факторы взаимосвязаны и непосредственно оказывают влияние друг на друга. Разработка программ, мероприятий, направленных на решение данных проблем, является целью не только государства, но и банков.

Высокие процентные ставки негативно влияют на состояние кредитного рынка, прежде всего за счет того, что увеличивают кредитные риски. Исключительно негативное воздействие имеют высокие процентные ставки по кредитам на развитие реального сектора экономики [1, с. 19]. В таблице 1 рассмотрим динамику объемов, уровней процентных ставок новых кредитов в национальной валюте, предоставленных юридическим лицам банками Республики Беларусь за 2014–2016 гг.

Таблица 1 – Информация об объемах, стоимости и сроках новых кредитов банков в национальной валюте, выданных юридическим лицам, 2014–2016 гг.

Срок кредита	2014 г.			2015 г.			2016 г.		
	сумма, млн руб.	уд. вес, %	ставка, %	сумма, млн руб.	уд. вес, %	ставка, %	сумма, млн руб.	уд. вес, %	ставка, %
до 1 месяца	2838	18,1	37,7	2331	15,6	38,9	1201	7,1	27,7
1–3 месяцев	3754	24,0	37,5	4458	29,8	40,2	3218	19,1	26,8

3–6 месяцев	2671	17,1	35,1	2726	18,2	36,3	3165	18,8	25,3
6–12 месяцев	4003	25,6	30,5	3402	22,7	31,7	4918	29,2	23,9
1–3 лет	1719	11,0	25,1	1633	10,9	27,8	3766	22,4	23,4
свыше 3 лет	669	4,3	12,2	407	2,7	20,3	584	3,5	20,3
Всего:	15654	100	32,9	14957	100	35,5	16852	100	24,7
на срок до 1 года	13265	84,7	34,9	12917	86,4	36,9	12650	75,1	25,3
на срок свыше 1 года	2388	15,3	21,5	2040	13,6	26,3	4202	24,9	22,9

Источник: собственная разработка на основании данных [3].

Исходя из данных таблицы 1 видно, что в зависимости от сроков предоставления кредитов процентные ставки варьируются в значительных пределах. В 2016 г. объем новых кредитов, выданных юридическим лицам, составил 16 852 млн руб. (2015 г. – 14 957 млн руб.; 2014 г. – 15 654 млн руб.). Следует также отметить, что в 2015 г. наблюдалось не только снижение объемов новых кредитов, но и увеличение ставки процентов годовых на 2,6 пп. (составив 35,5 %) по сравнению с 2014 г. (32,9 %). Так, по итогам 2015 г. показатели отечественной экономики упали на 3,9 % по сравнению с 2014 г. Объем выпуска промышленной продукции снизился на 6,6 %. Выпуск сельскохозяйственной продукции хозяйствами всех категорий собственности уменьшился на 2,8 %. Из чего следует, что банки решили бороться с возросшими рисками путем повышения процентных ставок. В 2016 г. наибольший удельный вес (29,2 %) в структуре новых выданных кредитов занимают кредиты сроком на 6-12 месяцев (в 2015 г. – 29,8 % кредиты сроком на 1–3 месяца; в 2014 г. – 25,6 % кредиты сроком на 6–12 месяцев). Ясно прослеживается тенденция преобладания краткосрочного кредитования над долгосрочным. Краткосрочный кредит – это наиболее предпочтительный вид кредитного продукта для коммерческих банков, так как он имеет большую ликвидность. Предоставляется банком на срок, вытекающий из плана производства, реализации продукции, снижения запасов кредитуемых товарно-материальных ценностей. Он составляет большую часть банковских активов (в 2016 г. – 75,1 %; в 2015 г. – 86,4 %; в 2014 г. – 84,7 %). К долгосрочным кредитам относятся кредиты, срок погашения которых более одного года. Долгосрочный кредит обслуживает потребности в денежных средствах, необходимых для формирования основного капитала, финансовых активов, а также наименее активной части оборотного капитала [2, с. 30]. Особенно удобны долгосрочные кредиты для финансирования капитальных затрат бизнеса, направления инвестиций для возведения зданий и сооружений. Ставки процентов по краткосрочным кредитам превышают ставки процентов по долгосрочным кредитам (в 2016 г. превышение составило 2,4 пп.; в 2015 г. – 10,6 пп.; в 2014 г. – 13,4 пп.).

Данные таблицы 1 свидетельствуют о том, что в 2016 г. ставки процентов по новым кредитам, выданным юридическим лицам, значительно снизились: по краткосрочным кредитам – на 11,6 % (т.е. составили 68,6 % от уровня процентных ставок 2015 г.), по долгосрочным кредитам – на 3,4 % (т.е. составили 87,1 % от уровня процентных ставок 2015 г.). Такое снижение процентных ставок связано с плановым сокращением в 2016 г. ставки рефинансирования Национального банка Республики Беларусь (далее НБ), поскольку она является базовым инструментом регулирования уровня процентных ставок на денежном рынке (рисунок 1) [3].

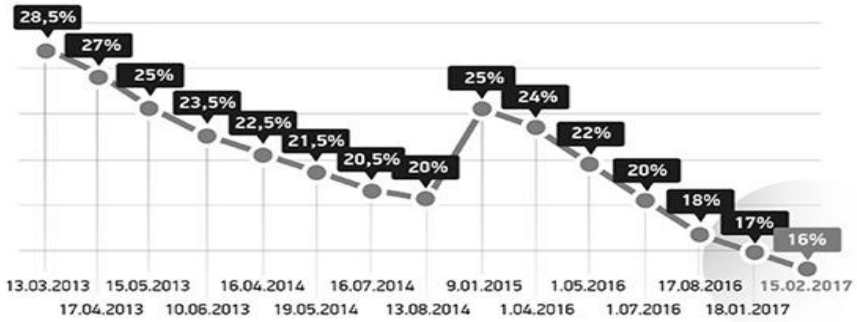


Рисунок 1 – Динамика изменения ставки рефинансирования НБ Республики Беларусь

Анализируя данные рисунка 1, мы видим, что на протяжении 2013–2014 гг. ставка рефинансирования планомерно снижалась (с 28,5 % до 20 %). 9 января 2015 г. НБ Республики Беларусь принял решение об увеличении ставки рефинансирования на 5 пп., и она составила 25 %. В течение 2015 г. размер ставки рефинансирования не изменялся. В 2016 г. ставка рефинансирования снижалась 4 раза и по состоянию на 01.01.2017 г. составила 18 %. При принятии решений относительно ставки рефинансирования центральный банк ориентируется, в первую очередь, на оценки ожидаемой траектории инфляции. Начиная с 2012 г. в Республике Беларусь прослеживается тенденция снижения уровня инфляции. В 2014 г. она составила 16,2 %, в 2015 г. – 12 %.

В августе 2016 г. в Беларуси впервые за много лет была зафиксирована дефляция, которую обеспечило сезонное снижение цен на фрукты и овощи. По итогам 2016 г. инфляция не превысила прогнозных показателей в 12 % и составила 10,6 %. Дальнейшее снижение инфляции ожидается и в 2017 г.

В Республике Беларусь субъекты хозяйствования также имеют возможность получения кредитов в СКВ (таблица 2).

Таблица 2 – Информация об объемах, стоимости и сроках новых кредитов банков в СКВ, выданных юридическим лицам, 2014–2016 гг.

Срок кредита	2014 г.			2015 г.			2016 г.		
	сумма, млн долл	уд.	ставка,	сумма, млн долл	уд. вес, %	ставка,	сумма, млн долл	уд. вес, %	ставка,
до 1 месяца	828	5,5	8,0	1186	9,7	8,0	389	3,6	8,3
1–3 месяцев	4681	31,4	8,3	3392	27,8	8,7	2122	19,5	7,8
3–6 месяцев	2954	19,8	9,9	2358	19,3	10,8	1821	16,7	9,5
6–12 месяцев	2781	18,6	9,4	2321	19,0	10,6	2745	25,2	8,8
1–3 лет	1805	12,1	9,4	1851	15,2	10,2	2891	26,6	9,0
свыше 3 лет	1878	12,6	8,4	1081	8,9	9,4	908	8,3	9,2
Всего:	14927	100	9,0	12189	100	9,7	10876	100	8,7
на срок до 1 года	11244	75,3	9,0	9257	75,9	9,6	7114	65,4	8,7
на срок свыше 1 года	3683	24,7	8,9	2932	24,1	9,9	3762	34,6	8,9

Источник: собственная разработка на основании данных [3].

Исходя из данных таблицы 2 видно, что объем новых кредитов, выданных в СКВ в 2016 г., по сравнению с 2014 г. снизился на 27,1 % (в абсолютном выражении – на 4051 млн долл США) и составил 10 876 млн долл США. В структуре новых кредитов, выданных в СВК (так же, как и в национальной валюте), краткосрочные кредиты имеют наибольший удельный вес, т.е. более 65 %. На протяжении 2014–2015 гг. субъекты хозяйствования предпочитали брать кредиты сроком на 1–3 месяца, ставка процентов находилась на уровне 8,3–8,7 %. Однако в 2016 г. данная тенденция изменилась, и уже кредиты сроком на 6–12 месяцев и 1–3 года стали более востребованы.

Процентные ставки по сравнению с 2015 г. уменьшились на 1,8 пп., 1,2 пп. соответственно. Данное снижение можно рассматривать как одну из причин изменения сроков кредитования в СКВ в сторону увеличения. В целом ставки процентов по новым кредитам, выданным в СВК как по краткосрочным, так и по долгосрочным кредитам, не превышают 10 %. В течение 2014–2016 гг. колебания процентных ставок находились в диапазоне 1 %, включая рост и падение. Несмотря на то, что в 2016 г. обменный курс белорусского рубля был не очень волатилен и относительно стабилен, это не привело к значительному увеличению объемов кредитов, выданных в СКВ.

Также следует заметить, что существует рост кредитных рисков, который определяется низкой отдачей от использования кредитных ресурсов, что, в свою очередь, является результатом низкой эффективности многих белорусских предприятий. В последнее время наблюдается осложнение ситуации в этой области. Ухудшается качество кредитов, возрастает проблемная задолженность. Объем просроченной и пролонгированной задолженности по кредитам, выданным банками Республики Беларусь в национальной и иностранной валютах по состоянию на 01.01.2017 составил 1 368,6 млн руб, что на 69,2 % больше (в абсолютном выражении – на 559,9 млн руб) по сравнению с 01.01.2016 (808,7 млн руб). Наибольшая часть просроченной и пролонгированной задолженности приходится на долю обрабатывающей промышленности (55,8 %) и сельского, лесного и рыбного хозяйства (16,5 %). Эксперты считают, что искать решение проблемы необслуживаемых долгов, которые увеличиваются на балансе банков, следует в реальном секторе экономики: предприятия оказались неконкурентоспособными на внутреннем и внешних рынках. Сказывается также сужение рынков сбыта из-за рецессии у основного торгового партнера Республики Беларусь – России.

В структуре активов банков Республики Беларусь требования банков к экономике по состоянию на 01.01.2017 составили 62,5 % (01.01.2016 г. – 66,0 %) из них: требования к субъектам хозяйствования – 51,2 % (54,9 %), требования к физическим лицам – 11,3 % (11,1 %). Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что кредитование субъектов хозяйствования является ключевым видом банковской деятельности.

В изменяющихся условиях сегодняшней реальности и банки, и предприятия заинтересованы во взаимовыгодном сотрудничестве, в достижении общего экономического интереса и минимизации разногласий. В связи со сложной макроэкономической ситуацией, коммерческим банкам необходимо подходить к кредитованию юридических лиц особенно осторожно. Перед банками постоянно стоит задача выбора показателей для определения способности заемщика выполнить свои обязательства по своевременному и полному возврату кредита.

В январе и феврале 2017 г. НБ Республики Беларусь 2 раза снижал ставку рефинансирования. Начиная с 15 марта 2017 г. она составит 15 %. Более того в Программе деятельности правительства Республики Беларусь на 2016-2010 гг. заложено, что к концу 2020 г. предполагается снизить ставку рефинансирования до 8–10 % годовых. Официальный **прогноз** властей предполагает **инфляцию** в **Беларуси** в **2017** г. в пределах 9 %, а по итогам 2020 г. замедление инфляции до уровня 5 %. Данные изменения должны оказать стимулирующее влияние не только на инвестиционную активность, но и на финансовое состояние организаций.

Для бесперебойного развития банков в сфере кредитования должно быть осуществлено регулярное внесение поправок в работу банков, что предполагает направление материальных, трудовых и иных ресурсов на проведение мероприятий по совершенствованию организации процесса кредитования, а также сохранение качества кредитного портфеля банков на приемлемом для них уровне. Также следует помнить, что Республика Беларусь является примером открытой экономики, а, следовательно, любые негативные потрясения во внешней среде неблагоприятно отразятся и на экономике нашей страны.

Список литературы

1. Галова, А. Кредитный рынок в Республике Беларусь: проблемы и факторы развития / А. Галова, Д. Сайковская // Банкаўскі веснік. – 2015. – № 8. – С. 18–25.

2. Захорошко, С. С. Кредитный менеджмент: пособие: в 5 ч. / С. С. Захорошко, С. Е. Витун. − Гродно: ГрГУ, 2011. − Ч. 1. – 47 с.

3. Официальный сайт Национального банка Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.nbrb.by. – Дата доступа: 01.03.2016.

In the article new loans issued to legal entities by commercial banks in Belarus are analyzed. The criteria for the research were the following: loans' amount, its interest rates and the loan term. Have been identified the problems, which have adverse influence on the lending process for legal entities, and suggested relevant solutions respectively.

Милоста Виктория Игоревна, студентка 4 курса специальности «Финансы и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: v_09@inbox.ru.

Научный руководитель – ***Витун Светлана Емельяновна,*** кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 657

О.И. Михалевич

МИНЕРАЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ КАК ОБЪЕКТЫ ДОГОВОРОВ КОНЦЕССИИ

Рассмотрен концессионный договор как вид государственного частного партнерства. Представлено концессионное соглашение в развитии и расширении всемирных ценностей: исторические этапы концессионных договоров, касающихся разработки и добычи минеральных ресурсов.

Неотъемлемым условием нормального функционирования экономики всегда служило взаимодействие государственного и частного секторов. Это связано с тем, что государство никогда не бывает свободным от выполнения своих ответственных функций, связанных с общественными интересами, а бизнес всегда остается источником развития народного хозяйства. В экономике в последние десятилетия сложилось особое качество взаимодействия государственного и частного секторов, получившее название государственно-частного партнерства. В настоящее время в большинстве отраслей экономики происходят процессы структурных изменений и развития новых хозяйствующих субъектов.

Важнейшая задача любого государства – устойчивая экономика. Основой такой экономики являются инвестиции, поэтому развитию данного направления уделяется повышенное внимание. Решение этой проблемы зависит не только от реализации программ приватизации, но и от использования других механизмов и форм, не

предполагающих передачу частным компаниям прав собственности в полном объеме. Действенным способом функционирования государственной собственности служит развитие отношений государственно-частного партнерства, важнейшей формой которого являются концессии. В Республике Беларусь данному направлению уделяется повышенное внимание, поэтому развитие системы бухгалтерского учета по договору концессии является актуальным и практически значимым.

В Республике Беларусь в настоящее время происходит процесс формирования государственной инновационной политики, направленной на повышение качества и уровня жизни населения, преодоление технологического отставания страны, переход на новый уровень ресурсосбережения, рост производительности труда, фондоотдачи, снижение материалоемкости, энергоемкости, капиталоемкости продукции, достижение ее высокой конкурентоспособности.

Концессия является многосторонним и сложным понятием. Концессия – договор на временную сдачу в эксплуатацию иностранному государству, юридическому или физическому лицу на определенных условиях, согласованных сторонами, земельных участков, недр и других объектов и ценностей в целях дальнейшего развития или восстановления национальной экономики и освоения природных богатств страны.

Концессия не является новой формой хозяйствования. Она в различных видах существует, возможно, примерно столько же, сколько существует государство. Это объясняется тем, что государства всегда делегировали управление своей собственностью тем или другим субъектам хозяйственной деятельности, и государства были обязательной стороной концессионного договора. Во Франции концессионная практика насчитывает более чем столетнюю историю. Еще в 1882 году был заключен контракт муниципальной власти на 15 лет с братьями Перрье, которые обязались поставлять воду в Париж. В настоящее время около 70 % населения французской столицы обеспечивают водой частные фирмы на условиях концессий.

Международные концессии в первой половине прошлого века использовались капиталистическими государствами для обеспечения нефтью и сохранения экономического влияния в развивающихся странах. Концессии в Катаре, Кувейте, Омане и в ряде других стран распространялись на всю территорию государства. Компания «Бахрейн петролеум компани» получила концессию на 91 год, «Кувейт ойл компани» – на 92 года. Североафриканские и ближневосточные концессии предоставляли Западу право на добычу, переработку и сбыт нефти, строительство нефтепроводов и портов. Концессии стали одним из основных инструментом продолжения колониальной политики. Сейчас в Европе и Америке концессионерами, в большинстве своем, являются крупные монополии внутри страны [2, с.10].

Однако в научной литературе на данный момент отсутствуют комплексные исследования по проблеме развития концессионных отношений. В то же время исторический опыт становления концессионных отношений и практики их регулирования, выявления их особенностей и закономерностей, на наш взгляд, будут играть важную роль в процессе формирования современного законодательства о концессиях.

Чрезвычайно интересным представляется рассмотрение вопроса развития русского «концессионного права». Такое положение абсолютно закономерно вписывается в канву развития всеобщей истории в данной области. Свое начало история концессии в России берет от знаменитой экспедиции Виллугби и Ченслера в 1553 г., когда вместо северного пути в Индию был открыт морской путь в Московское государство (таблица 1).

Следующий этап развития концессионных отношений связан с образованием Советского Союза. Советские концессионные проекты вошли в историю как наиболее крупномасштабные.

После революции 1917 года, как известно, основные усилия нового правительства были направлены на национализацию имущества. Однако общий упадок в экономике и

необходимость привлечения иностранного капитала и опыта вынудило правительство СССР начать новую экономическую политику – НЭП. В качестве оптимального инструмента для преодоления экономического кризиса был выбран курс на заключение концессионных соглашений [3, с. 5].

Серьезной экономической проблемой того времени являлся «хронический голод на капиталы» для использования национального богатства страны. В свою очередь, концессии давали возможность ввести в страну иностранный капитал не только в денежной, но и, что было особенно важно в тот период, товарной форме: в виде машин, оборудования, полуфабрикатов. Концессии могли привнести в страну столь нужные ей знания, опыт и технологии. Кроме того, от концессии ожидалось создание образцовых, технически совершенных предприятий, переходящих целиком в руки СССР по истечении срока договоров; увеличение силами иностранных предпринимателей общего количества продуктов, поступающих в распоряжение; усвоение технического опыта и знаний иностранного капитала [4].

Таблица 1 – Развитие концессионных соглашений на территории Российской империи

Год	Документ	Предпосылки	Условия
6 февраля 1555 г.	Устав нового общества, дающий исключительное право на торговлю с русским государством	Открытие морского пути в Московское государство	Экономические преимущества англичан: *право беспошлинной свободной торговли по всей России; *право свободного проезда через Россию для торговли с Персией; *на Вычегде компании разрешалось искать железную руду и построить для ее обработки завод. Полученное железо она могла вывозить в Англию, уплачивая по одной денге за фунт пошлины
1558 г.	Жалованная грамота Ивана Грозного Строгонову	Колонизация прикамского края	Право на занятие солепромышленной деятельностью; Право на занятие горнозаводским делом.
1632 г. 1644 г.		Развитие горнорудной промышленности	Привилегии на строительство горных заводов за счет собственных средств с уплатой по сто рублей в год и пошлины за железо в «Государя казну».
1719 г.	Берг-привилегия	Активизация внешней политики русского государства.	Ввела для желающих общий порядок заявки о розыске руды и минералов.
30 июля 1720 г.	Манифест «О допущении иностранцев к строению и размножению рудокопных заводов»	Развитие горного дела	
1836 г.	Первая концессия в области железной дороги	Первая и единственная железная дорога Петербург–Царское Село–Павловск	- концессия была бессрочной, и построенная железная дорога находилась в собственности компании бессрочно; - компания по своему усмотрению устанавливала размер платы за перевозки; - находившиеся на пути железной дороги земли, как казенные, так и во владении казенных крестьян, уступались компании бесплатно.

Источник: собственная разработка на основании изученной литературы [2; 5]

Последствия смены советского политико-экономического курса, параллельно сопровождавшиеся нововведениями в сфере законодательства, не замедлили сказаться. С 1922 по 1927 г. было получено 2211 предложений о концессиях. Из них первые места занимали Германия (35,3 %), Англия (10,2 %), США (9,4 %), Франция (7,9 %). В отраслевом разрезе наибольшее количество концессионных предложений поступило в

области обрабатывающей промышленности – 31,9 %, торговли – 21,9 %, горнодобычи – 11,7 %, сельского хозяйства – 7,3 %, транспорта – 6,2 %. Однако заключено было всего 163 концессионных договора, что в процентном соотношении составляло 7,5 % от общей численности предложений.

С 1921 по 1928 г. между Правительством СССР и иностранными компаниями было подписано 124 крупных концессионных соглашения, из которых 64 – в промышленности, в том числе 28 – в горнодобывающей, более 21 – в торговле и 11 в сельском хозяйстве. 24 концессии были заключены с фирмами из Германии, 16 – из США, при этом 61 концессию тогда причисляли к общественному уровню, а 53 – к республиканскому [2, с. 113] (таблица 2).

Таблица 2 – Развитие концессионных соглашений на территории СССР

Год	Документ	Предпосылки	Условия
1921	Концессия на добычу асбеста на Урале	Концессионные договоры с Большим Северным Телеграфным Обществом и объединенной американской компанией.	
14 мая 1921 года	Подписано предварительное концессионное соглашение на добычу нефти на Северном Сахалине.	Между правительством СССР и американской нефтеперерабатывающей компанией “Синклер Ойл»	
14 ноября 1925 года	Концессия на добычу золота в Якутии	Между советским правительством и британским акционерным обществом «Лена Голдфилдс» было заключено концессионное соглашение сроком на 50 лет. По соглашению компания, контролировавшая на тот момент более трети золотодобычи в Якутии, получала еще и угольные шахты Кузбасса, Зыряно-Змеиногродское месторождение цинка и свинца на Алтае.	«Лена Голдфилдс» вложила 21 миллион рублей на развитие концессии, получая 93 % от валовой добычи золота и металлов.
	Концессия на производство карандашей	Между правительством РСФСР и Армандом Хаммером на производство карандашей, для которой он создал компанию A. Hammer Pencil Company. В 30-е годы XX века, когда началось «сворачивание» НЭПа и бизнес у частников изымало государство, концессии Хаммера выкупили.	

Источник: собственная разработка на основании изученной литературы [6, с. 5–6]

К концу 1927 г. концессионные предприятия производили марганца 40 %, золота – 35 %, меди – 12 %, готового платья – 22 % от общего объема производства страны. Концессии в этот период получили развитие и в сфере городского хозяйства России. Однако в 1937 г. в связи с изменением общих приоритетов советской экономики и интенсивной подготовкой к войне концессии были отменены [6, с. 6].

Список литературы

1. О концессиях: Закон Республики Беларусь от 12.07.2013 №63-З: текст по состоянию на 1 января 2017 г. – Минск : ООО «Профессиональные правовые системы», 2017.

2. Раднаев, Б. В. История правового регулирования концессионных отношений / Б. В. Раднаев // Вестник СПбГУ. Сер. 14, Право. – 2015. – Вып. 1. – С. 31–44.

3. Кривуля, М. А. Концессии как форма привлечения иностранного капитала в отечественную нефтяную промышленность в период НЭП / М. А. Кривуля. – М. : МАКС Пресс,2004. – 126 с.

4. Скворцов-Степанов, И. И. Об иностранных концессиях / И. И. Скворцов-Степанов. – М. : – М. : Госиздат, 1920. – 42 с

5. Поляков, И. И. Концессионные соглашения в СССР в 1920–1937 годах / И. И. Поляков // Вопросы современной юриспруденции: сб. ст. по материалам XXX междунар. науч.-практ. конф. – № 10 (30). – Новосибирск: СибАК, 2013.

6. Ярмальчук, М. В. Практика применения концессионных соглашений для развития региональной инфраструктуры в Российской Федерации / М. В. Ярмальчук, М. В. Ткаченко, А. А. Долгов, К. Д. Солнцев, Н. Л. Силаев, Ю. А. Халимовский, А. О. Чижов. – М. : Центр развития государственно-частного партнерства, 2015. – С. 38.

Considered as a form of concession contract of public-private partnership. Presented by the concession agreement to develop and expand the world's values: the historical stages of the concession contracts related to the development and extraction of mineral resources.

Михалевич Ольга Игоревна, аспирант 2-го года обучения специальности «Бухгалтерский учет, статистика» Белорусского государственного экономического университета, Минск, Беларусь. E-mail: lion.miha@mail.ru.

Научный руководитель – ***Вегера Светлана Григорьевна,*** доктор экономических наук, профессор, первый проректор Полоцкого государственного университета, Новополоцк, Беларусь.

УДК 336.7

В.Г. Мицко

ИНВЕСТИЦИОННО-СБЕРЕГАТЕЛЬНЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Рассмотрены основные инвестиционно-сберегательные предпочтения физических лиц Республики Беларусь. Выявлены основные факторы, сдерживающие инвестирование свободных средств населения, а также предложены условия, которые позволят повысить активность населения.

Участие населения в инвестиционной деятельности, как свидетельствует мировой опыт, дает значительный приток средств в экономику, способствует «связыванию» денежной массы и сдерживанию инфляционных процессов, а также стимулирует развитие национального фондового рынка. Все это позволяет рассматривать сбережения населения как стратегический инвестиционный ресурс.

В Республике Беларусь сбережения населения формируются в форме наличных белорусских рублей и иностранной валюты, переводных или срочных депозитов в национальной и иностранной валютах, ценных бумаг, накопительных видов страхования. Следовательно, составляющие сбережений можно отнести к инвестициям физических лиц, поскольку денежные средства вкладывают с целью получения прибыли.

Свободные денежные средства домашних хозяйств формируются из доходов различного происхождения.

На рисунке 1 изображено изменение доходов домашних хозяйств на душу населения в Республике Беларусь.

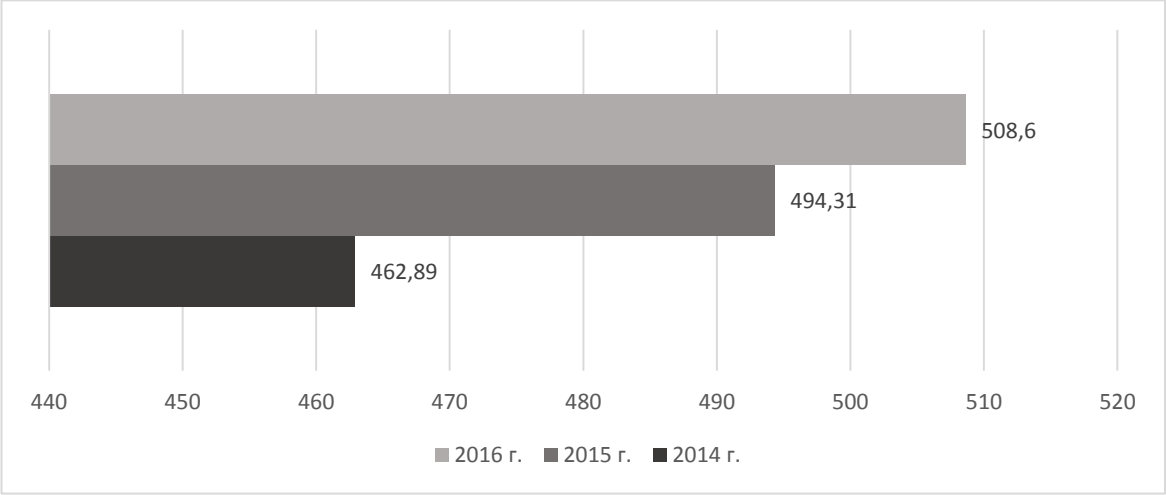


Рисунок 1 – Денежные доходы населения Республики Беларусь на душу населения, руб. (данные предоставлены с учетом деноменации)

Источник: собственная разработка автора на основании данных [1]

Денежные доходы на душу населения на протяжении исследуемого периода возрастали (рис.1). Доходы на душу населения в 2015 году к уровню 2014 года выросли на 6,8 %, а в 2016 г. в сравнении с 2015 г. – на 2,9 %. Это связано прежде всего с тем, что вследствие достаточно высокого уровня инфляции (в 2014 г. – 15,2 %, 2015 г. – 11,4 %, 2016 г. – 10,6 %) цены на продукты и товары первой необходимости выросли. Увеличился размер минимальной заработной платы: в 2014 году средний размер минимальной зарплаты составил 1744,1 тыс. руб., в 2015 г. – 2140,1 тыс. руб., в 2016 г. – 235,49 руб. (с учетом деноминации); и средней заработной платы: в 2014 г. – 6092,7 тыс. руб., 2015 г. – 6716,5 тыс. руб., 2016 г. – 721,9 руб. (с учетом деноминации), а также выросли трансфертные платежи населению (стипендии, пенсии, пособия) [2]. Однако располагаемые денежные доходы к предыдущему году в 2014 г. составили 100,9 %, 2015 г. – 94,1 %, 2016 г. – 92,5 % [1].

Проанализируем инвестиционно-сберегательную активность населения Республики Беларусь (рисунок 2).

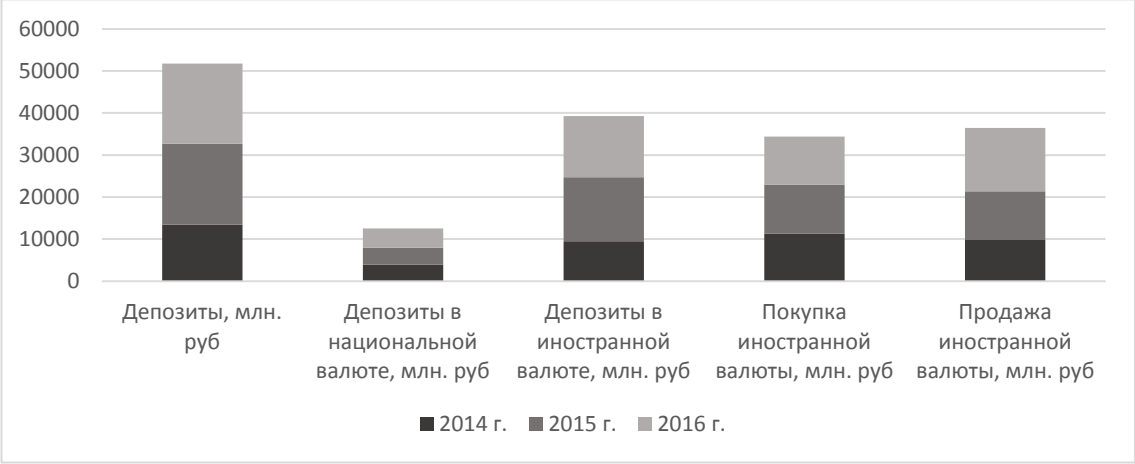


Рисунок 2 – Инвестиционно-сберегательная активность населения Республики Беларусь

Источник: собственная разработка автора на основании данных [3]

На протяжении исследуемого периода прослеживается тенденция роста инвестиционно-сберегательной активности населения страны. Так, депозиты в национальной валюте возросли, но не значительно. Темп роста в 2016 году к уровню 2015 г. составил 112,43 %. Депозиты в иностранной валюте в долларовом эквиваленте в 2014 году составили 7993,3 млн долларов США, 2015 г. – 8212,8 млн долларов США, 2016 г. – 5723,4 млн долларов США. Если темп роста депозитов в иностранной валюте в 2015 г. по отношению к 2014 г. составил 102,75 %, то темп роста в 2016 г. к уровню 2015 г. – 69,69 %. Таким образом, очевидно, что на протяжении 2015–2016 гг. динамика роста отрицательная. Удельный вес депозитов в рублях в 2014 г. составил 29,49 %, в иностранной валюте – 70,51 %, в 2015 г. – 25,73 % и 74,27 % соответственно, в 2016 г. – 30,06 % и 69,94 % соответственно.

Что касается иностранной валюты, то в 2014 году населением Республики Беларусь было куплено СКВ на сумму 10959,88 млн долларов США, в 2015 году – 7167,36 млн долл., в 2016 году – 5723,4 млн долл. Таким образом, очевидна отрицательная динамика покупки физическими лицами иностранной валюты. Продано валюты населением страны в 2014 году было на сумму 9574,91 млн долларов США, в 2015 году – 7296,95 млн долл., в 2016 году – 7617,4 млн долл. [3].

Таким образом, очевидно, что население Республики Беларусь отдает предпочтение депозитам в иностранной валюте и покупке иностранной валюты (хотя и налицо снижение интереса к инвестированию в СКВ).

Банковские депозиты являются одним из наименее рискованных видов инвестиций, поскольку в РБ существует государственная система страхования вкладов, официально публикуется информация о финансовой устойчивости банков, что позволяет вкладчику выбрать стабильно развивающийся банк. Однако депозиты – наименее доходный вид инвестирования средств, поскольку ставка по ним не намного превышает уровень инфляции в стране. Снижает привлекательность некоторых видов депозитов, в качестве варианта инвестирования, необходимость отчисления подоходного налога в размере 13% (согласно Декрету Президента Республики Беларусь от 11 ноября 2015 г. № 7 «О привлечении денежных средств во вклады (депозиты)»).

В таблице 1 представлена информация об объемах банковских вкладов населения Республики Беларусь в национальной валюте.

Таблица 1 – Депозиты физических лиц, размещенные в банках Республики Беларусь [1]

	2014 г.		2015 г.			2016 г.		
	Млн руб.	Уд. вес, %	Млн руб.	Уд. вес, %	Темп роста к 2014 г. (%)	Млн руб.	Уд. вес, %	Темп роста к 2015г. (%)
Депозиты в национальной валюте	3961,2	100	4020,4	100	101,5	4520,1	100	112,4
Переводные депозиты	1237,8	31,2	1406	35,97	113,6	1569,4	34,72	111,6

Источник: собственная разработка автора на основании данных [3]

Как видно из таблицы, депозиты в национальной валюте ежегодно возрастают. В 2015 году депозиты выросли на 1,5 %, а в 2016 г. в сравнении с 2015 г. на 12,4 %. Переводные депозиты также растут: в 2015 году темп прироста составил 13,6 %, а в

2016 г. – 11,6 %. Другие депозиты в 2016 г. в сравнении с 2015 годом выросли на 12,9 %.

В таблице 2 отображены данные об объеме депозитов населения Республики Беларусь в иностранной валюте.

Таблица 2 – Депозиты физических лиц в иностранной валюте, размещенные в банках Республики Беларусь

	2014 г.		2015 г.			2016 г.		
	Млн $ США	Уд. вес, %	Млн $ США	Уд. вес, %	Темп роста к 2014 г. (%)	Млн $ США	Уд. вес, %	Темп роста к 2015 г. (%)
Депозиты в иностранной валюте	7993,3	100	8212,8	100	102,7	7430,6	100	90,5
1. Переводные депозиты	472,1	5,9	521,3	6,3	110,4	431,7	5,8	82,8
2. Другие депозиты	7521,2	94,1	7691,5	93,7	102,3	6998,9	94,2	90,99

Источник: собственная разработка автора на основании данных [3]

Динамика роста депозитов в иностранной валюте неоднозначна. Так, темп прироста в 2015 г. составил 2,7 %, а в 2016 г. к уровню 2015 г. величина депозитов снизилась на 9,5 %. В 2014 г. удельный вес переводных депозитов составил 5,9 %, а других депозитов – 94,1 % к общей стоимости депозитов в иностранной валюте. В 2015 г. удельный вес переводных увеличился на 0,4 %, а в 2016 г. снизился по сравнению с 2015 г. на 0,5 %.

В таблице 3 представлена информация об объеме иностранной валюты, приобретенной населением Республики Беларусь, а в таблице 4 – об объеме проданной валюты населением страны.

Таблица 3 – Покупка иностранной валюты физическими лицами Республики Беларусь

	2014 г.		2015 г.			2016 г.		
	Млн $ США	Уд. вес, %	Млн $ США	Уд. вес, %	Темп роста к 2014 г. (%)	Млн $ США	Уд. вес, %	Темп роста к 2015 г. (%)
Покупка всего:	10959,8	100	7167,4	100	64,4	5723,4	100	79,9
Наличные	8656,7	78,99	5659,7	78,96	65,4	4312,6	75,35	76,2
Безналичные	2303,1	21,01	1507,7	21,04	65,5	1410,8	24,65	93,6
Средневзвешенный курс бел. рубля к доллару США	1,0313	-	1,6269	-	157,8	1,9995	-	122,9

Источник: собственная разработка автора на основании данных [4]

Как видно из данных таблицы 3, на протяжении 2014–2015 гг. объемы приобретенной населением валюты снизились. Покупка иностранной валюты в 2015 г. в сравнении с 2014 г. снизилась на 35,6 %, а в 2016 г. к уровню 2015 г. – на 20,1 %. Это связано с увеличением курса белорусского рубля к доллару США, который в 2016 году в сравнении с 2014 г. увеличился на 57,8 %, а в 2016 г. к уровню 2015 г. – на 22,9 %.

Таблица 4 – Продажа иностранной валюты физическими лицами в Республике Беларусь

	2014 г.		2015 г.			2016 г.		
	Млн $ США	Уд. вес, %	Млн $ США	Уд. вес, %	Темп роста к 2014 г. (%)	Млн $ США	Уд. вес, %	Темп роста к 2015 г. (%)
Продажа всего:	9574,9	100	7296,9	100	76,2	7617,4	100	104,4
Наличные	8887,9	92,82	6629,8	90,9	74,6	6753,7	88,66	101,9
Безналичные	687	7,18	667,1	9,1	9,1	863,7	11,34	129,5
Средневзвешенный курс бел. рубля к доллару США	1,0237		1,5856	-	97,1	1,9787	-	124,8

Источник: собственная разработка автора на основании данных [4]

Данные таблицы 4 показывают, что в 2016 г. население больше продавало валюту, чем в 2015 г., однако меньше, чем в 2014 г. Темп прироста объема продаваемой валюты в 2015 г. к уровню 2014 г. составил -23,8 %, а в 2016 г. в сравнении с 2015 г. – 4,4 %.

Одним из привлекательных видов инвестиций является рынок ценных бумаг, но участие требует высокого уровня компетентности. Рынок ценных бумаг для физических лиц в Республике Беларусь недостаточно развит. Для того чтобы данная сфера вложений средств имела успех у населения, необходимо развивать институт профессиональных посредников – инвестиционных фондов. Подобные инвестфонды являются современной и эффективной формой инвестиций, т.к. при самом минимальном риске прибыльность по фондам превышает проценты по депозитным счетам. В Республике Беларусь ожидается в 2017 г. принятие закона об инвестиционных фондах.

Покупка драгоценных металлов более рискованный способ в сравнении с депозитами, т.к. доходность зависит от колебаний цен на мировом рынке. Также объекты инвестирования обладают ограниченной ликвидностью, что создает дополнительный риск. Привлекательным видом сбережений является накопительное страхование жизни, т.к. страхователь не уплачивает подоходный налог в размере 13 %. В Беларуси существует только две организации, осуществляющие накопительное страхование жизни: РДУСП «Стравита» и УСП «ПриорЛайф». Отрицательной чертой данного вида сбережений является то, что это рискованный вид вложения средств.

К основным факторам, сдерживающим инвестиционно-сберегательную активность населения Республики Беларусь, можно отнести:

1. Невысокие доходы населения.
2. Недостаточная финансовая грамотность населения страны.
3. Высокий уровень инфляции, что снижает реальную доходность от вложений.

В странах с устойчивой рыночной экономикой инвестиционной активности населения отводится особая роль, т.к. экономический рост взаимосвязан с уровнем совокупных сбережений, а сам факт наличия сбережений – признак богатства страны. В настоящее время организация инвестиционной активности населения является одной из первостепенных задач при формировании устойчивой рыночной экономики.

Инвестиционно-сберегательная активность населения возрастет при реализации в стране следующих условий: обеспечение роста доходов населения, поскольку большая часть возрастающих доходов в нашей стране сберегается; повышение финансовой грамотности населения, поскольку это способствует рациональному использованию свободных средств; развитие интереса населения к инвестированию в ценные бумаги;повышение привлекательности для населения депозитов; популяризация

накопительного страхования жизни как одного из наиболее доходных вариантов вложений.

Список источников

1. Статистический ежегодник Республики Беларусь 2016 / [Электронный ресурс]. – Режим доступа:http://www.belstat.gov.by/ofitsialnayastatistika /publications/izdania / public_compilation /index_6316 /. – Дата доступа: 24.02.2017.
2. Информация о минимальном размере заработной платы / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.mintrud.gov.by/ru/inform_o_razmere_min_zp_2015. – Дата доступа: 24.02.2017.
3. Статистический бюллетень (региональный выпуск) 2015–2016 годы № 12 / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.nbrb.by. – Дата доступа: 24.02.2017.
4. Статистический бюллетень (ежемесячник) 2015–2016 годы № 12 / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.nbrb.by. – Дата доступа: 24.02.2017.

The main investment and savings preferences of individuals of the Republic of Belarus and the analysis of existing statistical data. The main factors constraining investment of available funds of the population, as well as proposed conditions that will improve the activity of the population.

Мицко Виктория Генрыковна, студентка 3 курса специальности «Финансы и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: vika.mitsko@mail.ru.

Научный руководитель – ***Цветкова Марина Анатольевна***, старший преподаватель кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 657.476

П.И. Паньков

АНАЛИЗ ОПЫТА МСФО ПО УЧЕТУ ДЕРИВАТИВОВ

В статье рассмотрены подходы к учету деривативов на основе положений МСФО. Представлен порядок учета отношений хеджирования, стандарты МСФО, актуальные для хеджирования. Рассмотрено влияние на финансовый результат использования хеджирования.

Текущее состояние бухгалтерского учета деривативов в Республике Беларусь можно описать следующим образом: в банковской системе Беларуси действует ряд нормативных актов, основанных на международных стандартах финансовой отчетности (МСФО), а бухгалтеру промышленного или торгового предприятий довольно затруднительно составить корреспонденции счетов по учету форвардов или иных деривативов из норм Инструкций, утвержденной постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 22.12.2006 № 164 [1]. Для широкого распространения использования деривативов нефинансовыми организациями Республики Беларусь необходима разработка четких положений по бухгалтерскому учету операций с деривативами. Мы считаем целесообразным в этой связи использовать опыт МСФО. Известно, что стандарты МСФО вступают в действие на территории Республики Беларусь с 1 января 2017 года в качестве технических нормативно-правовых актов [2; 3]. В данной статье будет рассмотрено, каким образом может осуществляться учет деривативов на основе положений МСФО.

В соответствии с МСФО финансовый инструмент – это договор, в результате которого возникает финансовый актив у одного предприятия и финансовое обязательство или долевой инструмент – у другого [4, с. 2]. А производный инструмент (он же производный финансовый инструмент, он же деривати) − финансовый инструмент или

какой-либо иной договор, обладающий тремя следующими характеристиками [5, с. 16]: его стоимость меняется в результате изменения установленной процентной ставки, цены финансового инструмента, цены товара, обменного курса валют, индекса цен или ставок, кредитного рейтинга или кредитного индекса или какой-либо другой переменной при условии, что в случае с нефинансовой переменной (иногда называемой «базисной») она не является специфической для какой-либо из сторон по договору; для него не требуется первоначальной чистой инвестиции или требуется первоначальная чистая инвестиция, меньшая, чем та, которая была бы необходима для других видов договоров, которые, согласно ожиданиям, реагировали бы аналогичным образом на изменения рыночных факторов; расчеты по нему осуществляются в будущем [5].

По цели приобретения различают деривативы, приобретаемые для хеджирования непредсказуемого движения цен и других переменных либо для спекуляций, то есть получения прибыли вследствие потенциального изменения рыночных показателей. Основная особенность хеджирования заключается в том, что оно позволяет гарантировать определенный уровень выплачиваемой или получаемой суммы, но не гарантирует, что эти суммы будут выгоднее, чем суммы, полученные в ситуации, когда хеджирование не выполняется. Хеджирование (от англ. hedge − ограждать, страховать себя от возможных потерь) − срочная сделка, заключенная для страхования от возможного падения цены при совершении долгосрочных сделок. А хедж, соответственно, − это позиция, которую используют в качестве временной замены будущей позиции по другому активу (обязательству) или с целью защиты стоимости существующей позиции по активу (обязательству), пока эта позиция не может быть ликвидирована [6, с. 200].

Кроме этого организация может приобретать или продавать товары с помощью контрактов с отсрочкой исполнения, которые по формальным признакам также подходят под определение деривата, данное в МСФО, но цель заключения данных контрактов – фактическое получение или передача товаров в соответствии с обычным порядком покупки или продажи товаров организацией. Данные контракты также имеют элемент хеджирования, так как фиксируют цену продажи или покупки биржевого товара, но при этом такой способ учета как «учет хеджирования» в соответствии с МСФО для них не подходит. Если обратиться непосредственно к стандартам МСФО, касающимся непосредственно деривативов, то прежде всего необходимо выделить стандарт МСФО 9 «Финансовые инструменты», который заменяет стандарт МСБУ 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка» и устанавливает принципы признания, измерения и раскрытия информации о финансовых активах и обязательствах. Стандарт МСФО 9 «Финансовые инструменты» достаточно широк по сфере применения и взаимодействует с другими стандартами (см. рисунок).

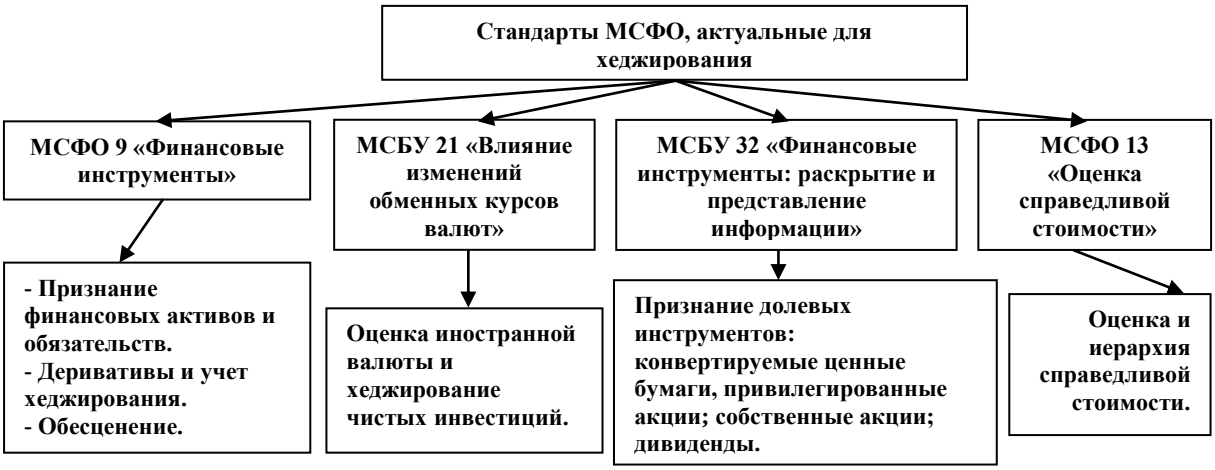


Рисунок – Стандарты МСФО, актуальные для хеджирования

Источник: [7, с. 1, рис. 1.1]

По квалификации в бухгалтерском учете на основе положений МСФО можно выделить непосредственно деривативы, которые оцениваются по справедливой стоимости, а если к ним еще применяется «учет хеджирования», то изменения справедливой стоимости деривативов откладываются до момента поступления компенсирующих денежных потоков. То есть все деривативы признаются в балансе по справедливой стоимости, независимо от того, являются ли они частью отношений хеджирования или нет. При этом есть два типа деривативов: неопределенные для «учета хеджирования» или спекулятивные, по которым необходима переоценка справедливой стоимости на отчетные даты до момента исполнения деривата, и те, для которых применяется «учет хеджирования», что подразумевает наличие формально определенных организацией отношений хеджирования по конкретному деривативу и соответствие критериям эффективности хеджирования.

Справедливая стоимость – это цена, которая может быть получена при продаже актива или уплачена при передаче обязательства при проведении операции на добровольной основе на основном (или наиболее выгодном) рынке на дату оценки в текущих рыночных условиях (то есть выходная цена) независимо от того, является ли такая цена непосредственно наблюдаемой или рассчитывается с использованием другого метода оценки [8, с. 3]. Наилучшим показателем справедливой стоимости для финансового инструмента является публикуемая котировка цены, установленная на соответствующих биржах.

Кроме этого, в МСФО и US GAAP для ограничения товарных деривативов, приобретаемых (заключаемых) для целей хеджирования или спекуляций, от простых контрактов с будущей поставкой вводятся специальные термины «own-use contracts» − контракты для собственных нужд в МСФО или «normal sale» и «normal purchase» − обычная покупка/продажа в US GAAP. Данные контракты не требуют оценки по справедливой стоимости, как деривативы, а учитываются по методу начисления.

Выше было отмечено такое понятие, как «учет хеджирования», которое является одним из ключевых положений стандарта МСФО 9. Учет хеджирования – способ учета, который изменяет обычные основания признания доходов и расходов по инструменту хеджирования и хеджируемой статье для того, чтобы такие доходы и расходы, как по инструменту хеджирования, так и по объекту хеджирования, были признаны в одном периоде и компенсировали друг друга. Здесь необходимо отметить, что в отношениях хеджирования есть два элемента [7, с. 24]: объект хеджирования (или хеджируемая статья) – это объект, который подвергает организацию рыночному риску; этот элемент определяется как «хеджируемый»; инструмент хеджирования – это элемент, который хеджирует риск(-и), которым объект хеджирования подвержен. Чаще всего инструмент хеджирования представляет собой деривати.

Различают три типа отношений хеджирования:

а) хеджирование справедливой стоимости: хеджируется потенциальное изменение справедливой стоимости признанного актива или обязательства, либо непризнанного твердого договорного обязательства, либо компонента такого объекта, которое обусловлено определенным риском и может оказать влияние на прибыль или убыток;

б) хеджирование денежных потоков: хеджируется потенциальное изменение величины денежных потоков, которое обусловлено определенным риском, связанным со всем признанным активом или обязательством либо его компонентом (например, все или некоторые будущие процентные выплаты по долговому инструменту с переменной ставкой) или с высоковероятной прогнозируемой операцией, и может оказать влияние на прибыль или убыток;

в) хеджирование чистой инвестиции в иностранное подразделение, как этот термин определен в МСФО (IAS) 21 [3, п. 6.5.2].

При этом учет хеджирования делится только на две формы: хеджирование

справедливой стоимости, где признание доходов и расходов, как по инструменту хеджирования, так и объекту хеджирования, осуществляется в одном и том же учетном периоде; хеджирование денежных потоков или хеджирование чистой инвестиции (здесь они объединяются, так как по последствиям для отчета о прибылях и убытках два данных типа хеджирования одинаковы) – отсрочка признанных доходов и расходов по инструменту хеджирования в балансе до того момента, как денежный поток по объекту хеджирования не повлияет на прибыль или убыток [7, с. 24].

Например, предположим, что организация заключила сделку с деривативом в 20X0 году, чтобы захеджировать подверженность риску объекта хеджирования, который уже признан в балансе. Исполнение деривата произойдет в 20X1 году, а расчеты по объекту хеджирования в 20X2 году. Сравнение сроков воздействия на прибыль или убыток при применении учета хеджирования или без такого применения представлено в таблице.

Таблица − Сравнение неприменения и применения учета хеджирования

Без учета хеджирования:	20X1	20X2	Итог
Инструмент хеджирования	1,000		1,000
Объект хеджирования (реализованный доход)		<1,000>	<1,000>
Чистая прибыль (убыток)	1,000	<1,000>	-0-
При хеджировании справедливой стоимости:	20X1	20X2	Итог
Инструмент хеджирования	1,000		1,000
Объект хеджирования (нереализованный доход)	<1,000>		<1,000>
Чистая прибыль (убыток)	-0-	-0-	-0-
При хеджировании денежных потоков:	20X1	20X2	Итог
Инструмент хеджирования		1,000	1,000
Объект хеджирования (после отсрочки в капитале)		<1,000>	<1,000>
Чистая прибыль (убыток)	-0-	-0-	-0-

Источник: [7, с. 25]

Необходимо отметить, что для применения учета хеджирования в начале и на протяжении всего периода отношений хеджирования должны выполняться очень строгие требования к таким отношениям. Обобщенно данные требования составляют следующее: только квалифицируемые объект и инструмент хеджирования (ряд дополнительных требований); до начала отношений хеджирования по таким отношениям имеется документация по хеджированию; отношения отвечают требованиям эффективности хеджирования.

Таким образом, в связи с принятием в качестве технических нормативно-правовых актов стандартов МСФО в Республике Беларусь, необходим анализ данных положений в области учета деривативов для применения на практике опыта МСФО организациями, которые ведут отчетность по МСФО, а также для совершенствования национального законодательства. В данной статье были рассмотрены общие подходы к учету деривативов в МСФО, и по результатам анализа можно отметить следующее: в МСФО все деривативы (за исключением некоторых товарных – «own-use contracts») оцениваются в балансе по справедливой стоимости. При этом можно выделить два типа деривативов: неопределенные для «учета хеджирования» или спекулятивные, по которым необходима переоценка справедливой стоимости на отчетные даты до момента исполнения деривата, и те, для которых применяется «учет хеджирования», что подразумевает наличие формально определенных организацией отношений хеджирования по конкретному деривативу и соответствие критериям эффективности хеджирования. В зависимости от типа отношений хеджирования изменения справедливой стоимости

деривативов могут быть признаны разными способами.

Список источников

1. Хеджирование по-белорусски: борьба вслепую // Экономическая газета [Электронный ресурс]. – Режим доступа https://neg.by/novosti/otkrytj/hedzhirovanie-po-belorusski---borba-vslepuyu. − Дата доступа: 25.01.2017.

2. О введении в действие на территории Республики Беларусь Международных стандартов финансовой отчетности и их Разъяснений, принимаемых Фондом Международных стандартов финансовой отчетности: постановление Совета Министров и Национального банка Республики Беларусь от 19 августа 2016 г. № 657/20 // Министерство финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа http://www.minfin.gov.by/upload/accounting/mfso/post_190816_657_20.pdf. − Дата доступа: 25.01.2017.

3. О введении в действие на территории Республики Беларусь Международных стандартов финансовой отчетности и их Разъяснений, принимаемых Фондом Международных стандартов финансовой отчетности: постановление Совета Министров и Национального банка Республики Беларусь от 30 декабря 2016 г. № 1119/35 // Министерство финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа http://www.minfin.gov.by/upload/accounting/mfso/post_301216_1119_35.pdf. − Дата доступа: 25.01.2017.

4. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 32 «Финансовые инструменты: представление информации» // eIFRS [Электронный ресурс]. – Режим доступа http://eifrs.ifrs.org/eifrs/bnstandards/ru/2013/Red/ias32.pdf. − Дата доступа: 25.01.2017.

5. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 9 «Финансовые инструменты» // eIFRS [Электронный ресурс]. – Режим доступа http://eifrs.ifrs.org/eifrs/bn-standards/ru/2013/Red/ifrs09.pdf. − Дата доступа: 25.01.2017.

6. Маршалл Джон Ф. Финансовая инженерия: Полное руководство по финансовым нововведениям: пер. с англ. / Джон Ф. Маршалл, Випул К. Бансал – М. : ИНФРА-М, 1998. − 784 с.

7. Ramirez, J. Accounting for derivatives: advanced hedging under IFRS 9 / J. Ramirez. – Second edition. – United kingdom, John Wiley & Sons Ltd, 2015. – 784 p.

8. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 13 «Оценка справедливой стоимости» // eIFRS [Электронный ресурс]. – Режим доступа http://eifrs.ifrs.org/eifrs/bn-standards/ru/2013/Red/ifrs13.pdf. − Дата доступа: 25.01.2017.

The article considers the approaches to the accounting of derivatives based on the IFRS provisions. The accounting treatment of hedge relationship is presented in the article. The outcomes of applying of the hedge accounting on the profit or loss are compared with outcomes of ordinary accounting.

Паньков Павел Игоревич, магистрант специальности «Бухгалтерский учет» кафедры учета и аудита, логистики и менеджмента, Полоцкий государственный университет, г. Новополоцк, Республика Беларусь. E-mail: pankovpa@yandex.ru.

Научный руководитель – ***Масько Людмила Владимировна,*** кандидат экономических наук, доцент кафедры учета и аудита, логистики и менеджмента Полоцкого государственного университета, г. Новополоцк, Беларусь.

УДК 336.132.2

О.Ф. Ро́девич

ВЕНЧУРНОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Представлено взаимодействие субъектов венчурной деятельности на различных исторических этапах. Раскрыт мировой опыт деятельности венчурных фондов. Выявлены

особенности финансирования венчурных проектов через Белорусский инновационный фонд. Предложены пути развития венчурного финансирования в Республике Беларусь.

Одним из наиболее перспективных механизмов инновационного развития любой страны выступает венчурное финансирование. *Венчурное финансирование* – это долгосрочные (5–7 лет) высокорисковые инвестиции частного капитала в акционерный капитал вновь создаваемых высокотехнологичных перспективных компаний, ориентированных на разработку и производство наукоемких продуктов, с целью получения прибыли от прироста стоимости вложенных средств.

Функциональной задачей венчурного финансирования является финансирование конкретного бизнеса путем предоставления определенной суммы денежных средств в обмен на долю в уставном капитале или пакет акций преимущественно компаниям с потенциальной возможностью роста. Венчурные инвестиции потенциально выгодны для экономики Беларуси. Это инвестиции в проекты, риски которых очень высоки из-за вероятности потери средств, вложенных в производство новых товаров и услуг, разработку новой техники и технологий. Данные проекты финансируются венчурными инвесторами в расчете на достаточно высокую прибыль в случае успеха венчурного проекта. При этом большинство венчурных проектов (примерно 90 %) заканчиваются ликвидацией проекта и крахом идеи, и только 10 % таких проектов достигают успеха, в полной мере компенсируя инвестору 90 % неуспешных венчурных проектов.

На этапе возникновения венчурной деятельности в качестве венчурных инвесторов выступали лица, вкладывающие свои собственные средства в венчурные проекты и предприятия. С 60-х гг. XX в. появились венчурные фонды, представляющие коллективные интересы всех его участников. Однако высокоорганизованный рынок венчурных инвестиций в дальнейшем стал характеризоваться неравномерностью распределения информации между различными его субъектами, и это способствовало появлению в 80-е гг. профессиональных посредников, способных выполнять функции стратегического и оперативного управления коллективными инвестициями и венчурными предприятиями (рисунок).

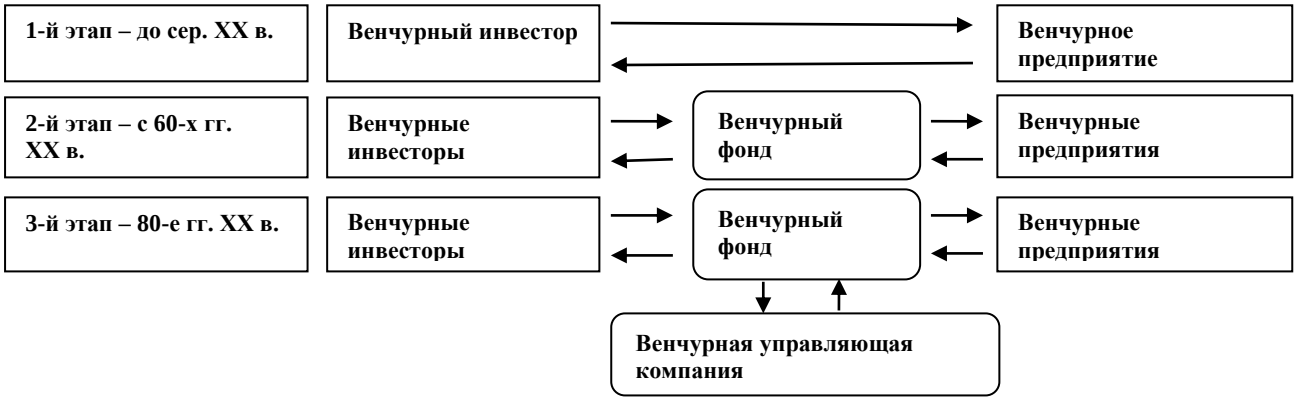


Рисунок – Взаимодействие субъектов венчурной деятельности [1].

В современных условиях в процесс венчурного инвестирования вовлечены венчурные инвесторы (вкладывают свои собственные средства или заемные), венчурные фонды (аккумулируют средства инвесторов), венчурные управляющие компании (определяют наиболее выгодные проекты и вкладывают в них средства венчурных фондов) и венчурные предприятия (получают венчурные инвестиции на проекты). В развитых странах основную долю в структуре венчурных инвесторов составляют пенсионные фонды, банки, страховые компании, частные инвесторы («бизнес-ангелы»). В странах с переходной экономикой источником капитала является государственный сектор.

В мировой практике активно используются возможности венчурных инструментов для развития реального сектора экономики. Лидером венчурной индустрии является США, второе место занимает Великобритания. В Финляндии государственная финансовая поддержка обеспечила одно из первых мест в Европейском союзе по развитию рынка венчурных инвестиций. Развитию венчурной сферы в Израиле способствовали государственные программы и, соответственно, сильная поддержка на государственном уровне. Наибольший объем инвестиций как в США, так и в Европе приходится на сектор развития высоких технологий, в Израиле основным сектором вложения денег является медицина.

Венчурный капитал, поступивший в распоряжение субъектов малого и среднего бизнеса от инвесторов, может выступать в двух формах: собственного капитала, если инвестор вложил средства путем участия в формировании уставного капитала, и заемного капитала, если инвестор финансировал деятельность путем покупки облигаций. Именно из-за сложности структуры и различий в природе источников формирования венчурного капитала проявляется двойственность его природы. В обоих случаях владельцем венчурного капитала будет выступать инвестор [2].

Венчурные фонды осуществляют связь венчурного (рискового) капитала с высококвалифицированным инновационным и финансовым менеджментом. Венчурные фонды могут действовать в рамках существующего гражданского и финансового законодательства. Данные направления структурирования деятельности венчурных фондов были реализованы в США и странах Западной Европы. Для обеспечения функционирования венчурных фондов принимаются специальные законодательные акты, содержащие необходимые определения и регламентирующие соответствующий вид деятельности и возможную форму юридической организации венчурных фондов. Многие мировые корпорации, такие как Microsoft, Intel, Apple Computers, Sun Microsystems, Google, Facebook, на этапе их возникновения были профинансированы венчурными фондами. Объектами венчурного инвестирования выступают в основном проекты в области компьютерных технологий, коммуникаций, биотехнологий, масштабы или используемые ресурсы которых выходят за рамки национальных границ [3].

В России создана модель государственного стимулирования инноваций и венчурного бизнеса значительного масштаба, которая реализуется через деятельность ОАО «Российская венчурная компания». В решение своих задач государство включает частный бизнес за счет создания привлекательных условий венчурной инфраструктуры, введения поправок в закон об инвестиционных фондах, изменений в законодательстве, регулирующих трастовые отношения, а также изменений соотношения риск-доходность.

В Республике Беларусь на сегодняшний день венчурное финансирование находится на первоначальной стадии развития. Деятельность венчурных организаций регулируется Указом Президента Республики Беларусь от 03.01.2007 № 1 «Об утверждении Положения о порядке создания субъектов инновационной инфраструктуры» с изменениями и дополнениями.

Белорусский инновационный фонд (Белинфонд), который финансирует инновационные проекты на возвратной основе, наделен функциями государственного венчурного фонда. С 2010 г. фонд начал отбор первых венчурных проектов. В основу построения венчурной индустрии в Республике Беларусь положен опыт соседних стран. Специфика белорусской модели венчурного финансирования через Белорусский инновационный фонд состоит в финансировании исключительно высокотехнологических и инновационных проектов. Основным источником средств фонда являются отраслевые инновационные фонды республиканского бюджета. В основном, каждое министерство или орган местного управления должны создавать их для поддержки инноваций в своей сфере и своем регионе.

В декабре 2016 г. в Москве подписано соглашение по созданию Российско-белорусского фонда венчурных инвестиций (РБФВИ) между Российской венчурной компанией (РВК), Инфраструктурным фондом РВК и Белорусским инновационным фондом. РБФВИ сосредоточится на инвестировании в проекты, имеющие в основе инновационную технологию, разработанную в Республике Беларусь, и обладающие потенциалом для ее встраивания в производственно-коммерческие цепочки в масштабах ЕАЭС, а также на разрабатываемые в Российской Федерации проекты, которые способны оказать существенное воздействие на ускорение инновационного развития экономики Республики Беларусь [4].

Также в Республике Беларусь действует Общественное объединение «Сообщество бизнес-ангелов и венчурных инвесторов ”БАВИН”, призванное объединять обладателей капитала с носителями идей без посредников, а также поддерживать проекты с большой перспективой роста. Инициаторами создания объединения выступил ряд известных предпринимателей и собственников частных компаний из различных отраслей: IT, страхование, строительство, масс-медиа, логистика, энергетика, ритейл, производство и др. Сообщество «бизнес-ангелов» и венчурных инвесторов объединяет частных инвесторов, каждый из которых готов единовременно инвестировать до ста тысяч долларов. Предполагается, что этого мало для достаточного финансирования инновационной деятельности в стране.

В условиях снижения уровня экономического развития страны количество венчурных инвесторов невелико, в том числе из-за неразвитости механизмов государственно-частного партнерства. В Беларуси потенциальными венчурными инвесторами выступают государственный сектор, крупные промышленные предприятия, банки, иностранные фонды прямых и венчурных инвестиций, региональные венчурные фонды международных банков, национальные и иностранные индивидуальные инвесторы, различные фонды (пенсионные, благотворительные, страховые), национальные и иностранные индивидуальные инвесторы. Существует интерес со стороны иностранных инвесторов с предложениями профинансировать венчурные проекты, в частности, инвестиционные фонды из Силиконовой долины, инвесторы из Объединенных Арабских Эмиратов, России.

Анализ состояния вопроса развития венчурной индустрии в Республике Беларусь показал существование ряда проблем в данной области на различных уровнях. Одной из таких проблем является недостаточная подготовка организаторов и руководителей в процессе реализации инновационных проектов. Проблемой также является сложность нахождения доступных источников финансирования перспективных проектов. Коммерческие банки в стране, как правило, участвуют в краткосрочных и не очень рискованных проектах, и поэтому для развития банковского венчурного инвестирования надо финансово заинтересовать в нем банки. Имеет место тяжелое налоговое бремя для вновь созданных предприятий, ограничения в инвестировании рисковых проектов для субъектов рынка и потенциальных инвесторов, а также неразвитая инновационная инфраструктура. Для решения существующих сложностей в стране будет целесообразным введение льгот для инновационных проектов со значительной долей риска и высоким ожидаемым доходом.

С учетом вышеизложенного считаем целесообразным внести некоторые рекомендации. Для решения проблем венчурного инвестирования необходимо создание специальных венчурных фондов, а также встраивание в этот процесс коммерческих банков. В этом направлении должны активнее работать субъекты инновационной структуры: технопарки, бизнес-центры, занимающиеся отбором, экспертизой и продвижением на рынке инвестиционных проектов для малых инновационных предприятий. Целью их деятельности является привлечение инвестиций и кредитов,

обеспечение экспериментальной базой и оборудованием с помощью лизинга, управление проектами и т.д.

Необходимо создание законодательной базы для стимулирования притока венчурного капитала, включая меры для способствования долгосрочным рисковым инвестициям пенсионных фондов и страховых организаций. В вопросах правового регулирования отношений между инвесторами и государством следует упростить вход в венчурный проект, не препятствовать выходу из него по завершении венчурного проекта, а также дать возможность свободно распоряжаться полученной прибылью. Важно стимулировать и субъекты инновационной структуры, которые оказывают содействие инновационным организациям на «предвенчурной» стадии» (инкубаторы, технопарки, экспертные организации, «бизнес-ангелы», управляющие компании).

Следует коренным образом изменить ситуацию в части развития вторичного рынка ценных бумаг. Данное преобразование позволит институциональным инвесторам при вложениях в быстро растущие технологически ориентированные компании осуществлять реинвестирование с помощью более простого выхода венчурного капитала из инвестиций.

Развитие системы венчурного финансирования в Республике Беларусь должно стать одним из приоритетных направлений государственной инвестиционной политики. Поддержка малых предприятий, работающих в сфере инновационных разработок и высоких технологий, в дальнейшем при их развитии приносит большие прибыли как своим владельцам, так и экономике в целом. Следует отметить, что без целенаправленной государственной поддержки запустить венчурные механизмы очень сложно. Решением данных проблем может стать разработка системы венчурного развития страны и принятие соответствующих мер для ее реализации.

1. *Список литературы*

1. Малашенкова, О. Ф. Венчурное инвестирование в мире: опыт и тенденции развития /О. Ф. Малашенкова // Беларусь и мировые экономические процессы: сб. науч. статей. Вып. 6. – Минск : БГУ, 2009. – С. 38–60.

2. Салахова, Ю. Ш. Финансовый механизм венчурного инвестирования как одного из источников финансирования инновационного процесса / Ю. Ш. Салахова // Вестник Полоцкого государственного университета. Сер. D, Экономические и юридические науки. Финансы и налогообложение. – 2015. – № 5. – С. 105–111.

3. Малашенкова, О. Ф. Теоретические основы международного венчурного инвестирования / О. Ф. Малашенкова // Беларусь и мировые экономические процессы: сб. науч. ст. Вып. 8; редкол. А. В. Данильченко (пред.) [и др.]. – Минск : БГУ, 2011. – С. 63–80.

4. Министерство экономического развития Российской федерации [Электронный ресурс].– Режим доступа: http://economy.gov.ru/minec/about/structure/depino. – Дата доступа: 03.03.2017.

At different historical stages the Interaction of subjects of venture activity is provided. The international experience of activity of venture funds is disclosed. The features of financing of venture projects through the Belarusian innovative fund are revealed. The ways of development of the venture funding in Republic of Belarus are offered.

Ро́девич Ольга Федоровна, младший научный сотрудник сектора промышленной политики отдела инновационной политики, Институт экономики Национальной академии наук Беларуси, магистр экономики, соискатель кафедры банковского дела Белорусского государственного экономического университета, г. Минск.

Научный руководитель – ***Преснякова Елена Владимировна,*** кандидат экономических наук, доцент кафедры банковского дела Белорусского государственного экономического университета, заведующий сектором промышленной политики отдела инновационной политики Института экономики Национальной академии наук Беларуси, г. Минск, Беларусь.

УДК 336.2

А.И. Русак

РОЛЬ НАЛОГОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В РАЗВИТИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рассматриваются особенности и роль налогового планирования в управлении организацией, влияние налогов на принятие управленческих решений. Проанализированы возможные пути снижения налогового бремени с учетом отраслевой специфики субъектов хозяйствования. На основе проведенного исследования и выявленных проблем разработаны предложения по обеспечению эффективной деятельности предприятий в области налогового планирования.

На современном этапе значение налогового планирования для предприятий Республики Беларусь очень велико, так как зачастую существуют некоторые правовые коллизии по вводимым законам и подзаконным актам, а также наблюдается тенденция постоянного дополнения и изменения нормативно-правовых документов.

Актуальность данной темы обосновывается чрезмерно большой ролью налогов в обеспечении эффективной деятельности предприятий. Многие ученые-экономисты доказывают, что налоги не должны влиять на экономические решения предприятия. На практике же налоги, являясь мощнейшим инструментом экономического регулирования, вторгаются в сферу стратегических решений, нередко вынуждая кардинально менять тактику действия предприятия. Потребность в налоговом планировании диктуется в современной финансовой системе тяжестью налогового бремени для конкретного налогового субъекта, сложностью и изменчивостью законодательства в области налогов.

Налоговое планирование, основанное на использовании налоговых способов и методов для достижения желаемого финансового состояния предприятия в условиях ограниченных ресурсов на уровне предприятия является неотъемлемой частью управления финансами. Успешная деятельность предприятия невозможна без успешного управления финансовыми ресурсами, поскольку эффективная деятельность предприятия определяется не только его рентабельностью, но и объемом расходов на налогообложение. Управление финансовыми ресурсами, их оптимизация осуществляется на основе финансового планирования, составной частью которого является налоговое планирование [1, с. 18].

Следует отметить, что преимущество налогового планирования особенно сильно проявляется в условиях нестабильной внешней среды, поскольку существует постоянная нехватка финансовых ресурсов и возникает потребность в принятии грамотных экономических решений, на основе финансовых расчетов, в том числе и налоговых.

Налоговое планирование актуально не только для крупных и средних предприятий, но и для малых, в силу ограниченности ресурсов, возникающих в деятельности предприятия.

Потребность в налоговом планировании диктуется, прежде всего, двумя основными факторами:

- тяжестью налогового бремени для предприятия;
- сложностью и изменчивостью налогового законодательства.

Существует множество определений налогового планирования, которые целесообразно объединить в две основные группы:

1) первый подход – в основе подхода лежит минимизация налогового обязательства, под которым следует понимать не только абсолютное уменьшение налогов, но и целенаправленную деятельность по переводу деятельности предприятия на более благоприятные условия;

2) второй подход – налоговое планирование основано на налоговой оптимизации, под которой понимают разновидность экономической деятельности, предполагающее

увеличение финансовых результатов при экономии налоговых расходов. При оптимизации происходит контроль соотношения динамики налоговых платежей и выручки предприятия [2, с. 112].

Нами выделены преимущества планирования на уровне предприятия:

- анализ будущих благоприятных условий;
- прогнозирование изменений внешних условий деятельности предприятия;
- рациональное распределение и использование финансовых ресурсов хозяйствующего субъекта.

Необходимость налогового планирования заложена в самом налоговом законодательстве, которое предусматривает те или иные налоговые режимы для разных ситуаций, допускает различные методы для исчисления налоговой базы и предлагает налогоплательщикам различные налоговые льготы. Таким образом, налоговое планирование позволяет сократить объем расходов за счет оптимизации налогообложения, с которой связаны все сферы деятельности предприятия. Каждое предприятие должно осуществлять налоговое планирование для достижения наибольшего финансового результата. Профессионально выполненное налоговое планирование – важный шаг к развитию предприятия.

Налоговое планирование подразумевает оптимизацию налогообложения в целом, разработку ситуационных схем оптимизации налоговых платежей, организацию системы налогообложения для своевременного анализа налоговых последствий различных управленческих решений. Принципами налогового планирования можно объяснить всю рациональную деятельность предприятия. Однако основным является уменьшение налогового бремени путем законного сокращения или льготирования налоговых выплат, чем во многих случаях пренебрегают предприятия при попытке рационально распределить налоговые выплаты как по срокам, так и по сумме.

Изучив накопленный опыт проведения процедуры налогового планирования, мы выделили следующие элементы:

- сбор и систематизация информации по проблемам налогообложения (мониторинг законодательства о налогах и сборах);
- текущее налоговое планирование и контроль за своевременным исполнением налоговых обязательств;
- экспертиза экономических проектов, планов и управленческих решений с точки зрения налогового законодательства (расчет и оценка последствий внедрения того или иного проекта);
- разработка и осуществление мероприятий по минимизации отчислений в виде налогов и сборов.

Среди инструментов осуществления налогового планирования наиболее распространено применение:

- налоговых льгот, прямо предусмотренных законодательством (например, льготы по налогу на имущество организаций, работниками которых являются инвалиды, если их численность составляет более 50 %);
- оптимальной формы договорных отношений при реализации продукции через посредников (комиссионеров);
- управления стоимостью сделок (увеличение покупных и снижение продажных цен по операциям с контрагентами).

Все вышеперечисленные процедуры и методы налогового планирования, как правило, применяются на предприятии в совокупности, а их разработка носит комплексный характер. Таким образом, оптимизация налогообложения призвана максимально уменьшить затраты на общеобязательные платежи и тем самым способствовать сохранению финансовых ресурсов организации. В условиях высоких налоговых ставок неправильный или недостаточный учет налогового фактора может

привести к весьма неблагоприятным последствиям или даже вызвать банкротство предприятия.

Учитывая особенности проведения налогового планирования на предприятиях Республики Беларусь, можно отметить, что главными методами необходимо считать функциональные и временные. Суть их заключается в том, чтобы распределить налоговое бремя во времени и по сумме для ослабления его воздействия на финансовую деятельность предприятия. Если взглянуть на функциональность такого планирования со стороны государства, то наблюдается четкая картина попытки оптимизации выплат не только в сторону деятельности организации, но и для государственного бюджета.

Для проведения рационального планирования на предприятии руководству необходимо обратить внимание на все нововведения в налоговом законодательстве и выстроить четкую политику по своевременной и качественной уплате налоговых платежей, а также воспользоваться по возможности в рамках законодательства льготами в области налогообложения. В большинстве случаев именно из-за некомпетентности сотрудников предприятия в вопросах налогообложения упускаются возможности по оптимизации налоговой нагрузки и практически не используется налоговое планирование, следствием чего является эффект упущенного дохода в результате некачественной налоговой политики [3, с. 289].

Оптимизация налогового бремени должна строиться на выборе критерия оптимизации и системы ограничений. Критерием оптимизации должна выступать сумма платежей в бюджет или конечный финансовый результат деятельности организации в зависимости от целей и параметров системы планирования. В качестве ограничений могут служить план производства и реализации продукции (работ, услуг), объем производства, доход, точка безубыточности, валовая маржа и т.д. Решать данную задачу необходимо с использованием экономико-математических методов, методов статистики, математического программирования, а также аналитических решений. Организационно-правовая форма предприятия имеет большое значение для минимизации налогового бремени, так как в налоговом законодательстве для отдельных организационно-правовых форм предусмотрены существенные льготы по уплате отдельных налогов. Не менее важно правильно определить вид деятельности. При налоговом планировании следует также оптимизировать организационную структуру предприятия, поскольку она влияет на объем льгот. На формирование налоговой нагрузки большое влияние оказывает учетная политика предприятия, порядок начисления амортизации активов, имущества, порядок списания товарно-материальных ценностей, порядок формирования себестоимости продукции и отнесения затрат, сроки по уплате и предоставлению налоговых деклараций по платежам в бюджет, налоговые периоды и порядок ведения налогового учета в организации.

На сегодняшний день осуществление налогового планирования подвержено ряду негативных факторов, существенно осложняющих процесс принятия управленческих решений хозяйствующим субъектом.

Существующие в настоящее время концептуальные подходы к прогнозированию налоговых поступлений не учитывают современное состояние экономических субъектов, специфику отдельных видов экономической деятельности финансовых и налоговых структур. В разработке нормативно-правовых актов недостаточное участие принимают отраслевые министерства и ведомства.

Налоговое планирование должно стать одной из важнейших функций управления предприятием, которая, к сожалению, пока не имеет должного теоретического обоснования, а на практике применяется бессистемно только в целях уменьшения налоговых платежей в бюджет. Зачастую используются незаконные методы, не учитываются существующие функциональные взаимосвязи во внутренней организационной структуре предприятия.

Важным видится процесс оптимизации налогов, который должен осуществляться в рамках налогового планирования, регулирования и внутреннего налогового контроля предприятий. Важнейшая роль в оптимизации налоговых потоков отводится методам налогового планирования, которые в широком понимании включают: разработку налоговой политики организации, методы налогового регулирования и налогового контроля, применяемые налогоплательщиком. В самом общем виде в инструментарий налогового планирования входят методы налогового бюджетирования, использования налоговых льгот и других, не запрещенных законом способов минимизации налоговых платежей.

Налоговое планирование предполагает такую управленческую деятельность налогоплательщиков, которая позволяет не только снизить налоговое бремя в сиюминутной ситуации, но и обеспечить долговременную экономию на налогах, получить экономический эффект от ее вложения, избежать или снизить риск возможных штрафных санкций в перспективе.

Таким образом, при налоговом планировании предприятия речь должна идти не о тактике минимизации налогов, а о стратегии оптимального управления налоговыми потоками и предприятием в целом.

Для эффективной работы налогового планирования в системе управления предприятием необходимо представить:

1) методику ранжирования по приоритетности инструментов налогового менеджмента для реализации функции планирования;

2) разработать алгоритм формирования определенного набора инструментов налогового менеджмента в конкретной организации в целях реализации стратегии обеспечения устойчивого развития;

3) разработать и представить постановку, формализацию и реализацию задачи применения смешанной формы кредитования инвестиционной деятельности организаций, а именно банковского кредита совместно с инвестиционным налоговым кредитом.

В зависимости от целесообразности применения одни и те же инструменты организаций могут быть и эффективными, и неэффективными. Предлагается дифференцировать налоговые инструменты в зависимости от влияния на налоговую нагрузку организации, влияния на стратегическую цель. Таким образом, налоговые инструменты в каждом конкретном случае могут быть нейтральными и корректирующими. Также обоснована необходимость дифференциации инструментов налогового менеджмента по степени возможных финансовых потерь. Для каждой конкретной организации необходимо формировать такие налоговые инструменты, применение которых сведет к минимуму возможные финансовые потери, связанные с признанием у организации необоснованной налоговой выгоды. Система налогового планирования как составляющая управленческого учета должна быть действенным механизмом для повышения эффективности хозяйствования. Если систему налогового планирования организовать по принципу центров ответственности, то это позволит обеспечить коммуникационную составляющую и поддержку деловой активности, а налоговый фактор определить как стимул развития организации.

Налоговое планирование является важной составляющей процесса финансового планирования. Основной задачей является предварительный расчет вариантов сумм прямых и косвенных налогов, налогов с оборота, по результатам общей деятельности, по отношению к конкретной сделке или проекту, в зависимости от различных правовых форм ее реализации.

При осуществлении ряда процедур можно определить динамику и перспективы налогового положения предприятия в каждом из планируемых периодов и на весь стратегический период в целом. Правильная организация работ позволяет спрогнозировать предстоящие налоговые выплаты и разработать политику в части их

оптимизации в соответствии с действующим законодательством и тенденциями его развития.

Налоговое планирование на уровне предприятия позволяет найти различные варианты осуществления деятельности, направленные на достижение низкого уровня возникающих при этом налоговых обязательств.

Список литературы

1. Евстигнеев, Е. Н. Основы налогового планирования: учеб. пособие / Е. Н. Евстигнеев. – СПб. : Питер, 2008. – 288 с.

2. Налоговое планирование: учеб. пособие / Е. С. Вылкова [и др.]; под общ. ред. Е. С. Вылковой. – СПб. : Питер, 2010. – 634 с.

3. Налоги и налогообложение: учеб. пособие / Е. Ф. Киреева [и др.]; под общ. ред. Е. Ф. Киреевой. – Минск : БГЭУ, 2012. – 447 с.

In the work is studied features and the role of tax planning in the management of the organization, tax impact on management decisions. Also, there is analyzed the possible ways to reduce the tax burden. On the basis of the study and the identified problems have been proposed solutions for the effective operation of enterprise in the field of tax planning at the enterprise.

Русак Алина Ивановна, студентка 4 курса специальности «Финансы и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: alechka.ru95@mail.ru.

Научный руководитель – ***Карпицкая Марина Евгеньевна***, кандидат экономических наук, доцент, декан факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 296.4

Ю.А. Слезник

УЧЕТ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ НА ПРИМЕРЕ УЗ «ГРОДНЕНСКАЯ ОБЛАСТНАЯ КЛИНИЧЕСКАЯ БОЛЬНИЦА»

В статье рассматривается порядок учета основных средств в УЗ «Гродненская областная клиническая больница». Представлены пути совершенствования учета основных средств в данной организации.

В процессе производства наравне с предметами труда используются средства труда, т.е. основные средства. К ним относятся машины, оборудование, инструменты, производственный и хозяйственный инвентарь, другие орудия производства, при помощи которых совершается производственный процесс. К средствам труда относятся также здания, сооружения, передаточные устройства, транспортные средства, которые непосредственно на предметы труда не воздействуют, а создают необходимые условия для осуществления производственного процесса.

Основные средства – это стоимостное выражение средств труда, являющихся продуктом труда, многократно участвующих в производственных процессах, постоянно изнашивающихся и в суммах этого износа переносящих свою стоимость на готовую продукцию (работы, услуги) [1, с. 125].

В соответствии с п. 4 Инструкции по бухгалтерскому учету основных средств в бюджетных организациях, утвержденной Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 31.10.2012 № 60, в УЗ «Гродненская областная клиническая больница» (далее – УЗ «ГОКБ») в качестве основных средств принимаются к бухгалтерскому учету активы, имеющие материально-вещественную форму, при одновременном выполнении следующих условий признания:

1) активы предназначены для использования в деятельности организации, в том числе в производстве продукции, при выполнении работ, оказании услуг, для управленческих нужд организации, а также для предоставления во временное пользование (временное владение и пользование), за исключением случаев, установленных законодательством;

2) организацией предполагается получение экономических выгод от использования активов;

3) активы предназначены для использования в течение периода продолжительностью более 12 месяцев;

4) организацией не предполагается отчуждение активов в течение 12 месяцев с даты приобретения;

5) первоначальная стоимость активов может быть достоверно определена.

Многолетние дикорастущие объекты растительного мира, произрастающие в естественных условиях на территории организации, не принимаются к бухгалтерскому учету в качестве основных средств.

Независимо от стоимости к основным средствам относятся сельскохозяйственные машины и орудия, строительные механизированные инструменты, рабочий и продуктивный скот, библиотечный фонд, документация по типовому проектированию (для организаций, осуществляющих деятельность по разработке проектно-сметной документации для других лиц).

Единицей бухгалтерского учета основных средств является инвентарный объект.

Инвентарным объектом основных средств является объект со всеми приспособлениями и принадлежностями или отдельный конструктивно обособленный предмет, предназначенный для выполнения определенных самостоятельных функций, или обособленный комплекс конструктивно сочлененных предметов, представляющих собой единое целое, и предназначенный для выполнения определенной работы.

Аналитический учет основных средств по инвентарным объектам в УЗ «ГОКБ» ведется в инвентарных карточках учета основных средств по материально-ответственным лицам.

Инвентарные карточки регистрируются в описи инвентарных карточек по учету основных средств формы ОС-10 согласно приложению 38 к постановлению Министерства финансов Республики Беларусь от 8 февраля 2005 г. № 15.

Инвентарная опись оформляется в одном экземпляре в разрезе групп основных средств с указанием года открытия инвентарных карточек. Нумерация инвентарных карточек ведется по каждой группе основных средств. При выбытии и перемещении основных средств в графе описи «Отметка о выбытии» указываются дата (число, месяц, год) и номер мемориального ордера.

Каждому поступившему в организацию инвентарному объекту основных средств, кроме библиотечных фондов, при принятии к бухгалтерскому учету присваивается инвентарный номер.

Инвентарный номер состоит из восьми знаков, первые три знака обозначают субсчет. В случае выделения групп в субсчетах счета 01 «Основные средства» четвертый знак инвентарного номера может обозначать группу в субсчете. В случае, если основное средство включает в себя обособленные элементы (конструктивные предметы), составляющие вместе с ним единое целое, то на каждом таком элементе (конструктивном предмете) должен быть обозначен инвентарный номер, присвоенный основному средству.

Присвоенный основному средству инвентарный номер должен быть обозначен путем прикрепления к нему жетона, нанесения на основное средство маркировки краской или иным способом, обеспечивающим сохранность маркировки.

Инвентарный номер, присвоенный основному средству, сохраняется за ним в течение всего периода его нахождения в организации.

Инвентарные номера выбывших основных средств вновь принятым к бухгалтерскому учету основным средствам не присваиваются.

Порядок начисления и отражения в бухгалтерском учете амортизации основных средств установлен в Инструкции о порядке начисления амортизации основных средств и нематериальных активов, утвержденной постановлением Министерства экономики Республики Беларусь, Министерства финансов Республики Беларусь и Министерства архитектуры и строительства Республики Беларусь от 27 февраля 2009 г. № 37/18/6 (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2009 г., № 149, 8/21041).

Для обобщения информации о наличии и движении основных средств предназначен счет 01 «Основные средства». Для обобщения информации об амортизации основных средств предназначен субсчет 020 «Амортизация основных средств» счета 02 «Амортизация основных средств». Аналитический учет амортизации основных средств по данному субсчету ведется в оборотной ведомости формы 326 согласно приложению 33 к постановлению Министерства финансов Республики Беларусь от 8 февраля 2005 г. № 15. Записи в оборотную ведомость производятся через отражение входящего сальдо начисленной амортизации, начисления и списания сумм амортизации в разрезе каждого основного средства.

Основные средства в УЗ «ГОКБ» принимаются к бухгалтерскому учету по счету 01 «Основные средства» по первоначальной стоимости на основании акта о приеме-передаче основных средств по форме согласно приложению 1 к постановлению Министерства финансов Республики Беларусь от 22 апреля 2011 г. № 23 «Об установлении форм акта о приеме-передаче основных средств, акта о приеме-передаче нематериальных активов и утверждении Инструкции о порядке заполнения акта о приеме-передаче основных средств и акта о приеме-передаче нематериальных активов» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2011 г., № 56, 8/23625).

К счету 01 «Основные средства» открываются следующие субсчета:

010 «Здания»;

011 «Сооружения»;

012 «Передаточные устройства»;

013 «Машины и оборудование»;

015 «Транспортные средства»;

016 «Инструменты, производственный и хозяйственный инвентарь»;

017 «Рабочий и продуктивный скот»;

018 «Библиотечный фонд»;

019 «Прочие основные средства».

Различают первоначальную, остаточную и восстановительную стоимость основных средств [3, с. 117].

Первоначальная стоимость приобретенных основных средств определяется в сумме фактических затрат на их приобретение, включая:

- стоимость приобретения основных средств;
- таможенные сборы и пошлины;
- проценты по кредитам и займам;
- затраты по страхованию при доставке;
- затраты на услуги других лиц, связанные с приведением основных средств в состояние, пригодное для использования;
- иные затраты, непосредственно связанные с приобретением, доставкой, установкой, монтажом основных средств и приведением их в состояние, пригодное для использования.

При приобретении основных средств за счет средств бюджетов в первоначальную стоимость основных средств включается налог на добавленную стоимость (за

исключением основных средств, приобретенных за счет средств, получаемых от приносящей доходы деятельности).

Первоначальная стоимость созданных в организации основных средств определяется в сумме фактических затрат на их создание.

Первоначальная стоимость безвозмездно полученных от других лиц основных средств определяется исходя из стоимости основных средств, по которой они числились в бухгалтерском учете передающей стороны. Первоначальная стоимость безвозмездно полученных основных средств может определяться на основании заключений об их оценке, проведенной лицами, осуществляющими оценочную деятельность.

Первоначальная стоимость основных средств, выявленных в результате инвентаризации как излишки, определяется на дату проведения инвентаризации на основании документов, подтверждающих стоимость аналогичных активов, или заключений об их оценке, проведенной лицами, осуществляющими оценочную деятельность.

Остаточная стоимость основных средств определяется вычитанием из первоначальной стоимости амортизации основных средств [3, с.118].

Восстановительная стоимость – это стоимость основных средств после переоценки. Остаточная стоимость – фактическая, реальная стоимость основных средств на отчетную дату.

Рассмотрим порядок отражения основных средств на счетах бухгалтерского учета в УЗ «ГОКБ». Корреспонденция счетов приведена в таблице.

Таблица – Отражение на счетах бухгалтерского учета операций по основным средствам УЗ «Гродненская областная клиническая больница»

Содержание операций по учету основных средств	Дебет	Кредит
Приобретено оборудование за счет средств областного бюджета	013 200	178 250
Приобретено оборудование за счет средств республиканского бюджета	013 202	142 250
Приобретено оборудование за счет гуманитарной, спонсорской помощи	013 176	176 250
Сумма начисленной амортизации	250	020

При выбытии основных средств накопленные по ним за весь период эксплуатации суммы амортизации отражаются по дебету субсчета 020 «Амортизация основных средств» и кредиту субсчетов счета 01 «Основные средства». Остаточная стоимость выбывающих основных средств отражается по дебету субсчета 250 «Фонд в основных средствах» и кредиту субсчетов счета 01 «Основные средства». Первоначальная стоимость полностью самортизированных выбывающих основных средств отражается по дебету субсчета 020 «Амортизация основных средств» и кредиту субсчетов счета 01 «Основные средства».

Внедрение новой системы автоматизированной обработки учетной информации, например «1-С: Бухгалтерия» версии 8.0, позволит:

- улучшить качество бухгалтерского учета;
- сократить количество ошибок;
- уменьшить количество времени, необходимое для заполнения документации.

Также для повышения уровня квалификации работников бухгалтерии и устранения недостатков в ведении бухгалтерского учета необходимо:

-периодически организовывать курсы повышения квалификации для бухгалтеров;
- организовывать активное посещение семинаров, проводимых для бухгалтеров;

Предложенные рекомендации будут способствовать дальнейшему развитию и совершенствованию учета основных средств в УЗ «ГОКБ».

Список литературы

1. Медвецкая, Е. И. Анализ хозяйственной деятельности: учеб. пособие / Е. И. Медведцкая. – Минск : Выш. школа, 2005. – 223 с.

2. 3.Савицкая, Г. В. Методика комплексного анализа хозяйственной деятельности: краткий курс для вузов / Г. В. Савицкая. – 3-е изд. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 325 с.

The article considers the accounting of fixed assets in the Grodno Regional Clinical Hospital; The ways of improving the accounting of fixed assets in this organization are presented.

Слезник Юлия Александровна, студентка 4 курса специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: Julia28077@mail.ru.

Научный руководитель – ***Сильванович Валерий Иванович,*** кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов и бухгалтерского учета Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 336.71

В.Р. Стефанович

АНАЛИЗ РЫНКА ДЕПОЗИТОВ ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

В данной статье представлен анализ рынка депозитов в Гродненской области за пятилетний период, проанализированы объем и динамика депозитов, а также определены предпочтения вкладчиков к категориям депозитов.

В Гродненской области функционирует 20 банков, каждый из которых предоставляет различные услуги как для физических, так и юридических лиц, производит различные операции. Одним из главных направлений деятельности банков является привлечение денежных средств физических и юридических лиц, что позволяет банкам создавать соответствующую ресурсную базу для дальнейшего выгодного их инвестирования в экономику страны.

Деньги, размещаемые под процент в банках или кредитных организациях, называются депозитами. Их делят на переводные депозиты и другие (непереводные) депозиты. Они могут быть выражены как в национальной, так и в иностранной валюте. Переводные депозиты – денежные средства, размещаемые физическими и юридическими лицами Беларуси в банках страны, которые могут быть возвращены по первому требованию без уплаты штрафа, каких-либо ограничений и непосредственно использоваться для осуществления платежей. К ним относятся остатки средств на текущих (расчетных) счетах, счетах по учету вкладов (депозитов) до востребования, на иных счетах клиентов (карт-счетах, временных счетах, счетах для расчетов чеками, благотворительных счетах).

Другие (непереводные) депозиты – вклады (депозиты), кроме переводных, подтвержденные договором банковского вклада (депозита), на которые начисляются проценты или доходы в иной форме. К ним относятся остатки средств на счетах по учету срочных вкладов (депозитов), размещаемые физическими и юридическими лицами в банках страны. Проанализируем объем и динамику депозитов, размещенных в банках Гродненской области в табл. 1 (данные приведены с учетом деноминации 1.07. 2016 г.).

Таблица 1 – Депозиты юридических лиц, размещенные в банках в Гродненской области Республики Беларусь в 2013–2017 гг.

Показатель	01.01.2013	01.01.2014	прирост за 2013 г.,%	01.01.2015	прирост за 2014 г.,%	01.01.2016	прирост за 2015 .,%	01.01.2017	прирост за 2016 г.,%	прирост за 2013–2016 гг. %
Гродненская обл., всего млрд руб	4039,3	4916,1	21,7	3946,0	-19,7	4726,0	19,8	563,3*	19,2	39,5
1. Депозиты в национальной валюте, млрд руб	2781,6	2764,6	- 0,6	2483,6	-10,2	2623,2	5,6	304,3*	16	9,4
Переводные депозиты	1063,0	1080,9	1,7	1086,8	0,55	1068,0	- 1,7	132,7*	24,6	24,8
Другие депозиты	1718,6	1683,7	-2	1396,8	-17	1555,2	11,3	171,6*	10,3	- 0,2
2. Депозиты в иностранной валюте, млн долларов США	146,8	226,2	54,1	123,4	- 45,4	113,2	-8,3	132,3	16,9	- 9,9
2.1. Переводные депозиты	39,5	47,2	19,5	35,4	- 25	22,9	- 35,3	37,6	64,2	- 4,8
2.2. Другие депозиты	107,3	179,0	66,8	88,0	- 50,8	90,4	4,8	94,7	4,8	- 11,7

Источник: собственная разработка на основе [2; 3; 4]

Из данных таблицы 1 видна нестабильная динамика депозитов, размещенных юридическими лицами в банках Гродненской области. В связи с трудной экономической ситуацией, юридические лица активизировали в 2014 г. имеющиеся денежные средства для хозяйственной деятельности, что привело к выводу средств с депозитных счетов. Активную роль в этом сыграли процентные ставки по депозитам юридических лиц, находящиеся примерно на уровне ставок рынка межбанковских кредитов, что ниже ставок по депозитам для населения. В частности, средняя ставка по новым депозитам для предприятий на срок до 1 года в августе снизилась на 2,4 процентных пунктов по сравнению с июлем и составила 18,6 % годовых, а средняя ставка по депозитам на срок свыше 1 года уменьшилась на 0,9 процентного пункта и составила 23,1 % годовых. В 2014 г. в целом по Гродненской области произошло уменьшение депозитов на 19,7 % по сравнению с предыдущим годом. Особенно существенно сократился в 2014 г. (на 45,4 %) объем депозитов в иностранной валюте. Отрицательная динамика характерна для депозитов юридических лиц в инвалюте и в 2015 г. (сокращение на 8,3 % по сравнению с 2014 г.). За 2015 год средняя ставка для юридических лиц по депозитам до востребования возросла до 23,2 %, на срок до 1 года – до 27,8 %, на срок выше 1 года – до 30,1 %. Итоги 2016 г. демонстрируют позитивную динамику: депозиты в национальной валюте возросли на 16 % по сравнению с предыдущим годом, а депозиты в иностранной валюте увеличились на 16,9 %. В целом юридические лица Гродненской области отдают предпочтение долгосрочным депозитам. Так, по состоянию на 01.01.2017 переводные депозиты юридических лиц в национальной валюте в банках области составили 132,7 млн руб., другие депозиты – 171,6 млн руб., переводные депозиты в иностранной валюте 37,6 млн долл. и другие депозиты – 94, 7 млн долл. США. Это объясняется более выгодными процентными ставками для вкладов на срок выше 1 года (с учетом деноминации 1.07. 2016 г. в млн руб.).

Таблица 2 – Депозиты физических лиц, размещенные в банках Гродненской области Республики Беларусь в 2013–2017 гг.

показатель	01.01.2013	01.01.2014	Прирост за 2013 г, %	01.01.2015	Прирост за 2014 г., %	01.01.2016	Прирост за 2015 г. %	01.01.2017	При-рост за 2016 г.,	При-рост за 2013–2016 гг., %
Гродненская область, *всего*	6916	9 173,9	32,6	12 300,3	34,1	1 6774	36,4	1 532,1*	-8,7	121,5
1. Депозиты в национальной валюте,млрд руб	2 127,6	2 985,5	40,3	3 618,8	21,2	3710,0	2,5	395,9*	6,7	86,1
Переводные депозиты	799,5	893,5	11,6	1 101,2	23,2	1264	14,8	141,1*	11,6	35
Другие депозиты	1 328,1	2 092,0	57,5	2 517,7	20,3	2446	-2,8	254,8*	4,2	92
2. Депозиты в иностранной валюте, млн долларов США	558,7	650,7	16,5	732,6	12,6	703,6	-4	580,1	-17,6	3,8
2.1. переводные депозиты	23,3	22,1	-5,2	20,0	-9,5	20,1	0,5	19,3	-4	-17,2
2.2. Другие депозиты	535,4	628,6	17,4	712,6	13,4	683,5	-4,1	560,8	-18	4,7

Источник: собственная разработка на основе [2; 3; 4]

Как видно из данных таблицы 2, депозиты физических лиц, размещенные в банках Гродненской области в национальной валюте, приросли на 121,5 %. Наиболее активно в исследуемый пятилетний период росли депозиты физических лиц в национальной валюте – на 86,1 %. Однако динамика депозитов физических лиц в национальной валюте нестабильна и демонстрирует понижательный тренд: прирост за 2013 г. составил 40,3 %, за 2014 г. – 21,2 %, а итог 2015 г. и вовсе низкий – 2,5 %.

В августе 2014 года белорусские банки снижали ставки по рублевым депозитам физических лиц, но не так быстро, как в июле. Так, средняя ставка по новым депозитам населения на срок до 1 года снизилось на 1,9 процентного пункта по сравнению с июлем и составила 27,5 % годовых. В июле данная ставка сократилась на 2,5 пункта. В то же время средняя ставка по новым депозитам физических лиц на срок свыше 1 года в августе сократилась на 1,5 процентного пункта и составила 31,2 % годовых. В июле данная ставка также сократилась. Сокращение темпов снижения ставок по депозитам в августе объясняется действиями Национального банка Республики Беларусь, который замедлил темпы снижения ставки рефинансирования до 0,5 процентного пункта. В сентябре 2015 г. средняя ставка по новым депозитам населения на срок до 1 года опустилась до 3,7 % годовых (с 5,7% годовых в марте), то есть за 6 месяцев потеряла 2 процентных пункта. Средняя ставка по новым валютным депозитам населения на срок свыше 1 года упала с 6,3 % в марте до 4,7 % в сентябре. Как результат – значительное снижение темпов роста депозитов в 2015 г. (всего на 2,5 % по сравнению с 2014 г.).

Анализ динамики депозитов в иностранной валюте показывает незначительный прирост – на 3,8 %. Существенное снижение размеров инвалютных депозитов (-17,6 %) произошло в 2016 г. Из данных таблицы 2 виден спад на 8,7 % за 2016 г. по Гродненской области вложений физических лиц в иностранной валюте. Очевидно влияние снижения ставок по валютным депозитам в банках.

Таблица 3 – Депозиты юридических и физических лиц, размещенные в банках Гродненской области в 2013–2017 гг.

показатель	01.01.2013г	01.01.2014	При-рост за 2013 г., %	01.01.2015	При-рост за 2014 г., %	01.01.2016	При-рост за 2015 г., %	01.01.2017	При-рост за 2016 г., %	При-рост за 2013–2016 г., %
Гродненская область, *всего*	10 955,3	14 090	28,6	16 246,2	15,3	21 500,3	32,3	2 095,5*	-2,5	91,3
1. Депозиты в национальной валюте, млрдруб	4 909,2	5 750,0	17,1	6 102,4	6,1	6 332,7	3,8	700,2*	10,6	42,6
Переводные депозиты	1 862,4	1 974,4	6,0	2 188,0	10,8	2 331,8	6,6	273,8*	17,4	47
Другие депозиты	3 046,8	3 775,6	23,9	3 914,4	3,7	4 000,9	2,2	426,4*	6,6	40
2. Депозиты в иностранной валюте, млн долларов США	705,5	877,0	24,3	856,0	-2,4	816,8	-4,6	712,4*	-12,8	-1
2.1. Переводные депозиты	62,8	69,4	10,5	55,4	-20,2	42,9	-22,6	57,0	32,9	-9,2
2.2. Другие депозиты	642,7	807,6	25,6	800,6	-0,9	773,9	-3,3	655,5	-15,3	2

*данные приведены с учетом деноминации 1 июля 2016 г. в млн руб.

Источник: собственная разработка на основе [2; 3; 4]

За исследуемый период прирост объемов размещенных в банках Гродненской области депозитов юридических и физических лиц составил 91,3 %, увеличившись с 10 955,3 млрд руб. до 2 0955 млрд руб. (до деноминации). Данные таблицы 3 показывают прирост за пятилетний период объемов депозитов юридических и физических лиц области в национальной валюте на 42,6 %, причем рост наблюдался как переводных депозитов (на 47 %), так и срочных депозитов (на 40 %). Однако, настораживает динамика увеличения депозитов в иностранной валюте, т.к. прирост составил лишь 1 %. Особенно непростая ситуация сложилась в 2016 г., когда в банках Гродненской области депозиты в инвалюте сократились на 104,4 млн долл., т.е. на 12,8 % по сравнению с предшествующим годом.

В целом по стране депозиты юридических и физических лиц, размещенные в банках Республики Беларусь в национальной валюте, по сравнению с 1 января 2016 г. увеличились на 1,4 млрд рублей, или на 18,5 %, и на 01.01.2017 составили 9 млрд рублей, в иностранной валюте снизились на 1,1 млрд долларов США, или на 9,4 %, и на 01.01.2017 составили 10,7 млрд долларов США. В разрезе областей увеличение депозитов в национальной валюте наблюдалось во всех областях и городе Минске в пределах от 7,6 (Витебская область) до 24,7 % (Минская область). Уменьшение депозитов в иностранной валюте отмечено во всех областях и городе Минске в пределах от 6,9 % (Гомельская область) до 13,5 % (Минская область). Другие депозиты физических лиц в национальной валюте на 01.01.2017 составили 3 млрд рублей и по сравнению с 01.01.2016 увеличились на 336,2 млн рублей, или на 12,9 %. Увеличение других депозитов физических лиц в национальной валюте наблюдалось во всех областях и городе Минске в пределах от 4,2 до 21,1 %. Другие депозиты физических лиц в иностранной валюте по сравнению с 1 января 2016 г. снизились на 692,6 млн долларов США, или на 9%, и на 01.01.2017 составили 7 млрд долларов США. Уменьшение других депозитов физических лиц в иностранной

валюте наблюдалось во всех областях и городе Минске в пределах от 2,3 (город Минск) до 18 % (Гродненская область).

Таким образом на основе анализа динамики депозитов за пятилетний период можно сделать вывод, что в Гродненской области как юридические, так и физические лица отдают предпочтение срочным вкладам, по сравнению с депозитами до востребования.

Список литературы

1. Средние ставки по новым рублевым депозитам населения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://select.by/content/view/7815/891/. – Дата доступа: 19.02.2017.

2. Статистический бюллетень. Региональный выпуск [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.nbrb.by/publications/bulletinRegional/. – Дата доступа: 20.02.2017.

3. Статистический бюллетень. Региональный выпуск [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.nbrb.by/publications/bulletinRegional/ BBS_Region2014_12.pdf. – Дата доступа: 23.02.2017.

4. Статистический бюллетень. Региональный выпуск [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.nbrb.by/publications/bulletinRegional/ BBS_Region2013_12.pdf. – Дата доступа: 23.02.2017.

From these tables it can be concluded that in 5 years the amount of deposits periodically increased and decreased. At this affected annual inflation and therefore rates on deposits unchanged and called for a series of changes that we can trace in the above table. In general, the population and legal entities monitor the situation and respond quickly.

Стефанович Владислав Ричардович, студент 4 курса специальности «Финансы и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: stefanovichwr@gmail.com.

Научный руководитель – ***Цветкова Марина Анатольевна***, старший преподаватель кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 657.4

М.И. Суровец

УЧЕТ ПОСТУПЛЕНИЯ МАТЕРИАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ НА ПРИМЕРЕ ОАО «ГРОДТОРГМАШ»

В статье рассматривается порядок учета поступления материальных ресурсов в ОАО «Гродторгмаш», документальное оформление и учет поступления материальных ресурсов, а также совершенствование учета поступления материалов в условиях развития системы автоматизированной обработки учетной информации.

Для обеспечения производства продукции предприятию, кроме средств труда, необходимы предметы труда. В качестве запасов к бухгалтерскому учету применяются активы, учтенные в составе средств в обороте, приобретенные и предназначенные для реализации или находящиеся в процессе производства продукции или находящиеся в виде сырья, материалов и других аналогичных активов, которые будут потребляться в процессе производства продукции или использоваться для управленческих нужд предприятия.

К запасам относятся:

1) сырье, основные и вспомогательные материалы, полуфабрикаты и комплектующие изделия, горюче-смазочные материалы, запасные части, тара;

2) инвентарь, хозяйственные принадлежности, инструменты, оснастка и приспособления, сменное оборудование, специальная обувь и одежда, временные (нетитульные) сооружения и приспособления;

3) животные на выращивании и откорме;

4) незавершенное производство;

5) готовая продукция;

6) товары.

Гродненский завод торгового машиностроения создан 1 октября 1960 года и располагается по адресу: г. Гродно, ул. Тимирязева, 16.

Данное предприятие специализируется на производстве технологического оборудования и инвентаря для предприятий общественного питания и мясо-молочной промышленности, медицинского оборудования, аккумуляционных и проточных электроводонагревателей и прочей продукции.

Первичные документы на предприятии ОАО «Гродторгмаш» тщательно оформляются, обязательно содержат подписи лиц, совершивших операции, и коды соответствующих объектов учета. Контроль за соблюдением правил оформления движения материальных ресурсов возложен на главного бухгалтера и руководителя соответствующего подразделения.

На предприятие ОАО «Гродторгмаш» материалы поступают:

1) от поставщиков по договорам купли-продажи, поставки, иным договорам в соответствии с действующим законодательством;

2) от подотчетных лиц, закупивших материалы в порядке наличного расчета;

3) от списания основных средств, пришедших в негодность (металлолом, запасные части, драгметаллы: лом серебра, золото и другое);

4) изготовление материалов самой организацией;

5) путем оприходования излишков, выявленных при инвентаризации [1, с. 93].

При доставке материалов автотранспортом на ОАО «Гродторгмаш» выписывается товарно-транспортная накладная (ТТН-1), без задействования транспорта – товарная накладная (ТН-2), при международных перевозках – CMR, которая служит основанием для оприходования материальных ценностей на предприятии.

Для получения материалов работником предприятия на складе поставщика или перевозчика ему выдается доверенность типовой формы.

Приемка и оприходование поступающих материалов и тары под материалы на склады оформляются их работниками путем составления приходных ордеров при отсутствии расхождения между данными поставщика и фактическими данными по количеству и качеству поступивших материалов.

На основании приходного ордера, сданного материально-ответственным лицам вместе с приходными документами в бухгалтерию организации, производится оприходование материалов на соответствующий склад по счету 10, соответствующему субсчету.

Поступление на склад материалов собственного изготовления, отходов производства, материалов, оставшихся от ликвидации основных средств, оформляют накладными на внутреннее перемещение материалов.

Материалы поступают на склад от подотчетных лиц. Для этого работнику предприятия выдаются из кассы в подотчет наличные деньги по расходному кассовому ордеру. Приобретенные материалы он сдает на склад, на что выписывается приходный ордер. Одновременно подотчетное лицо сдает в бухгалтерию авансовый отчет, к которому прилагаются подтверждающие документы – товарный чек на оплату материалов и накладная.

Материалы могут поступать путем оприходования излишков, выявленных при инвентаризации. При проведении инвентаризации издается распоряжение, в котором указываются сроки и порядок проведения инвентаризации. По результатам инвентаризации оформляется инвентаризационная опись. При выявлении излишков и недостач на основании инвентаризационной описи составляется сличительная ведомость. По результатам проведения инвентаризации составляется пояснительная записка

материально-ответственным лицом. Окончательное решение по результатам инвентаризации принимает руководитель организации. Излишки приходуются на склад, а недостачи удерживаются с подотчетного лица или списываются в зависимости от их причины [2, с. 185–190].

Бухгалтерский учет на предприятии ОАО «Гродторгмаш» осуществляет бухгалтерия, которая является самостоятельным структурным подразделением.

Рассмотрим порядок отражения поступления материалов за январь 2017 г. на счетах бухгалтерского учета в ОАО «Гродторгмаш». Корреспонденция счетов по произведенным операциям приведена в таблице.

Таблица – Отражение на счетах бухгалтерского учета расчетов по поступлению материальных ресурсов в ОАО «Гродторгмаш»

Содержание хозяйственной операции	Дебет	Кредит	Сумма, рублей
Поступили насосы дозирующие в количестве 10 штук	10	60/1	706,20
Начислен налог на добавленную стоимость по поступившим материалам	18	60/1	141,24
Оплачены транспортные услуги	10	60/2	238,18
Начислен налог на добавленную стоимость	18	60/2	47,64
Произведена оплата счетов поставщиков за поступившие материалы с учетом НДС.	60/1	51	847,44
Выявлены излишки при проведении инвентаризации	10	90/8	1856,40

Источник: собственная разработка автора

Бухгалтерский учет в ОАО «Гродторгмаш» на сегодняшний момент ведется с использованием журнально-ордерной системы учета с частичной автоматизацией. Поступление материалов и расчеты с поставщиками ведутся в программе «Пента».

Совершенствованию организации бухгалтерского учета в значительной степени способствуют создаваемые на предприятиях автоматизированные рабочие места бухгалтеров (далее – АРМБ).

Системные функции автоматизированного канала обработки информации на основе АРМБ должны обеспечивать: контролируемый ввод и вывод информации; организацию хранения учетной информации на внешних носителях; защиту информации от несанкционированного доступа; семантическую целостность и защиту от физического разрушения хранимой учетной информации; поиск, арифметическую и логическую обработку информации; обмен с другими информационными объектами.

Можно выделить следующие основные функциональные направления использования АРМБ: обработка учетной информации; информационно–справочное обслуживание производственно–хозяйственной и финансовой деятельности; анализ функционирования АРМБ для подразделения учетного аппарата, где создано АРМБ.

При автоматизации бухгалтерского учета используются различные программы. Рынок бухгалтерских программ насыщен сравнительно недорогими, но достаточно мощными программами (особенно для малых и средних предприятий).

Среди них особое место занимает «1С: Бухгалтерия» – универсальная бухгалтерская программа, применяемая при ведении как простого, так и двойного учета. За счет полной настраиваемости она успешно используется на промышленных предприятиях, в малых организациях, в торговле, бюджетных организациях и т.п. Программа построена по инициативе «от простого – к сложному». Ее можно применять для простых операций: печатать платежные поручения, формировать оборотные ведомости, реестры счетов,

главную книгу, отдельные отчеты. Программа может автоматизировать бухгалтерский учет по всем разделам. Основным документом для всех современных бухгалтерских программ, в том числе и программ «1С: Бухгалтерия», является Журнал операций.

На предприятии установлена справочная компьютерная система «Консультант-бухгалтер», которая представляет собой удобное справочное средство для работы с текстовой информацией. Использование средств вычислительной техники на базе электронной версии «1С: Бухгалтерия» и справочной системы «Консультант-Бухгалтер» позволяет добиться в работе бухгалтерии своевременного и качественного составления финансовой отчетности предприятия; строить работу на актуализированной правовой информации и тем самым избежать серьезных ошибок. При использовании средств вычислительной техники экономится огромное количество времени, и бухгалтер может больше времени уделять аналитической работе.

Список литературы

1. Сушкевич, А. Н. Организация бухгалтерского учета в субъектах хозяйствования / А. Н. Сушкевич. – Минск : Ред. журнал «Пром.–торговое право», 2004. – 252 с.

2. Левкович, О. А. Бухгалтерский учет: учеб. пособие / О. А. Левкович, И. Н. Тарасевич. – 8-е изд., перераб. и доп. – Минск : Амалфея, 2012. – 648 с.

In article the order of the accounting of receipt of material resources in JSC «Grodtorgmash» is considered; documentary registration and the accounting of receipt of material resources, and also improvement of the accounting of intake of materials in the conditions of development of system of the automated processing of registration information.

Суровец Мария Ивановна, студентка 4 курса специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: marina.surowiec@gmail.com.

Научный руководитель – ***Сильванович Валерий Иванович,*** кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры финансов и бухгалтерского учета Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 296.4

К.В. Сычевский

АНАЛИЗ ФОНДА ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ НА ПРИМЕРЕ ЗАО «ГРОДНОТОРГСЕРВИС»

В статье проводится анализ на примере ЗАО «ГродноТоргСервис» динамики и состава фонда заработной платы; движения работников; использования фонда заработной платы; соотношения темпов роста производительности труда и средней заработной платы.

Фонд заработной платы (ФЗП) является важнейшим объектом управления любого экономического субъекта, поскольку в значительной степени формирует общие издержки организации. Анализ использования ФЗП представляет собой одно из направлений учетно-аналитической работы системы управления организации [1].

Источником информации для анализа ФЗП является статистическая отчетность: форма № 6-т (кадры) «Отчет о численности, составе и профессиональном обучении кадров» за 2014–2015 гг.; форма № 12-труд «Отчет по труду и движению работников» за 2014–2015 гг.

Исходя из данных таблицы 1 видно, что в 2015 г. по сравнению с 2014 г. в ЗАО «ГродноТоргСервис» численность рабочих уменьшилась на 17 чел. При сравнении в

разрезе работников можно отметить, что численность служащих снизилась на 11 чел., а рабочих – на 6 чел.

Таблица 1 – Анализ динамики численности работников в ЗАО «ГродноТоргСервис»

Показатель	Ед. изм.	2014 г.	2015 г.	Отклонения (+/-)
Среднесписочная численность работников	чел.	205	188	-17
в т.ч. - служащие	чел.	139	128	-11
- рабочие	чел.	66	60	-6
Фонд заработной платы	млнруб	14777,4	15292,1	514,7

ФЗП в 2015 г. составил 15292,1 млн руб. и возрос по сравнению с 2014 г. на 514,7 млн руб. Это свидетельствует о положительной динамике ФЗП.

Важным вопросом в любой организации является обеспеченность потенциальными кадрами. В процессе деятельности происходит изменение списочного состава работников, связанное с приемом или увольнением. Данное изменение состава называется движением работников или оборотом кадров.

Для характеристики движения работников используются абсолютные и относительные показатели.

К абсолютным относят:

- оборот по приему – общее число принятых на работу;
- оборот по увольнению – общее число уволенных работников;
- общий оборот кадров – общее количество принятых и уволенных работников [1].

Движение работников в ЗАО «ГродноТоргСервис» в анализируемом периоде представлено в таблице 2.

Таблица 2 – Анализ движения работников в ЗАО «ГродноТоргСервис»

Показатели	2014 г.	2015 г.	Абсолютное отклонение (+/-)
1. Выбыло работающих с организации, чел.	75	59	-16
2. Принято работающих в организацию, чел.	55	53	-2
3. Среднесписочное число работающих в организации, чел.	205	188	-17
4. Коэффициент оборота по приему	0,2683	0,2819	0,0136
5. Коэффициент оборота по выбытию	0,3659	0,3138	-0,0520
6. Коэффициент текучести	0,0585	0,0426	-0,0160
7. Коэффициент общего оборота	0,6341	0,5957	-0,0384
8. Коэффициент постоянства кадров	1,0488	1,0372	-0,0115

Источник: собственная разработка.

В результате анализа движения работников ЗАО «ГродноТоргСервис» можно сделать следующие выводы:

1) что касается принятых работников, то в 2015 г. их количество составило 53 чел., что на 2 чел. меньше по сравнению с предыдущим годом;

2) количество уволенных работников уменьшилось на 16 человек;

3) что касается коэффициента текучести, то в 2015 г. он находился на уровне 4,26 %, что на 1,6 п.п. меньше, чем в 2014 г. Это свидетельствует о стабильности и постоянстве

трудового коллектива, а также о положительной динамике данного коэффициента (обратная зависимость);

4) отрицательным является то, что динамика коэффициента оборота по приему является положительной.

В целом по организации критической ситуации в отношении движения кадров не наблюдается. Это связано с хорошо организованной работой отдела кадров и управленческого состава, что позволяет избегать текучести кадров и стабилизировать состав трудового коллектива. Важными стимулами остаться в компании являются наличие дополнительных льгот работникам, которые закреплены в коллективном договоре, а также относительно высокий уровень заработной платы.

От оплаты труда зависит рост реальных доходов и уровень материального благосостояния работников.

Организация сама определяет формы и системы оплаты труда работников, вводит различные доплаты, которые могут выплачиваться без каких-либо ограничений. Это позволяет строить гибкую систему оплаты труда и создает лучшие условия работы для работников, а также стимулирует самих работников проявлять инициативу и показать себя с лучшей стороны, чтобы получить более высокую заработную плату.

Основными факторами, изменение которых влияет на динамику ФЗП, являются:

- заработная плата одного работника;
- среднесписочная численность работников;
- товарооборот;
- выработка на одного работника [1].

Изменение указанных показателей в ЗАО «ГродноТоргСервис» в 2014–2015 гг. представлено в таблице 3.

Таблица 3 – Анализ динамики показателей, влияющих на величину фонда заработной платы в ЗАО «ГродноТоргСервис»

Показатель	2014 г.	2015 г.	Изменение (+/-)
Среднесписочная численность работников, чел.	205	188	-17
Средняя заработная плата, млн руб.	6	6,8	0,8
Товарооборот, млн руб.	50200,9	54780,8	4579,9
Средняя выработка на 1 работника, млн руб.	20,4	24,3	3,9
Фонд заработной платы, млн руб.	14777,4	15292,1	514,7

Источник: собственная разработка.

Расчет влияния указанных выше факторов на величину ФЗП может быть произведен методом цепных подстановок.

Факторная модель имеет следующий вид:

$$ФЗП = \frac{ТО \times ЗПР}{ВР}, \quad (1)$$

где ВР – выработка на одного работника, ЗПР – средняя заработная плата, ТО – товарооборот.

Далее выделим условные величины:

$$ФЗП_{УСЛ1} = \frac{ТО_Ф \times ЗП_Б^Р}{В_Б^Р} = \frac{54780{,}8 \times 6}{20{,}4} = 16112 \quad млн\ руб.;$$

$$ФЗП_{УСЛ2} = \frac{ТО_Ф \times ЗП_Б^Р}{В_Ф^Р} = \frac{54780{,}8 \times 6}{24{,}3} = 13526{,}12 \quad млн\ руб.;$$

После нахождения условных величин произведем анализ влияния имеющихся показателей:

$$\Delta ФЗП_{(ТО)} = ФЗП_{УСЛ1} - ФЗП_Б = 16112 - 14777{,}4 = 1334{,}6 \quad млн\ руб.;$$

$$\Delta ФЗП_{(В^Р)} = ФЗП_{УСЛ2} - ФЗП_{УСЛ1} = 13526{,}12 - 16112 = -2585{,}88 \quad млн\ руб.;$$

$$\Delta ФЗП_{(ЗП)} = ФЗП_Ф - ФЗП_{УСЛ2} = 15292{,}1 - 13526{,}12 = 1765{,}98 \quad млн\ руб.;$$

Произведем проверку:

$$\Delta ФЗП = \Delta ФЗП_{(ТО)} + \Delta ФЗП_{(В^Р)} + \Delta ФЗП_{(ЗП)};$$

$$\Delta ФЗП = \mathbf{1334{,}6 - 2585{,}88 + 1765{,}98 = 514{,}7}\ (млн\ руб.), верно.$$

По результатам расчетов можно сделать следующие выводы:

1) увеличение товарооборота на 4579,9 млн руб. вызвало рост ФЗП на 1334,6 млн руб.;

2) изменение выработки одного человека на 3,9 млн руб. привело к снижению общего ФЗП на 2585,88 млн руб.;

3) увеличение средней заработной платы на 0,8 млн руб. привело к увеличению ФЗП на 1765,98 млн руб.

В целом наблюдается положительная динамика ФЗП по организации, но необходимо обратить внимание на выработку, так как данный показатель должен расти с каждым периодом более динамично. Это позволит экономить организации более значительные суммы денег.

Анализ использования трудовых ресурсов и производительности труда необходимо рассматривать в тесной связи с оплатой труда. С ростом производительности труда создаются реальные предпосылки повышения его оплаты. В свою очередь, повышение уровня оплаты труда способствует росту его мотивации и производительности.

В связи с этим исключительно большое значение имеет анализ расходования средств на оплату труда. В процессе его необходимо осуществлять систематический контроль за использованием ФЗП, выявлять возможности его экономии за счет роста производительности труда.

Приступая к анализу использования ФЗП, в первую очередь надо рассчитать абсолютное и относительное отклонение его фактической величины от плановой (базовой).

Все данные, необходимые для расчетов, взяты из таблицы 3.

Для анализа соотношения роста производительности труда и средней заработной платы составим следующую факторную модель:

$$ЗП^Р = \frac{ФЗП \times В^Р}{ТО} \qquad (2)$$

$$ЗП^{Р}_{УСЛ\,1} = \frac{ФЗП_{Ф} \times В^{Р}_{Б}}{ТО_{Б}} = \frac{\mathbf{15292,1 \times 20,4}}{\mathbf{50200,9}} = \mathbf{6,2}\text{ млн руб.};$$

$$ЗП^{Р}_{УСЛ\,2} = \frac{ФЗП_{Ф} \times В^{Р}_{Ф}}{ТО_{Б}} = \frac{\mathbf{15292,1 \times 24,3}}{\mathbf{50200,9}} = \mathbf{7,4}\text{ млн руб.};$$

После нахождения условных величин произведем анализ влияния факторов:

$$\Delta ЗП^{Р}_{(ФЗП)} = ЗП^{Р}_{УСЛ\,1} - ЗП^{Р}_{Б} = \mathbf{6,2 - 6} = \mathbf{0,2}\text{ млн руб.};$$

$$\Delta ЗП^{Р}_{(В^{Р})} = ЗП^{Р}_{УСЛ\,2} - ЗП^{Р}_{УСЛ\,1} = \mathbf{7,4 - 6,2} = \mathbf{1,2}\text{ млн руб.};$$

$$\Delta ЗП^{Р}_{(ТО)} = ЗП^{Р}_{Ф} - ЗП^{Р}_{УСЛ\,2} = \mathbf{6,8 - 7,4} = \mathbf{-0,6}\text{ млн руб.};$$

Произведем проверку:

$$\Delta ЗП^{Р} = \Delta ЗП^{Р}_{(ФЗП)} + \Delta ЗП^{Р}_{(В^{Р})} + \Delta ЗП^{Р}_{(ТО)}$$

$$\Delta ЗП^{Р} = \mathbf{0,2 + 1,2 - 0,6 = 0,8}\text{ млн руб., верно.}$$

В заключение сделаем выводы об изменении средней заработной платы в ЗАО «ГродноТоргСервис»:

1) увеличение ФЗП на 514,7 млн руб. в 2015 г. по сравнению с 2014 г. вызвало рост средней заработной платы на 0,2 млн руб.;

2) увеличение выработки одного работника на 3,9 млн руб. привело к росту средней заработной платы на 1,2 млн руб.;

3) рост товарооборота на 4579,9 млн руб., наоборот, привел к снижению средней заработной платы на 0,6 млн руб.

В целом по ЗАО «ГродноТоргСервис» наблюдается увеличение средней заработной платы. Во многом это обусловлено снижением среднесписочной численности работников. Для повышения заинтересованности работников в результатах своего труда необходимо разрабатывать пути увеличения их выработки. В ЗАО «ГродноТоргСервис» заработная плата растет, а выработка изменяется не существенно, следовательно, администрации необходимо акцентировать внимание на росте производительности труда работников.

Список литературы

1. Левкович, О. А. Бухгалтерский учет: учеб. пособие / О. А. Левкович, И. Н. Тарасевич. – 8-е изд., перераб. и доп. – Минск : Амалфея, 2012. – 648 с.

2. Трудовой кодекс Республики Беларусь, 26 июля 1999 г. № 296-З: с изм. и доп. [Электронный ресурс] // Национальный интернет-портал РБ / Нац. центр правовой информации Респ. Беларусь. – Минск, 2011. – Режим доступа: http://pravo.by.

The article examines the analysis of the wage fund in CJSC «GrodnoTorgServis»; Analysis of the dynamics and composition of the wage fund; Analysis of the movement of workers; Analysis of the use of the wage fund; Analysis of the ratio of growth rates of labor productivity and average wages.

Сычевский Кирилл Владимирович, студент 4 курса специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: kirillsych95@mail.ru.

Научный руководитель – ***Сильванович Валерий Иванович,*** кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры финансов и бухгалтерского учета Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 296.4

К.С. Турлюк

УЧЕТ ВЫПУСКА ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ НА ПРИМЕРЕ ОАО «МОЛОЧНАЯ КОМПАНИЯ НОВОГРУДСКИЕ ДАРЫ»

В статье рассматривается порядок учета выпуска готовой продукции в ОАО «Молочная компания Новогрудские Дары»; анализируются нормативные правовые акты, регламентирующие учет объем выпуска готовой продукции в Республике Беларусь; рассматриваются особенности инвентаризации продукции на складе; характеризуются преимущества автоматизации ведения учета выпуска готовой продукции.

Готовая продукция – это часть материально-производственных запасов, предназначенных для продажи (конечный результат производственного цикла, активы, законченные обработкой (комплектацией)), технические и качественные характеристики которых соответствуют условиям договора.

Готовая продукция может учитываться:

1) по нормативной (плановой) себестоимости;

2) по фактической себестоимости.

Конечным продуктом производственного процесса предприятия является готовая продукция. Изделия считаются готовыми только в том случае, если они полностью укомплектованы и соответствуют техническим условиям, утвержденным в установленном порядке, сданы на склад готовой продукции и снабжены сертификатом или другим документом, удостоверяющим качество готовой продукции. Готовая продукция составляет основную часть продукции предприятия. Кроме того, в состав продукции включаются также отпущенные на сторону полуфабрикаты собственного производства, выполненные работы и оказанные услуги промышленного характера.

Готовая продукция, как правило, должна быть сдана на склад в подотчет материально-ответственному лицу. Крупногабаритные изделия и продукция, которая не может быть сдана на склад по техническим причинам, принимаются представителем заказчика на месте изготовления, комплектации и сборки.

Планирование и учет готовой продукции ведут в натуральных, условно-натуральных и стоимостных показателях.

Условно-натуральные показатели используют для получения обобщенных данных об однородной продукции. Например, количество выработанной каустической соды выражается в тоннах условного веса, консервов – в условных банках и т.д.

Поступление из производства готовой продукции оформляется накладными, спецификациями, приемными актами и другими первичными и сводными документами.

В состав продукции (работ, услуг) входят:

1) готовая продукция и полуфабрикаты собственного производства;

2) работы и услуги промышленного характера,

3) работы и услуги непромышленного характера,

4) покупные изделия (приобретенные для комплектации);

5) строительные, монтажные, проектно-изыскательские, научно-исследовательские и т.п. работы;

6) услуги по прокату легковых автомобилей и доставке (перегону) автомобилей;

7) транспортно-экспедиционные и погрузочно-разгрузочные операции.

Оценка готовой продукции в настоящее время осуществляется по:

1) фактической производственной себестоимости – представляет собой сумму всех затрат, связанных с изготовлением продукции (собирается полностью только на счете 20 «Основное производство»);

2) нормативной или плановой производственной себестоимости – определяют и отдельно учитывают отклонения фактической производственной себестоимости за отчетный месяц от плановой (нормативной) себестоимости;

3) учетным ценам (оптовым, договорным и т.д.) – обособленно учитывается разница между фактической себестоимостью и учетной ценой. До настоящего времени данный вариант оценки готовой продукции был наиболее распространенным, но теперь в связи с резкими изменениями в ценообразовании применяется реже;

4) продажным ценам и тарифам (без НДС и налога с продаж) – имеет самое широкое применение;

5) неполной (сокращенной) производственной себестоимости (метод «директ-костинг») – себестоимость готовой продукции определяется по фактическим затратам, без учета общехозяйственных расходов.

Результатом производственной деятельности организации является получение готовой продукции. Ее должный бухгалтерский и налоговый учет обеспечивается достоверной оценкой, соблюдением порядка отражения на счетах бухгалтерского учета, определенного рядом нормативных документов:

1. Закон Республики Беларусь «О бухгалтерском учете и отчетности» от 12.07.2013 № 57-З определяет правовые и методологические основы бухгалтерского учета, требования к составлению и представлению бухгалтерской и (или) финансовой отчетности**.**

2. Инструкция по бухгалтерскому учету запасов, утвержденная постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 12.11.2010 г. № 133, с учетом изменений от 27.04.2011 № 25 определяет методологические основы и порядок формирования в бухгалтерском учете информации о запасах в коммерческих и некоммерческих организациях (за исключением банков, небанковских кредитно-финансовых организаций, бюджетных организаций), у индивидуальных предпринимателей, принявших решение о ведении бухгалтерского учета.

3. Инструкция о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета, утвержденная Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 29.06.2011 № 50. На основе типового плана счетов руководителем организации утверждается план счетов бухгалтерского учета организации, содержащий полный перечень счетов, включая субсчета, и аналитических счетов, забалансовых счетов, необходимых для ведения бухгалтерского учета (далее – рабочий план счетов).

Общий объем продукции, работ, услуг оценивается фактически в оптовых ценах без НДС и акцизов. Валовая продукция характеризует объем производства как полностью законченным и подлежащим к реализации, так и по незаконченным изделиям.

Инвентаризация продукции на складе в ОАО «Молочная компания Новогрудские Дары» проводится при смене материально-ответственных лиц (кладовщиков), установлении фактов хищений или порчи продукции, в случае стихийных бедствий, пожаров, аварий или других чрезвычайных ситуаций. Инвентаризация готовой продукции, товаров отгруженных и задолженности покупателей осуществляется в конце года перед составлением годовой бухгалтерской отчетности. Она может проводиться также и в иные сроки в течение года. Количество инвентаризаций, дата их проведения устанавливаются руководителем организации.

Основная цель инвентаризации – выявление фактического наличия имущества предприятия и сопоставление с данными бухгалтерского учета. Инвентаризация проводится путем пересчета, измерения, взвешивания материальных ценностей:

1) на складах (склады сырья, продовольствия, горюче-смазочных материалов, готовой продукции, товаров; аптеки, библиотеки и т.п.);

2) на производстве;

3) на торговых площадях.

В ходе проверки продукции на складе проверяются ее фактические остатки, выявляются изделия, поступившие с производства на склад, но не оформленные сдаточными накладными, факты пересортицы, порчи, излишки и недостачи продукции, залежалые изделия, продукция, не пользующаяся спросом покупателей и морально устаревшая. Проверяются также состояние складского хозяйства, наличие весоизмерительной техники, приборов, условий, обеспечивающих сохранность готовой продукции.

В ОАО «Молочная компания Новогрудские Дары» при проверке данных по отгруженной продукции и задолженности покупателей устанавливается их документальная обоснованность, факты несвоевременной оплаты расчетно-платежных документов, просроченная задолженность.

Бухгалтерский учет выпуска продукции – достаточно трудоемкий участок, его автоматизация является необходимым условием повышения эффективности системы управления. Автоматизация учета способствует:

1) расширению и укреплению бухгалтерского учета и контроля за хозяйственной деятельностью;

2) совершенствованию организации бухгалтерского учета и состояния отчетности;

3) повышению оперативности и достоверности учетной информации;

4) сокращению трудоемкости учетных работ, повышению производительности труда работников бухгалтерии.

Использование в ОАО «Молочная компания Новогрудские Дары» программы «1С: Предприятие» позволит автоматизировать не только процесс учета готовой продукции, но и в целом весь учетный процесс, а также автоматизировать отчетные формы и работу кладовщиков.

Список литературы

1. Бурцева, И. Н. Бухгалтерский учет: учеб. пособие / И. Н. Бурцева, О. А. Левкович. – 7-е изд. – Минск : Амалфея, 2011. – 497 с.

2. Об утверждении инструкции по инвентаризации активов и обязательств и признании утратившим силу нормативного правового акта Министерства финансов Республики Беларусь: постановление Мин-ва финансов Респ. Беларусь, 30 ноября 2007 г., № 180: в ред. от 22.04.2010 г., № 50).

3. 3. О бухгалтерском учете и отчетности: Закон Респ. Беларусь, 12 июля 2013 г., № 57-З.

The article considers the procedure for accounting for the output of finished products in JSC «Dairy Company Novogrudok Gifts»; normative legal acts regulating the accounting of the output of finished goods in the Republic of Belarus are analyzed; features of inventory of products in a warehouse are considered; the advantages of automation of accounting for the output of finished products are characterized.

Турлюк Ксения Сергеевна, студентка 4 курса специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: k.turlyuk@mail.ru.

Научный руководитель – ***Сильванович Валерий Иванович,*** кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры финансов и бухгалтерского учета Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 296.4

М.И. Урбанович

УЧЕТ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ НА ПРИМЕРЕ ФИЛИАЛА «АВТОБУСНЫЙ ПАРК № 2 Г. ЛИДА» ОАО «ГРОДНООБЛАВТОТРАНС»

В статье рассматривается учет основных средств в филиале «Автобусный парк № 2 г. Лида» ОАО «Гроднооблавтотранс»; документальное оформление поступления, выбытия и ремонта основных средств. Также представлены пути совершенствования учета основных средств на данном предприятии.

Основные средства предприятий составляют основу их материально-технической базы, рост и совершенствование которых является важнейшим условием повышения качества и конкурентоспособности продукции. Роль основных средств в процессе производства различна. Часть из них непосредственно воздействует на предмет труда и является активной, другая часть создает необходимые условия для труда и является пассивной.

В учете основные средства должны быть подразделены на однородные группы. Национальным статистическим комитетом Республики Беларусь установлена единая классификация основных средств, в соответствии с которой они делятся по:

- отраслям народного хозяйства;
- функциональному назначению;
- натурально-вещественному составу;
- степени использования;
- принадлежности [1].

Филиал «Автобусный парк № 2 г. Лида» ОАО «Гроднооблавтотранс» является специализированным транспортным предприятием на территории Гродненской области, оказывающим услуги по организации и осуществлению внутригородских, пригородных, междугородных и международных перевозок грузов и пассажиров.

Бухгалтерский учет в филиале «Автобусный парк № 2 г. Лида» ОАО «Гроднооблавтотранс» ведется самостоятельным подразделением – бухгалтерией, возглавляемой главным бухгалтером.

Согласно принятой в филиале «Автобусный парк № 2 г. Лида» ОАО «Гроднооблавтотранс» учетной политике к основным средствам относятся активы организации при одновременном выполнении следующих условий:

- активы предназначены для использования в деятельности организации, в том числе в производстве продукции, при выполнении работ, оказании услуг, для управленческих нужд организации, а также для предоставления во временное пользование (временное владение и пользование), за исключением случаев, установленных законодательством;
- организацией предполагается получение экономических выгод от использования активов;
- активы предназначены для использования в течение периода продолжительностью более 12 месяцев;
- организацией не предполагается отчуждение активов в течение 12 месяцев с даты приобретения;
- первоначальная стоимость активов может быть достоверно определена;
- стоимостью свыше 100 базовых величин за единицу.

Кроме стандартных критериев отнесения активов к объектам основных средств в филиале «Автобусный парк № 2 г. Лида» ОАО «Гроднооблавтотранс» к ним относится вся компьютерная техника.

Перечень форм первичной документации по учету основных средств в филиале «Автобусный парк № 2 г. Лида» ОАО «Гроднооблавтотранс» представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Формы первичной документации по учету основных средств в филиале «Автобусный парк № 2 г. Лида» ОАО «Гроднооблавтотранс»

Код формы	Наименование документа
-	Акт о приеме-передаче объекта основных средств
ОС-1а	Акт о приеме-передаче групп объектов основных средств
ОС-2	Накладная на внутреннее перемещение объектов основных средств
ОС-3	Акт о приеме-сдаче отремонтированных, реконструированных, модернизированных объектов основных средств
ОС-4	Акт о списании объекта основных средств (кроме автотранспортных)
ОС-4а	Акт о списании автотранспортных средств
ОС-4б	Акт о списании групп объектов основных средств (кроме автотранспортных средств)
ОС-6	Инвентарная карточка учета объекта основных средств
ОС-6а	Инвентарная карточка группового учета объектов основных средств

Источник: собственная разработка автора.

Приемку поступающих в филиал «Автобусный парк № 2 г. Лида» ОАО «Гроднооблавтотранс» основных средств осуществляет комиссия по амортизационной политике, состав которой утверждает руководитель предприятия в начале года. В нее могут входить заместитель начальника, главный инженер, главный механик, инженер планово-технического отдела, технолог, ведущий экономист, бухгалтер и др., т.е. работники предприятия, отвечающие за состояние основных средств и ведение их бухгалтерского учета. Данная комиссия составляет акт о приеме-передаче объекта основных средств на каждый объект в отдельности.

Оформление поступления объектов основных средств рассмотрим на следующем примере.

Согласно договору поставки от 18.03.2015 № 018-П, заключенному между филиалом «Автобусный парк № 2 г. Лида» ОАО «Гроднооблавтотранс» и ООО «ЭТЭС-ПРО», был приобретен шумомер «Октава-121».

ООО «ЭТЭС-ПРО» оформило товарно-транспортную накладную, счет-фактуру и протокол согласования цен, а организация-получатель (филиал «Автобусный парк № 2 г. Лида» ОАО «Гроднооблавтотранс») – доверенность материально-ответственному лицу на получение основных средств.

Затем при приемке основного средства филиалом «Автобусный парк № 2 г. Лида» ОАО «Гроднооблавтотранс» составляется акт о приеме-передаче основных средств, сведения о состоянии объекта основных средств на дату передачи заносятся в инвентарную карточку учета объекта основных средств.

Выбытие основных средств в филиале «Автобусный парк № 2 г. Лида» ОАО «Гроднооблавтотранс» осуществляется по причине морального и физического устаревания основных средств либо при безвозмездной передаче другим подразделениям.

Для решения вопросов списания, определения целесообразности и эффективности дальнейшего использования объектов основных средств, оформления документации на списание указанных объектов в организации приказом начальника создана рабочая постоянно действующая комиссия по списанию основных средств.

Решение о списании объекта основных средств принимает данная комиссия. Результатом работы комиссии является составление пакета материалов и первичных документов для рассмотрения членами отделенческой постоянно действующей комиссии по списанию основных средств.

По результатам осмотра основных средств комиссией составляется акт в двух

экземплярах установленной формы. Одновременно с актом составляется опись комплектных запасных частей, узлов, агрегатов, деталей и материалов.

Далее комиссия составляет дефектные акты, в которых указаны причины, по которым объект основных средств не может быть использован в дальнейшем вследствие физического и морального износа.

Затем составляются: технико-экономическое обоснование по списанию объекта; калькуляция затрат; оформляется акт демонтажа оборудования и изъятия деталей (узлов), содержащих драгоценные металлы (из ликвидируемого оборудования, приборов). Завершается акт списания оформлением акта ф. ОС-4 и отметкой в инвентарной карточке объекта о выбытии.

В акте ф. ОС-4 приводятся данные, характеризующие объект:

- дата принятия объекта к учету, изготовления или постройки, ввода в эксплуатацию;
- срок полезного использования (нормативный срок);
- сумма накопленной амортизации;
- проведенные ремонты объекта;
- причины выбытия;
- стоимость полезных или годных остатков, полученных при ликвидации.

Для списания автотранспортных средств в филиале «Автобусный парк № 2 г. Лида» ОАО «Гроднооблавтотранс» используется акт по форме N ОС-4а. В случае списания автотранспортного средства в бухгалтерию вместе с актом также передается документ, подтверждающий снятие его с учета ГАИ. Также указываются сведения о затратах, связанных со списанием автотранспортных средств с бухгалтерского учета, и о поступлении материальных ценностей от их списания.

Для отражения в учете операций, связанных с движением основных средств, в филиале «Автобусный парк № 2 г. Лида» ОАО «Гроднооблавтотранс» используется активный синтетический счет 01 «Основные средства».

К счету 01 «Основные средства» открыты следующие субсчета:

01.1 «Основные средства в эксплуатации»;

01.1.1 «Основные средства приобретенные»;

01.1.2 «Основные средства, полученные в лизинг»;

01.2 «Выбытие основных средств».

Основные средства принимаются организацией к бухгалтерскому учету по счету 01 «Основные средства» по первоначальной стоимости.

При любом поступлении имущества, которое впоследствии зачисляется в состав основных средств, произведенные затраты сначала учитываются на счете 08 «Вложения в долгосрочные активы».

Затем собранные фактические затраты по объектам, принятым к бухгалтерскому учету в составе основных средств, списываются с кредита счета 08 «Вложения в долгосрочные активы» в дебет счета 01 «Основные средства».

В филиале «Автобусный парк № 2 г. Лида» ОАО «Гроднооблавтотранс» синтетический учет по счету 01 «Основные средства» ведется по отдельным инвентарным объектам основных средств в Журнале-ордере № 13, аналитический – в оборотно-сальдовой ведомости по счету 01.

На основании данных оборотно-сальдовой ведомости формируются статьи бухгалтерского баланса.

В бухгалтерском учете в филиале «Автобусный парк № 2 г. Лида» ОАО «Гроднооблавтотранс» движение основных средств оформляется бухгалтерскими записями, приведенными в таблице 2.

Таблица 2 – Корреспонденции счетов движения объектов основных средств

Содержание хозяйственной операции	Дебет	Кредит	Сумма (руб.)
Отражена в учете стоимость приобретенного объекта основных средств при акцепте счета поставщика	08	60	3 311,20
Принят к учету «входной» НДС по приобретенному объекту основных средств	18	60	662,24
Оплачен счет поставщика за приобретенный объект с учетом НДС	60	51	3 973,44
Объект введен в эксплуатацию по первоначальной стоимости	01	08	3 311,20
Начислена амортизация в основном производстве	20	02.1	165,56
Списывается первоначальная или восстановительная стоимость реализуемого объекта	01	01	1 000
Списывается сумма накопленной амортизации	02	01	10
Списывается остаточная стоимость реализуемого объекта	90.7	01	990
Отражаются расходы, связанные с реализацией объекта основных средств	90.8	10,70,69 и т.д.	20
Предъявлен счет покупателю за реализованный объект основных средств по цене реализации с учетом НДС	62 (76)	90.7	1188
Начислен НДС	90.2	68	198
Определен результат от реализации основного средства (прибыль)	90.9	99	100
Определен результат от реализации основного средства (убыток)	99	90.9	100
Сумма дооценки первоначальной стоимости основных средств	01	83	50
Сумма дооценки накопленной амортизации основных средств	83	02	50

Источник: собственная разработка автора.

Так как в филиале «Автобусный парк № 2 г. Лида ОАО «Гроднооблавтотранс» рабочее место бухгалтера по учету основных средств оснащено персональным компьютером, это позволяет осуществлять обработку первичных документов непосредственно на рабочем месте, что значительно облегчает работу бухгалтера, снижает его трудоемкость, повышает оперативность и качество. Однако в учете основных средств имеются и ручные участки работы.

Предлагается автоматизация учета основных средств с помощью программы «1С: Предприятие. Версия 7.7», уже использующейся в организации.

Если в филиале «Автобусный парк № 2 г. Лида» ОАО «Гроднооблавтотранс» учет основных средств будет автоматизирован полностью посредством программы «1С: Предприятие 7.7», то вся информация по поступлению, выбытию, перемещению и амортизации основных средств будит вноситься в компьютер. Таким образом, будет обеспечено получение данных о наличии основных средств по местам хранения и использования, поступления и выбытия их по хозяйственным операциям, видам и группам в разрезе материально-ответственных лиц.

Автоматизированная организация аналитического учета в филиале «Автобусный парк № 2 г. Лида» ОАО «Гроднооблавтотранс» позволит в электронной бухгалтерии «1С: Предприятие 7.7» учитывать наличие и движение основных средств, их износ и

переоценку.

Список литературы

1. Шафранский, В. Основные средства: классификация и сроки эксплуатации / В. Шафранский // Главный экономист. – 2015. – № 1. – С. 46–56.

The article deals with accounting for fixed assets in the branch «Bus fleet No. 2 Lida» OAO «Grodnooblavtotrans»; documentation of the receipt, disposal and repair of fixed assets. Also presents ways of improvement of accounting for fixed assets in the enterprise.

Урбанович Мария Иосифовна, студентка 4 курса специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: mari95wunder@mail.ru.

Научный руководитель – ***Сильванович Валерий Иванович,*** кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры финансов и бухгалтерского учета Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 336

М.И. Фетисова, Т.В. Антусевич

СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СКОРОСТИ ОБОРАЧИВАЕМОСТИ ДЕНЕЖНЫХ АГРЕГАТОВ

В статье рассматриваются особенности взаимодействия денежных агрегатов, а именно: проанализировано влияние скорости оборачиваемости денежных агрегатов на скорость оборачиваемости широкой денежной массы в Республике Беларусь.

Одной из актуальных задач проводимой экономической политики в Республике Беларусь является формирование эффективного подхода к учету и планированию денежного оборота, обеспечивающего использование действенных методов контроля и регулирования совокупной денежной массы. Денежная масса – это совокупность всех денежных средств, находящихся в обращении в национальном хозяйстве в наличной и безналичной формах. Характеристика денежной массы и ее элементов осуществляется с помощью денежных агрегатов, главным критерием выделения которых выступает ликвидность. В Республике Беларусь денежные агрегаты строятся с учетом международных стандартов и национальных особенностей [1, с.106].

Цель исследования – выявить и измерить влияние факторов на скорость оборачиваемости широкой денежной массы.

Таблица 1 – Динамика показателей широкой денежной массы Республики Беларусь за 2015–2016 гг. (на начало года, млн руб., с учетом деноминации).

Показатели	На 01.01.2015	На 01.01.2016
Наличные деньги в обороте	1392,4	1423,6
Переводные депозиты	2784,1	2849,7
физических лиц	1237,8	1406,0
юридических лиц	1546,3	1443,7
Срочные депозиты	4838,7	4640,2
физических лиц	2723,5	2614,5
юридических лиц	2115,2	2025,8
Депозиты в иностранной валюте	13770,6	21878,8
Переводные депозиты	2339,5	3547,9
Срочные депозиты	11431,1	18330,9

Ценные бумаги, выпущенные банками (вне банковского оборота) в национальной валюте	69,3	136,1
Ценные бумаги, выпущенные банками (вне банковского оборота) в иностранной валюте	1036,3	1694,1
Депозиты в драгоценных металлах	52,9	71,4

Источник: собственная разработка авторов на основе данных [2].

Для статистического измерения динамики денежной массы используются аналитические показатели динамического ряда, средние показатели ряда динамики. Кроме того, для оценки значимости отдельных параметров в общем изменении широкой денежной массы в динамике определяют долю участия денежных агрегатов двумя способами:

1) *по отношению к размеру широкой денежной массы базисного периода*:

$$\frac{\boldsymbol{\Delta M3}}{\boldsymbol{M3_0}} = \frac{\boldsymbol{\Delta M0}}{\boldsymbol{M3_0}} + \frac{\boldsymbol{\Delta(M1 - M0)}}{\boldsymbol{M3_0}} + \frac{\boldsymbol{\Delta(M2 - M1)}}{\boldsymbol{M3_0}} + \frac{\boldsymbol{\Delta(M2^* - M2)}}{\boldsymbol{M3_0}} + \frac{\boldsymbol{\Delta(M3 - M2^*)}}{\boldsymbol{M3_0}};$$

$$\frac{\boldsymbol{8749,6}}{\boldsymbol{23944,3}} = \frac{\boldsymbol{31,2}}{\boldsymbol{23944,3}} + \frac{\boldsymbol{65,6}}{\boldsymbol{23944,3}} + \frac{\boldsymbol{-198,5}}{\boldsymbol{23944,3}} + \frac{\boldsymbol{66,8}}{\boldsymbol{23944,3}} + \frac{\boldsymbol{8784,5}}{\boldsymbol{23944,3}};$$

$$\boldsymbol{36,5}\ \% = \boldsymbol{0,13}\ \% + \boldsymbol{0,27}\ \% + (\boldsymbol{-0,8}\ \%) + \boldsymbol{0,3}\ \% + \boldsymbol{36,6}\ \%.$$

Как видно из расчетов, в течение 2015 г. широкая денежная масса Республики Беларусь выросла на 36,5 %, в том числе за счет прироста наличных денег в обороте она увеличилась на 0,13 %, прироста средств переводных депозитов – на 0,27 %, прироста средств в ценных бумагах в национальной валюте – на 0,3 %, и, в основном, прироста средств в ценных бумагах и драгоценных металлах в иностранной валюте – на 36,6 %. Изменение срочных депозитов привело к уменьшению широкой денежной массы.

2) *по отношению к общему приросту денежной массы:*

$$\boldsymbol{100}\ \% = \frac{\boldsymbol{\Delta M0}}{\boldsymbol{\Delta M3}} * \boldsymbol{100} + \frac{\boldsymbol{\Delta(M1 - M0)}}{\boldsymbol{\Delta M3}} * \boldsymbol{100} + \frac{\boldsymbol{\Delta(M2 - M1)}}{\boldsymbol{\Delta M3}} * \boldsymbol{100} + \frac{\boldsymbol{\Delta(M2^* - M2)}}{\boldsymbol{\Delta M3}} * \boldsymbol{100} + \frac{\boldsymbol{\Delta(M3 - M2^*)}}{\boldsymbol{\Delta M3}} * \boldsymbol{100};$$

$$\boldsymbol{100}\ \% = \frac{\boldsymbol{31,2}}{\boldsymbol{8749,6}} * \boldsymbol{100} + \frac{\boldsymbol{65,6}}{\boldsymbol{8749,6}} * \boldsymbol{100} + \frac{\boldsymbol{198,5}}{\boldsymbol{8749,6}} * \boldsymbol{100} + \frac{\boldsymbol{66,8}}{\boldsymbol{8749,6}} * \boldsymbol{100} + \frac{\boldsymbol{8784,5}}{\boldsymbol{8749,6}} * \boldsymbol{100};$$

$$\boldsymbol{100}\ \% = \boldsymbol{0,35}\ \% + \boldsymbol{0,75}\ \% + (\boldsymbol{-2,26}\ \%) + \boldsymbol{0,76}\ \% + \boldsymbol{100,4}\ \%.$$

Это означает, что в общем приросте широкой денежной массы Беларуси за 2015 г. наибольший удельный вес (100,4 %) занимает увеличение средств в иностранной валюте.

Определим структуру широкой денежной массы, с помощью средних показателей.

Рассчитаем удельные веса отдельных элементов в широкой денежной массе Республики Беларусь в 2015 г., предварительно определив средние значения агрегатов по формуле средней арифметической простой:

$$d_{\overline{M0}} = \frac{\overline{M0}}{\overline{M3}} = \frac{1408}{28319,1} = 0,049\ \ (4,9\ \%),$$

$$d_{\overline{\text{перевод. депозиты}}} = \frac{\overline{\text{Перевод. депозиты}}}{\overline{M3}} = \frac{2816,9}{28319,1} = 0,099\ \ (9,9\ \%),$$

$$d_{\overline{M1}} = \frac{\overline{M1}}{\overline{M3}} = \frac{4224,9}{28319,1} = 0,149\ \ (14,9\ \%),$$

$$d_{\overline{\text{срок. депозиты}}} = \frac{\overline{\text{Срок. депозиты}}}{\overline{M3}} = \frac{4739,5}{28319,1} = 0,167 \ (16,7\ \%),$$

$$d_{\overline{M2}} = \frac{\overline{M2}}{\overline{M3}} = \frac{8964,4}{28319,1} = 0,316 \ (31,6\ \%),$$

$$d_{\overline{\text{Средства в нац. валюте и в. цен. бумагах}}} = \frac{\overline{\text{Средства в нац. валюте и в цен. бумагах}}}{\overline{M3}} = \frac{102,7}{28319,1} = 0,003$$

(0,3%),

$$d_{\overline{M2^*}} = \frac{\overline{M2^*}}{\overline{M3}} = \frac{9067,1}{28319,1} = 0,32 \ (32\ \%),$$

$$d_{\substack{\overline{\text{средства}} \\ \text{в ин. валюте}}} = \frac{\overline{\text{Средства в ин. валюте}}}{M3} = \frac{17824,7}{28319,1} = 0,629 \ (62,9\ \%).$$

Наименьший удельный вес в структуре агрегата *М*3 составили ценные бумаги в национальной валюте, причем в течение изучаемого периода намечена тенденция к повышению не только их стоимости в текущих ценах (показатель увеличился за 2015 г. почти на 96,4 %, или на 66,8 млн бел.руб.), но и доли в составе широкой денежной массы – с 0,2 % до 0,4 %. В свою очередь на скорость оборачиваемости широкой денежной массы оказывают влияние такие факторы, как ВВП и денежный агрегат *М*3. Проанализируем влияние факторов на скорость оборачиваемости широкой денежной массы, исходя из данных таблицы 2.

Таблица 2 – Данные о валовом внутреннем продукте и широкой денежной массе РБ в 2015 и 2016 гг. (в текущих ценах, в млрд руб.)

Показатель	2015 год	2016 год
Валовой внутренний продукт	86,97	94,3
Широкая денежная масса (остатки за год)	28,32	33,31

Источник: собственная разработка авторов на основе данных [2].

1. Скорость обращения широкой денежной массы составит:

Таблица 3 – Данные о скорости обращения широкой денежной массы РБ в 2015 – 2016 гг. (в текущих ценах, в млрд руб.)

Показатель/период	2015 год	2016 год
Число оборотов	3,071	2,831
Продолжительность одного оборота (в днях)	117,23	127,16

Источник: собственная разработка авторов на основе данных [2].

Как видно из данных таблицы, в базисном году средства широкой денежной массы обернулись в 3,071 раза, то есть в течение 2015 г. каждый рубль использовался для покупки товаров и услуг 3,071 раза. К 2016 г. число оборотов снизилось до 2,831, то есть скорость оборачиваемости денег замедлилась, что вызвало увеличение продолжительности одного оборота с 117,23 до 127,16 дней.

2. *Динамика скорости оборачиваемости денежной массы составила:*

$$i_V = \frac{V_1}{V_0} = \frac{2{,}831}{3{,}071} = 0{,}922 \text{ , или } 92{,}2\ \%.$$

Таким образом, скорость оборачиваемости широкой денежной массы в Республике Беларусь снизилась в 2016 г. по сравнению с предыдущим годом на 7,8 %.

Динамика продолжительности одного оборота денег составила 108,5 %, то есть длительность одного оборота широкой денежной массы выросла в течение изучаемого периода на 8,5 %, или на 9,93 дня.

Изменение числа оборотов (скорости оборачиваемости) широкой денежной массы в отчетном периоде по сравнению с базисным формируется под действием двух факторов: стоимости валового внутреннего продукта и размера денежной массы. Оценить влияние этих факторов можно, используя следующие формулы:

$$\Delta V_{(ввп)} = \frac{ВВП_1}{\overline{M_0}} - \frac{ВВП_0}{\overline{M_0}};$$

$$\Delta V_{(\overline{M})} = \frac{ВВП_1}{\overline{M_1}} - \frac{ВВП_1}{\overline{M_0}}.$$

Используя данные табл. 1, рассчитаем абсолютное изменение числа оборотов широкой денежной массы Республики Беларусь в 2016 г. по сравнению с 2015 г. и разложим его по факторам.

Общее абсолютное изменение числа оборотов широкой денежной массы в 2016 г. по сравнению с 2015 г. составит:

$$\Delta V = V_1 - V_0 = 2{,}831 - 3{,}071 = -0{,}24 \text{ оборота,}$$

в том числе:

- вызванное ростом стоимости валового внутреннего продукта:
- $$\Delta V_{(ВВП)} = \frac{ВВП_1}{\overline{M_0}} - \frac{ВВП_0}{\overline{M_0}} = \frac{94{,}3}{28{,}32} - \frac{86{,}97}{28{,}32} = 0{,}259 \text{ оборота,}$$
- обусловленное изменением размера денежной массы:
- $$\Delta V_{(\overline{M})} = \frac{ВВП_1}{\overline{M_1}} - \frac{ВВП_1}{\overline{M_0}} = \frac{94{,}3}{33{,}31} - \frac{86{,}97}{28{,}32} = -0{,}24 \text{ оборота.}$$

Алгебраическая сумма этих приростов за счет двух факторов дает общее абсолютное изменение числа оборотов широкой денежной массы:

$$\Delta V = V_{(ВВП)} - V_{(\overline{M})} = 0{,}259 + (-0{,}24) = 0{,}019 \text{ оборота.}$$

Таким образом, в 2016 г. по сравнению с 2015 г. скорость оборачиваемости (число оборотов) широкой денежной массы Республики Беларусь увеличилась на 0,019 оборота. При этом увеличение размера денежной массы на 4,99 млрд руб. привело к сокращению скорости оборачиваемости на 0,24 оборота, а рост стоимости валового внутреннего продукта страны привел к увеличению скорости обращения денег на 0,259 оборота.

Список литературы

1. Финансово-банковская статистика: практикум: учеб. пособие / Н. Н. Бондаренко, А. Г. Кулак, Н. Э. Пекарская. – Минск : ГИУСТ БГУ, 2012. – 264 с.
2. Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.nbrb.by/. – Дата доступа: 22.02.2017.

In the article features of interaction of monetary aggregates are considered, namely: the influence of the speed of turnover of monetary aggregates on the turnover speed of broad money supply in the Republic of Belarus is analyzed.

Фетисова Марина Игоревна, студентка 2 курса, специальности «Финансы и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: marina.fetisova@bk.ru.

Антусевич Татьяна Вячеславовна, студентка 2 курса специальности «Финансы и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: antusevichtv@gmail.com.

Научный руководитель – ***Селюжицкая Татьяна Владимировна,*** старший преподаватель кафедры финансов и бухгалтерского учета Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 336.713(476)

В.И. Шкурко

ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА В ОБЛАСТИ ФОРМИРОВАНИЯ РЕСУРСНОЙ БАЗЫ

В статье представлены результаты исследования формирования ресурсной базы коммерческих банков, рассмотрены основные причины возникновения текущих проблем в области формирования ресурсной базы. Сформулированы рекомендации по оптимизации средств (капитала) банков.

Главной функцией коммерческих банков является содействие мобилизации сбережений субъектов хозяйствования, перераспределение их в направлении наиболее эффективного использования в интересах государственной политики, что косвенно позволяет увеличить общую массу инвестиций и потенциал экономического роста хозяйствующих субъектов.

Формирование и управление ресурсами являются определяющими и судьбоносными задачами для деятельности любого коммерческого банка. Так, коммерческий банк, ресурсы которого имеют в основном краткосрочный характер, практически лишен возможности осуществлять долгосрочные кредитные вложения. В связи с этим вопросы формирования ресурсной базы, оптимизация ее структуры и обеспечение стабильности становятся весьма актуальными в работе банка.

В научной литературе существуют различные мнения по поводу трактовки понятия «банковские ресурсы». Термин «ресурсы» имеет французские корни и произошел от слова «ressources», что обозначает средства, запасы, возможности, источники чего-либо. Большинство экономистов отечественной и российской школ придерживаются взгляда, что банковские ресурсы (англ. «bank resources») представляют совокупность собственных и привлеченных средства банка, находящихся в его распоряжении и используемых им для проведения активных операций.

По способу образования все ресурсы коммерческого банка подразделяются на собственные и привлеченные (рис. 1).

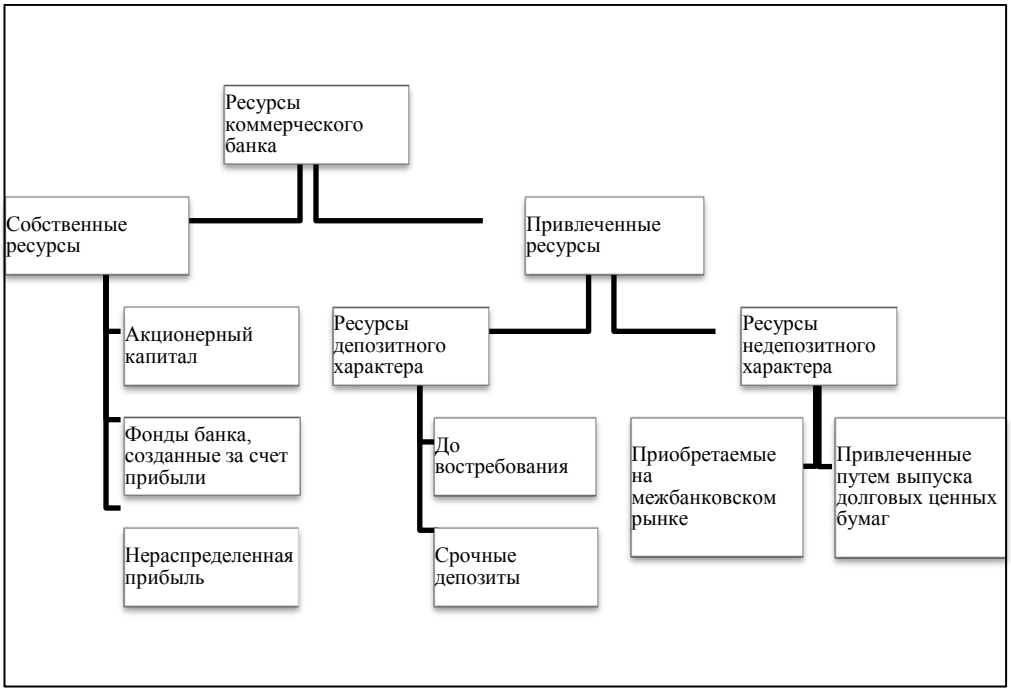


Рисунок 1 – Источники формирования банковских ресурсов

Источник: собственная разработка автора на основании данных [1].

Собственные ресурсы формируются за счет собственного капитала и различных фондов денежных средств. При этом они представляют собой средства, принадлежащие непосредственно коммерческому банку в течение его деятельности, в то время как привлеченные носят временный характер. Структура собственных ресурсов банка отражает процесс его формирования. Основой служит уставный фонд банка, величина которого базируется на требованиях банковского регулятора (в отношении белорусских банков – Национальным банком Республики Беларусь) о минимально необходимом размере уставного фонда (нормативного капитала) для вновь создаваемых и действующих банков. Другим элементом собственного капитала коммерческого банка являются различные фонды, прибыль текущего года и нераспределенная прибыль прошлых лет.

Привлеченные ресурсы могут формироваться банками как на депозитной, так и на недепозитной основах. Основной признак такой классификации источников привлеченных средств заключается в том, кто выступает инициатором проведения операции. К депозитам относятся средства, которые размещены в банке по желанию клиентов. Ресурсы недепозитного характера представляют собой средства, привлекаемые банком по его собственной инициативе.

Пассивные операции обеспечивают банку мобилизацию временно свободных средств физических и юридических лиц, с помощью которых коммерческие банки удовлетворяют потребности субъектов экономики в дополнительных оборотных средствах и обеспечивают потребности населения в потребительском кредите.

Основным источником ресурсов коммерческих банков являются привлеченные средства, составляющие около 70–80 % всех банковских ресурсов. На долю собственных средств банков приходится от 22 до 30 %, что в целом отвечает сложившейся структуре в мировой банковской практике.

По данным Национального банка Республики Беларусь (далее НБ), на 01.01.2017 насчитывалось 24 действующие кредитные организации (рис. 2).

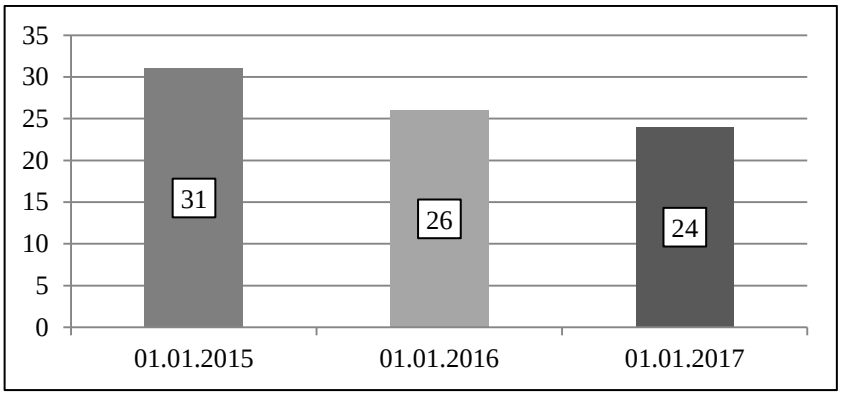


Рисунок 2 – Количество кредитных организаций РБ за период 2014–2016гг.

Источник: собственная разработка автора на основании данных [2].

В последние годы в Беларуси наблюдается рост отзыва лицензий у кредитных организаций, что обусловлено не только процессом укрупнения банковских учреждений, но и целенаправленной политикой НБ Республики Беларусь по увеличению требований к кредитным организациям. Ужесточение требований обостряется кризисными явлениями в экономике.

Таким образом, остро встает вопрос о формировании банковских пассивов, оптимизации их структуры и, в связи с этим, разработки стратегии управления собственными и привлеченными средствами, которые образуют ресурсы коммерческого банка.

Рассмотрим прирост привлеченных ресурсов в действующих белорусских коммерческих банках за период с 01.01.2014 по 01.01.2016. Данные для анализа представлены в таблице, составленной по данным НБ Республики Беларусь.

Таблица – Динамика привлеченных средств коммерческими банками за период 2014–2016 гг.

Показатель	2014 г.		2015 г.		2016 г.	
	млрд руб.	Прирост, %	млрд руб.	Прирост, %	млрд руб.	Прирост, %
Всего привлеченных средств	27843089	25	35952261	29	36402674	1

Источник: собственная разработка автора на основании данных [3].

Из данной таблицы видно, что прирост привлеченных ресурсов коммерческими банками наблюдается особенно явно в период с 2014 по 2015 гг., что обеспечило прирост на уровне 29 %. Данный эффект, в том числе, связан с ростом ставок по депозитам. Однако уже в 2016 г. наблюдается значительное снижение прироста, которое в конечном результате составило 1 %. Это объясняется тем, что темп роста ставок по депозитам в 2016 г. значительно меньше, чем в 2015 и 2014 гг., что представлено на рисунках 3 и 4.

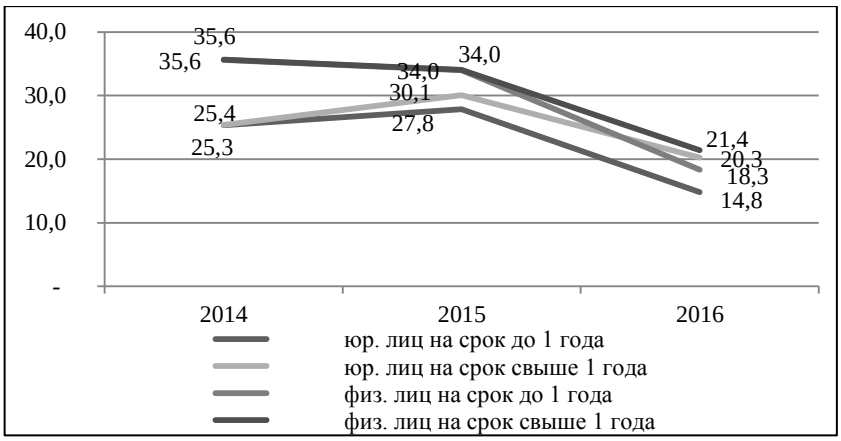


Рисунок 3 – Динамика ставок депозитного рынка (в национальной валюте) за 2013-2016 гг., в %

Источник: собственная разработка автора на основании данных [4].

По информации банков, за I квартал 2016 г. срочные банковские вклады (депозиты) увеличились на 7,9 трлн руб., или на 4,6 % и на 1 апреля 2016 г. составили 180 трлн. руб. При этом вклады в национальной валюте составили 25,0 трлн руб., или 13,9 %, уменьшившись по сравнению с прошлым кварталом на 1,24 трлн руб., или на 4,7 %.

За II квартал 2016 г. срочные банковские вклады (депозиты) сократились на 5,24 трлн руб., или на 2,9 %, и на 1 июля 2016 г. составили 174,7 трлн руб. При этом вклады в национальной валюте составили 25,8 трлн руб., или 14,7 % от общего объема вкладов, увеличившись по сравнению с прошлым кварталом на 0,79 трлн руб., или на 3,2 %.

За III квартал 2016 г. срочные банковские вклады (депозиты) физических лиц сократились относительно 1 июля 2016 г. на 0,6 млрд руб., или на 3,4 % и на 1 октября 2016 г. составили 16,87 млрд руб. При этом срочные вклады (депозиты) в национальной валюте составили 2,81 млрд руб., или 16,6 % от общего объема срочных банковских вкладов (депозитов) физических лиц во всех видах валют, увеличившись по сравнению с прошлым кварталом на 0,23 млрд руб., или на 9,0 % [5].

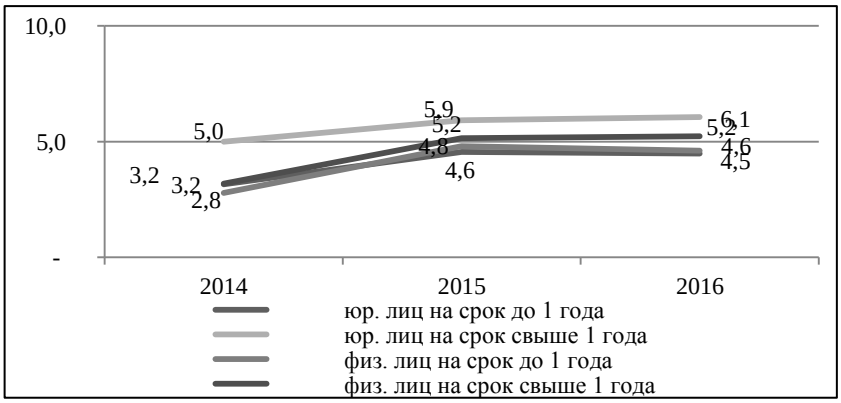


Рисунок 4 – Динамика ставок депозитного рынка (в СКВ) за 2013–2016 гг., в %

Источник: собственная разработка автора на основании данных [4].

По информации банков, за I квартал 2016 г. вклады в иностранной валюте (в рублевом выражении) составили 155,0 трлн руб., или 86,1 %, увеличившись по сравнению с прошлым кварталом на 9,6 трлн руб., или на 6,2 %.

Во II квартале 2016 г. вклады в иностранной валюте (в рублевом выражении) составили 149,0 трлн руб., или 85,3 % от общего объема вкладов, снизившись по сравнению с прошлым кварталом на 6,0 трлн руб., или на 3,9 %.

За III квартал 2016 г. срочные вклады (депозиты) в иностранной валюте (в рублевом выражении) составили 14,07 млрд руб., или 83,4 % от общего объема срочных банковских вкладов (депозитов) физических лиц во всех видах валют, снизившись по сравнению с прошлым кварталом на 0,83 млрд руб., или на 5,6 % [4].

В общей структуре операций банков депозитные операции преобладают. Сбережения населения, следовательно, выступают значимым источником формирования кредитного потенциала коммерческих банков и являются ценным ресурсом экономического развития, источником инвестирования и кредитования отраслей экономики [6].

Тем не менее депозитные операции нельзя рассматривать в качестве источника долгосрочных ресурсов банков. Однако за счет краткосрочных источников банк не может осуществлять долгосрочные кредитные вложения. Следовательно, это приводит к низким темпам развития ипотечного жилищного кредитования, проблемам финансирования создания новых производственных организаций и т.д., и в конечном итоге к низким темпам экономического роста, так как в стране недостаточно долгосрочных ресурсов для кредитования экономики.

При формировании ресурсной базы необходимо выработать долгосрочные цели, определить способы их достижения, т.е. разработать стратегию и тактику обеспечения банка новыми ресурсами, что позволит увеличить ресурсную базу и избежать возникающих в этом процессе проблем. Новые цели ставят задачу выработки новой стратегии, а тактика определяет методы и приемы для решения наилучшим образом конкретной ситуации. Основной стратегической целью деятельности банка в области обеспечения ресурсами является наращивание ресурсной базы [7]. Таким образом, предлагаем рассмотреть следующие основные пути разрешения проблем:

1) Диверсификация депозитов юридических лиц и вкладов физических лиц по срочности. С одной стороны, предпочтение здесь отдается долгосрочным вкладам и депозитам, решается задача обеспечения ликвидности баланса банка, с другой стороны, прирост вкладов до востребования способствует снижению процентных издержек и получению прибыли, поскольку средства на расчетных и текущих счетах являются самым дешевым ресурсом, по ним выплачивается минимальный процент.

2) Расширение клиентской базы банка за счет средств корпоративных клиентов, как менее рискованных и более стабильных.

3) Увеличить объем выдачи платежных карт. Банк может предложить, например, процент за остаток на платежной карте. Интересным и удобным для клиентов также может быть использование одновременно вкладов и платежных карт, если станет возможным осуществление платежей за коммунальные и другие услуги путем списания средств с вклада, начисление заработной платы во вклад.

4) Начисление процента по остаткам на текущих счетах клиентов.

5) Привлечение средств на межбанковском рынке.

6) Выпуск депозитных и сберегательных сертификатов.

Перед коммерческим банком стоит важная задача – выбрать такой порядок формирования собственного капитала, который при минимуме затрат на оборудование и функционирование обеспечивал бы выплату достаточных дивидендов акционерам, создавая тем самым условия для дальнейшего развития коммерческого банка.

Список литературы

1. Банковские ресурсы, их формирование и эффективное использование: монография / Н. И. Куликов, Н. П. Назарчук. – Тамбов : Изд-во ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2014. – 108 с.
2. Официальный интернет-ресурс Национального банка Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.nbrb.by/. – Дата доступа: 25.02.2017.
3. Рейтинг банков Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://myfin.by/banki/rating. – Дата доступа: 27.02.2017.
4. Динамика ставок кредитно-депозитного рынка « [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.nbrb.by/statistics/CreditDepositMarketRates/. – Дата доступа: 25.02.2017.
5. Обследование по реализации банковского принципа «Знай своего клиента» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.nbrb.by/publications/KYC/. – Дата доступа: 26.02.2017.
6. Ханина, Т. М. Особенности формирования депозитной политики отечественных коммерческих банков в современных условиях / Т. М. Ханина // Решение проблем развития предприятий: роль научных исследований. – 2016. – № 8. – С. 15.
7. Соколинская, Н. А. Кредитные риски и кредитный портфель коммерческого банка / Н. А. Соколинская // Бизнес и банки. – 2013. – № 2. – С. 54–56.

The article presents results of research concerning formation of the bank's resource base and main causes leading to current problems in the field of it. The recommendations for banks' funds optimization (capital) have been also formulated.

Шкурко Валерия Игоревна, студентка 4 курса специальности «Финансы и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: lerashkurko137@gmail.com.

Научный руководитель – ***Витун Светлана Емельяновна***, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ

УДК 331.105

A. Protasiewicz

UWARUNKOWANIA WZROSTU GOSPODARCZEGO POLSKI W LATACH 2005-2015 W UJĘCIU NEOKLASYCZNYCH MODELI WZROSTU

Celem artykułu jest przedstawienie uwarunkowań wzrostu gospodarczego w teorii ekonomii, zwłaszcza w odniesieniu modeli neoklasycznych. Na tej podstawie dokonana została identyfikacja czynników wzrostu w polskiej gospodarce w latach 2005–2015.

Wzrost gospodarczy stanowi jeden z głównych tematów badawczych ekonomistów na przestrzeni lat, głównie z uwagi na czynniki, jakie wywołują ten proces. Istotna w tym kontekście wydaje się zarówno identyfikacja determinantów wzrostu, jak i udziału każdego z nich. Wzrost gospodarczy jest procesem długookresowym, prowadzącym do powiększania potencjału produkcyjnego, który jest skutkiem różnego rodzaju inwestycji: począwszy od tradycyjnych w kapitał rzeczowy czy pracę, aż po kapitał ludzki czy działalność B+R. Wzrost gospodarczy jest pojęciem węższym i dotyczy mierzalnych elementów gospodarki tj. wzrostu produkcji, dochodów, zatrudnienia, inwestycji itp., z kolei rozwój gospodarczy oprócz zmian ilościowych podstawowych wielkości makroekonomicznych, obejmuje także jeszcze zmiany jakościowe, które określić można jako postęp cywilizacyjny [15, s. 6]. W wyniku rozmaitych badań powstał szereg modeli, których celem jest próba wskazania najistotniejszych determinantów wzrostu, z których ciągle najpopularniejszymi są odnoszące się do nurtu neoklasycznego [12].

Rola poszczególnych czynników ulegała na przestrzeni lat zmianom w ich postrzeganiu: poprzez determinanty o charakterze tradycyjnym (zasoby naturalne, ziemia, kapitał, praca) aż do ujęcia nowoczesnego (postęp w organizacji pracy, technice, technologii, wiedzy, nauce, czy przeobrażenia strukturalne gospodarki) [26, s. 103]. Do czynników wzrostu gospodarczego, zidentyfikowanych na podstawie badań empirycznych, należy zaliczyć: inwestycje w kapitał rzeczowy (głównie infrastrukturę); inwestycje w kapitał ludzki (edukacja i ochrona zdrowia); sektor finansowy; handel zagraniczny; sektor państwowy; wolność gospodarczą; stabilność polityczną oraz nierówności dochodów [21, s. 306].

Podstawowym narzędziem matematycznej teorii wzrostu są modele wzrostu gospodarczego, które stosując uproszczone odwzorowanie rzeczywistości, dają podstawy do analizy wkładu poszczególnych determinant oraz pozwalają dokonywać prognoz. Modele wzrostu są budowane na podstawie funkcji produkcji, w której kategoria produktu jest objaśniana trzema zmiennymi: kapitałem, siłą roboczą oraz postępem technicznym lub „wiedzą". Większość modeli wzrostu bądź makromodeli strukturalnych, które powstały w ciągu ostatnich pięćdziesięciu lat, wykorzystuje formułę funkcji produkcji [2, s. 20].

Istnieje wiele kryteriów klasyfikacji modeli wzrostu gospodarczego: dokonuje się jej ze względu na czas, liczbę zmiennych, podstawy teoretyczne oraz zasady konstrukcji modelu. Wyróżnić zatem można przede wszystkim modele długookresowe i krótkookresowe. Pierwsze wykorzystywane są zwykle do wyznaczania ścieżki trwałego zrównoważonego wzrostu, drugie z kolei nawiązują zwykle do ekonomii keynesowskiej i koncentrują się one na wskazaniu przyczyn, dzięki którym możliwe będzie sprowadzenie produkcji faktycznej do jej poziomu potencjalnego [26, s. 132].

Inny podział dzieli modele w nurcie szkoły klasycznej: A. Smith (1776), D. Ricardo (1817), T. Maltus (1803); keynesowskie: R. Harrod (1939), E. Domar (1946), M. Kalecki (1962); neoklasyczne m.in.: F. Ramsey (1928), R. Solow (1956), Kaldor (1957), P. Diamond (1965), Phelps (1966), N.G. Mankiw i in. (1992); modele wzrostu endogenicznego: P. Romer (1986) czy R. Lucas (1988) oraz modele realnego cyklu koniunkturalnego. Można również, ze względu na sposób ustalania długookresowej stopy wzrostu, wyróżnić modele wzrostu: egzogenicznego, endogenicznego oraz heterodoksyjne [11, s. 150-169]. W niniejszej publikacji, ze względu na ograniczoną objętość tekstu, zostaną przedstawione i omówione jedynie wybrane aspekty dotyczące neoklasycznych modeli wzrostu.

Neoklasyczne modele wzrostu miały swój początek w pracach Roberta Solowa [22] i Trevora Swana [23], którzy zbudowali je w 1956 w oparciu o klasyczną teorię produkcji. W modelach neoklasycznych zakładano, że czynniki produkcji są w pełni wykorzystywane, a postęp techniczny ma charakter egzogeniczny w stosunku do modelu [1, s. 20-21]. Podstawowym założeniem modelu jest oparcie go na funkcji produkcji Cobba-Douglasa, w której produkt jest determinowany przez dwa główne czynniki, a więc kapitał i pracę.

Szerokie jej zastosowanie w ekonomii neoklasycznej wynika z pewnych właściwości: funkcja jest liniowo jednorodna stopnia pierwszego (stałe korzyści skali) oraz jest zgodna z tzw. faktami stylizowanymi Kaldora. Zmienna z kolei A jest często wprowadzana do funkcji produkcji jako postęp techniczny ucieleśniony w pracy (neutralny w sensie Harroda) [24, s. 23].

Autorzy wyodrębnili zatem stałe egzogeniczne czynniki wzrostu oraz rosnące w naturalnym tempie pracę, kapitał, konsumpcję i produkcję. Nakłady pracy i kapitału są wobec siebie substytucyjne, natomiast wzrost produktu (powodowany przez inwestycje) możliwy jest dzięki oszczędnościom. Akumulacja jest jednak jedynie krótkookresowym czynnikiem wzrostu, zatem jedyną trwałą przyczyną powiększania się produktu jest postęp technologiczny, który poprawia jakość pracy [18, s. 136]:

$$Y = AK + (1-\alpha)L$$

gdzie: Y – produkcja rzeczywista, K – nakład kapitału rzeczowego, L – nakład pracy,
A – poziom postępu technicznego, α, 1-α – elastyczności substytucji kapitału i pracy.

Istotnym elementem jest tzw. reszta Solowa, czyli ogólny czynnik produktywności. Nie zależy ona od samych nakładów pracy czy kapitału, ale od czynnika egzogenicznego, który w ogromnym stopniu wpływa na dane kombinacje czynników wytwórczych. Postęp techniczny pochodzi zatem spoza gospodarki i jest od niej niezależny. Uwarunkowania związane z nakładami poszczególnych czynników produkcji wpływają na poziom danej gospodarki, z kolei to właśnie postęp techniczny decyduje o jej wzroście, czyli produktywności tych zasobów. Postęp techniczny w modelu Solowa rozumie się zatem jako nie do końca wyjaśniony czynnik wzrostu, a więc taki przyrost produktu, który nie jest związany z akumulacją kapitału czy pracy w gospodarce [25, s. 272]. Oznacza zatem takie czynniki jak: kapitał ludzki, organizacja pracy czy lepsze urządzenia służące w procesie pracy [17, s. 283].

Rozszerzenia modelu dokonano w roku 1992, czego wynikiem jest model Mankiwa-Romera-Weila [13]. Pozostając przy założeniu egzogenicznego postępu technicznego, wprowadzono akumulację kapitału ludzkiego oraz jego przyrost o charakterze wewnętrznym [7, s. 9]:

$$Y = K^{\alpha} H^{\beta} (AL)^{1-\alpha-\beta} \quad , \quad \alpha + \beta < 1$$

gdzie: Y – produkcja rzeczywista, K – nakład kapitału rzeczowego, H – nakład kapitału ludzkiego, L – nakład siły roboczej w ujęciu ilościowym, α – elastyczność produkcji względem kapitału rzeczowego, β – elastyczność produkcji względem kapitału ludzkiego.

Cechą charakterystyczną modelu jest odseparowanie siły roboczej, czyli liczby osób pracujących w gospodarce od kapitału ludzkiego (umiejętności, zdolności, doświadczenia i wiedzy pracowników) [10, s. 134]. Rozszerzono zatem model Solowa o kapitał ludzki, który uwidacznia się jako postęp techniczny, prowadząc do wzrostu i który nie wynika z wielkości nakładów pracy czy kapitału rzeczowego [9, s. 18]. Utrzymano zewnętrzny charakter postępu, jednak wprowadzono endogeniczny przyrost zasobów kapitału ludzkiego. Paradygmat neoklasyczny zyskał na znaczeniu w latach 60. i 70. XX w. i jego rola w wyjaśnianiu procesów wzrostu na poziomie makroekonomicznym była dominująca.

W roku 1996 Nonneman oraz Vanhoudt [16] dokonali kolejnego uogólnienia modelu Solowa. W swojej pracy autorzy rozważają dowolną, skończoną liczbę dóbr kapitałowych, będących czynnikami produkcji [5, s. 50].

Neoklasyczne założenia modeli wzrostu gospodarczego znalazły także swoje odzwierciedlenie w wyjaśnianiu procesu zróżnicowania regionalnego poziomu rozwoju (G.H.Borts i J.L. Stein (1964) oraz W.H. Richardson (1973)). Zastosowanie modelu do poziomu regionalnego prowadzi bowiem do wniosków, iż produkcja regionu i jego rozwój zależą od dostępności czynników produkcji, tj. kapitału i pracy oraz jego poziomu rozwoju technologicznego, co przedstawiane jest zwykle w postaci funkcji produkcji Cobba-Douglasa w ramach neoklasycznego modelu dynamiki wzrostu gospodarczego R.M. Solowa. Jeżeli akumuluje on więcej kapitału na pracownika lub szybciej adaptuje innowacje technologiczne (technologia traktowana jako czynnik egzogeniczny) to taki region rozwija się szybciej niż inne. Ze względu na występujące między regionami różnice w możliwościach akumulacji kapitału lub adaptacji innowacji proces ten może prowadzić do wzrostu zróżnicowania regionalnego w poziomie rozwoju gospodarczego. Według paradygmatu neoklasycznego zatem rozwój jednego regionu (także kraju) przełoży się na rozwój innych, sąsiadujących z nim podmiotów (regionów lub całych gospodarek) [3, s. 14-15].

Gospodarki przedstawione w modelach neoklasycznych wykazują według założeń ich twórców tendencję do długookresowego, zrównoważonego wzrostu, a jego stopa zależy w dużym stopniu od ujętego egzogenicznie postępu technicznego. Zmiana stopy oszczędności czy inwestycji prowadzi zatem do przesunięcia gospodarki na nową ścieżkę zrównoważonego rozwoju, nie ma natomiast znaczącego wpływu na długookresową stopę wzrostu. Powraca ona bowiem po okresie dynamiki do poziomu wyjściowego [19, s. 11]. Wzrost w modelach neoklasycznych nieodłącznie związany był zatem z zewnętrznymi czynnikami demograficznymi (wzrostu ludności, struktura siły roboczej, wzrost produktywności), na które gospodarka nie miała bezpośredniego wpływu.

Podejście oparte na ujęciu wzrostu gospodarczego zgodnie z teoriami neoklasycznymi było jednak coraz częściej kwestionowane, co spowodowane było postępem technicznym i rozwojem gospodarki rynkowej. Zmiany te spowodowały konieczność identyfikacji nowych determinantów wzrostu i ukształtowanie się modeli endogenicznych (tzw. nowa teoria wzrostu) [6, s. 52].

Wzrost gospodarczy polskiej gospodarki jest na przestrzeni ostatniego stulecia uwarunkowany nie tylko czynnikami ekonomicznymi, ale także niezwykle istotnymi przeobrażeniami politycznymi, jak np. przekształcenie gospodarki centralnie administrowanej w rynkową. Okres transformacji systemowej można także w kontekście wzrostu gospodarczego podzielić na pewne fazy. Po pierwsze recesji, która jako wynik szoku transformacyjnego utrzymywała się w latach 1990–1992. Po drugie przełomu, czyli powolnego wzrostu gospodarczego zauważalnego od II kwartału 1992 r. do roku 1993). Trzecią fazą był przyspieszony wzrost, jakim charakteryzował się okres od 1994 r. do sierpnia 1998 r., wynikającą prawdopodobnie z rozwoju aktywnych dostosowań przedsiębiorstw. Ostatnim etapem jest faza spowolnionej dynamiki wzrostu gospodarczego, która zdeterminowana została przez negatywne skutki oddziaływania zewnętrznych szoków finansowych i polityki chłodzenia koniunktury gospodarczej (od IV kwartał 1998 roku do końca 2001 roku) [27, s. 23].

W kolejnych latach pojawiły się nowe możliwości związane z reformami prorynkowymi w okresie przedakcesyjnym oraz przede wszystkim akcesja Polski do Unii Europejskiej. Wzrost PKB spowodowany był m.in. wzrostem przedsiębiorczości, napływem bezpośrednich inwestycji zagranicznych, realizacją inwestycji związanych z funduszami pomocowymi, dyfuzją nowych technologii, wysoką dynamiką eksportu czy poprawą jakości kapitału ludzkiego.

Analizę wzrostu gospodarczego w Polsce w latach 2005-2015 rozpocząć należy od wskazania tempa wzrostu Produktu Krajowego Brutto (PKB) w tym okresie i jego składowych (Tabela 1.), a więc analizy popytowej źródeł wzrostu. W badanym okresie zmiana PKB w stosunku do roku poprzedniego odnotowywała średnie wartości rzędu ok. 3–4 % (wśród odchyleń zauważalne jest 6-7 % w latach 2006–2007 – prawdopodobnie na skutek akcesji do UE oraz ok. 1,5 % w latach 2012–2013). Obserwowany był także wysoki (choć słabnący) udział spożycia ogółem, zwłaszcza gospodarstw domowych ora wzrost wkładu eksportu netto. Konsumpcja wzrosła dzięki poprawie dynamiki dochodów realnych gospodarstw domowych oraz poprawiającej się sytuacji na rynku pracy. Skutkowało też polepszeniem nastrojów konsumentów oraz większym zainteresowaniem kredytami konsumpcyjnymi. Analiza danych dotyczących akumulacji oraz eksportu netto pokazuje ich zmienny (dodatni bądź ujemny) wkład w generowaniu wzrostu gospodarczego. Obniżenie akumulacji widoczne było w roku 2009 oraz 2012–2013 (wynik spowolnienia gospodarczego), z kolei ujemne wartości eksportu netto odnotowano w latach 2007-2008, 2010 i 2014.

Tabela 1 – Dekompozycja popytowa PKB Polski w latach 2005-2015 (w %).

Rok	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
wzrost PKB (w stosunku do roku poprzedniego)	103,5	106,2	107,0	104,2	102,8	103,6	105,0	101,6	101,4	103,3	103,9
Spożycie ogółem	102,1	104,9	105,0	106,2	103,6	102,8	102,0	100,5	100,8	102,8	103,0
w tym gospodarstw domowych	101,7	104,7	105,6	106,7	103,5	102,6	103,3	100,8	100,3	102,6	103,2
Akumulacja brutto	103,2	116,3	125,3	102,7	87,4	109,4	112,8	96,1	94,2	112,8	104,9
w tym nakłady brutto na środki trwałe	108,3	115,4	119,0	108,8	97,3	100,0	108,8	98,2	98,9	110,0	106,1
Eksport towarów i usług (ceny stałe w stosunku do roku poprzedniego)	109,9	115,6	110,0	107,1	94,1	113,1	107,9	104,6	106,1	106,7	107,7
Import towarów i usług (ceny stałe w stosunku do roku poprzedniego)	106,3	108,1	115,8	109,5	87,6	114,3	105,8	99,7	101,7	110,0	106,6

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Główny Urząd Statystyczny, Polska – wskaźniki makroekonomiczne, www.gus.gov.pl [25.03.2017 r.].

Dekompozycja PKB z wykorzystaniem modelu neoklasycznego uwzględnia zmiany w dostępie do kapitału i zasobów pracy, umożliwia oddzielenie m.in. czynników demograficznych, intensywności pracy czy decyzji podejmowanych przez uczestników rynku pracy w zakresie aktywności zawodowej [14, s. 29]. W tym celu, wykorzystuje się neoklasyczną funkcję produkcji, zgodnie z następującym równaniem [20, s. 103]:

$$\Delta \ln Y/pop = u\,\Delta \ln L/pop + (1-u)\,\Delta\, \ln K/pop + \Delta \ln A$$

gdzie: Y – produkt krajowy brutto; L – zasób pracy (przeciętny w roku stan pracujących w gospodarce); L= populacja * stopa aktywności *wskaźnik zatrudnienia* liczba godzin; K – zasób kapitału (wartość brutto środków trwałych w gospodarce); u i (1-u)=wagi obydwu czynników produkcji: czynnika pracy u=2/3 i czynnika kapitału (1-u= 1/3); A – tzw. reszta Solowa, czyli całkowita produktywność czynników wytwórczych (TFP – total factory productivity).

Tabela 2 – Czynniki wzrostu gospodarczego w Polsce w latach 2003-2014* (wkład w pkt. proc.).

Rok	Realny PKB *per capita*	Łączna produktywność czynników produkcji (2)	Kapitał (1)	Udział ludności w wieku produkcyjnym	Stopa aktywności	Stopa zatrudnienia	Liczba godzin
2005	3,6	1,0	0,8	0,3	0,7	1,1	-0,3
2006	6,3	2,8	0,8	0,4	-1,1	3,3	0,0
2007	7,2	2,8	1,0	0,2	-0,2	3,3	0,2
2008	3,9	0,1	1,1	0,1	0,7	1,9	0,0
2009	2,5	1,5	1,2	0,1	0,9	-0,7	-0,5
2010	2,7	2,6	1,1	-0,2	0,6	-1,3	-0,2
2011	4,7	3,4	1,2	-0,1	0,4	0,0	-0,2
2012	1,7	-0,2	1,5	-0,3	0,8	-0,3	0,3
2013	1,8	-0,4	1,3	-0,4	0,5	0,8	0,0
2014	3,5	0,8	1,4	-0,5	0,8	1,0	0,0

(1) Z uwagi na opóźnione w czasie oddziaływanie przyrostu majątku trwałego na przyrost produkcji wskaźniki dynamiki przesunięto o 1 rok w tył.
(2) Rachunek wg neoklasycznej funkcji produkcji opisanej wzorem powyżej.
* w związku z aktualizacją liczby ludności wskaźniki nie są porównywalne dla 2012 roku

Źródło: Polska 2015. Raport o stanie gospodarki, Ministerstwo Gospodarki, Warszawa 2016, s. 103.

Udział liczby osób w wieku produkcyjnym w populacji zmniejsza się od 2010 roku (Tabela 2.). Z drugiej strony rośnie zarówno aktywność zawodowa osób w wieku produkcyjnym, jak i udział osób pracujących wśród aktywnych zawodowo (mimo okresowych spadków w roku 2009 i 2012). Wzrasta także udział kapitału (na przestrzeni ostatniej dekady niemal dwukrotnie: z 0,8 do 1,4). Jednocześnie doszło do ustabilizowania intensywności pracy liczonej w godzinach przepracowanych po okresie 2009–2012, w którym odnotowano ujemne wartości tego wskaźnika.

Przyrost produkcji nie wynikający ze wzrostu czynników produkcji, a prowadzący do wzrostu poziomu życia społeczeństw wynika z szeroko rozumianego postępu technicznego. Wskaźnikiem pomiaru tego efektu jest łączna produktywność czynników produkcji (TFP – total factor productivity). Produktywność ta jest zmienną nieobserwowalną, wynikającą z wielkości produkcji przypadającej na jednostkę kombinacji czynników produkcji, a więc syntetycznym miernikiem efektywności [4, s. 14–15]. Na przestrzeni ostatnich lat wzrost wartości wskaźnika łącznej produktywności czynników produkcji jest coraz wolniejszy, co wynika z wyczerpywania się prostych rezerw wzrostu. Lepsze wyposażenie w trwały kapitał produkcyjny, powoduje wzrost jego produktywności, choć ten wzrost ma coraz mniejszą dynamikę. Kluczowe działania polityki gospodarczej w tym obszarze dotyczą stymulowania procesu tworzenia i wdrażania innowacji. Po stronie podażowej największe znaczenie ma wzrost ogólnej produktywności czynników produkcji i wzrost kapitału trwałego. Dynamika PKB w ujęciu realnym w 2014 roku (po raz pierwszy od dwóch lat) przekroczyła potencjalne tempo wzrostu polskiej gospodarki szacowane na ok. 3,2 %, czego efektem była ujemna luka produktowa [20, s. 102].

Problematyka wzrostu gospodarczego stała się w drugiej połowie XX wieku jednym z najbardziej dynamicznych obszarów badawczych w teorii ekonomii, wynikającą m.in. ze zmian w charakterze czynników wzrostu i ich znaczenia, a w konsekwencji nieprzystawania m.in. modeli neoklasycznych do wszystkich aspektów współczesnej gospodarki. Krytyczna analiza paradygmatu neoklasycznego dała początek mi.in. teorii wzrostu endogenicznego i sformalizowania modeli [8, s. 12].

Wykorzystane założenia neoklasycznego modelu wzrostu gospodarczego R. Solowa, pozwoliły stwierdzić, że w latach 2005–2015 głównym czynnikiem popytowym był wzrost

spożycia ogółem (w tym w szczególności spożycia indywidualnego) oraz wzrost akumulacji w gospodarce, co uzależnione jest od koniunktury w gospodarce. Polska gospodarka odnotowuje względnie stałą dynamikę wzrostu i co warto podkreślić w sytuacji globalnego załamania koniunktury w latach 2008–2009, odznaczała się mniejszym spowolnieniem niż inne podmioty europejskie.

Literatura

1. Balcerowicz L., Rzońca A., Wzrost gospodarczy: znaczenie, zróżnicowanie, metody badania, [w:] Zagadki wzrostu gospodarczego. Siły napędowe i kryzysy – analiza porównawcza, L. Balcerowicz, A. Rzońca (red.), C.H. Beck, Warszawa 2010.
2. Bocian A., Makroekonomia wzrostu – uwarunkowania globalne, „Optimum. Studia ekonomiczne" 2011, nr 1, s. 20.
3. Churski P., Czynniki rozwoju regionalnego w świetle koncepcji teoretycznych, [w:] Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanistyczno- Ekonomicznej we Włocławku. Nauki ekonomiczne. T. XIX. Z. 3. Gospodarka regionu na Jednolitym Rynku Europejskim. Wybrane zagadnienia, Włocławek 2005.
4. Dańska-Borsiak B., Zróżnicowanie łącznej produktywności czynników produkcji według województw, „Wiadomości Statystyczne" 2011, nr 12.
5. Dykas P., Misiak T., Neoklasyczny model wzrostu gospodarczego z sinusoidalnymi inwestycjami, „Przegląd Statystyczny" 2016, z. 1.
6. Growiec J., Zagregowana funkcja produkcji w ekonomii wzrostu gospodarczego i konwergencji, Oficyna Wydawnicza SGH w Warszawie, Warszawa 2012, s. 52.
7. Kawa P., Rola państwa w stymulowaniu wzrostu gospodarczego w świetle nowych teorii wzrostu, [w:] Problemy wzrostu gospodarczego we współczesnych gospodarkach, D. Kopycińska (red.), Printgroup, Szczecin 2006, s. 9.
8. Kawa P., Uwarunkowania wzrostu gospodarczego w świetle wniosków płynących z nowych modeli wzrostu, „Zeszyty Naukowe Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego" 2004, nr 2.
9. Kruszewski R., O pewnym modelu wzrostu gospodarczego z kapitałem ludzkim i endogenicznym postępie wiedzy, [w:] Problemy wzrostu gospodarczego we współczesnych gospodarkach, D. Kopycińska (red.), Printgroup, Szczecin 2006, s. 18.
10. Lis C., Wartość dodana brutto i jej znacznie w procesie akumulacji kapitału w świetle teorii wzrostu i konwergencji. Podejście taksonomiczne, Wyd. Volumina.pl Daniel Krzanowski, Szczecin 2013, s. 134.
11. Malaga K., Jednolita teoria wzrostu gospodarczego – stan obecny a wyzwania współczesności, [w:] Ekonomia dla przyszłości. Stylizowane fakty a wyzwania współczesności, PTE, B. Fiedor (red.), Warszawa 2015.
12. Malaga K., O niektórych dylematach teorii wzrostu gospodarczego i ekonomii, ZKP TE, Warszawa 2009.
13. Mankiw N.G., Romer D., Weil D.N., A contribution to the empirics of economic growth, „Quarterly Journal of Economics", May 1992.
14. Marks-Bielska R., Nazarczuk J.M., Uwarunkowania wzrostu gospodarczego Polski w latach 2001-2010 w kontekście modelu wzrostu Solowa, „Optimum. Studia ekonomiczne" 2012, nr 2.
15. Noga M., Co decyduje o wzroście gospodarczym, w: red. naukowa J. Koch, Wzrost gospodarczy a innowacje, Politechnika Wrocławska, Wrocławskie Centrum Transferu Technologii, Wrocław 2008, s. 6.
16. Nonneman W., Vanhoudt P., A Futher Augmentation of the Solow Model and the Empirics of Ecomomics Growth for the OECD Countries, „Quarterly Journal of Economics" 1996, no. 111 (3).
17. Nowak W., Sposoby akumulacji wiedzy w teoriach wzrostu gospodarczego, „Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy" 2007, z. 10.
18. Piech K., Technologie, edukacja i innowacje w teoriach wzrostu gospodarczego, „Polityka gospodarcza" 2004, nr 9.
19. Piotrowska E., Czynniki wzrostu gospodarczego w ujęciu historycznym. Przegląd wybranych modeli wzrostu gospodarczego, „Optimum. Studia ekonomiczne" 2010, nr 2 (46).
20. Polska 2015. Raport o stanie gospodarki, Ministerstwo Gospodarki, Warszawa 2016.

21. Próchniak M., Czynniki wzrostu gospodarczego – wnioski z badań empirycznych, „Ekonomista" 2006, nr 3, s.306.
22. Solow R.M., A Contribution to the Theory of Economic Growth, „Quarterly Journal of Economics" 1956, no. 70.
23. Swan T.W., Economic Growth and Capital Accumulation, „Economic Record" 1956, no. 32.
24. Telega I., Trwałość w modelu wzrostu Solowa. Analiza krytyczna, „Zeszyty Naukowe Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego" 2012, nr 12.
25. Tokarski T., Postęp techniczny a wzrost gospodarczy w modelach Solowa i Lucasa, „Ekonomista" 1998, nr 2-3.
26. Woźniak M.G., Wzrost gospodarczy. Podstawy teoretyczne, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 2004.
27. Woźniak M.G., Wzrost gospodarczy w Polsce w latach dziewięćdziesiątych. Czynniki. Bariery. Perspektywy, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 2002.

The aim of the article is to present the determinants of economic growth in economic theory, especially in reference to neoclassical models. On this basis, identification of growth factors in the Polish economy in 2005-2015 was made.

Anna Protasiewicz, mgr Uniwersytetu w Białymstoku na Wydziale Ekonomii i Zarządzania, Białystok, Polska. e-mail: a.protasiewicz@uwb.edu.pl
Promotor – ***Kazimierz Meredyk***, prof. dr hab. Uniwersytetu w Białymstoku na Wydziale Ekonomii i Zarządzania, Białystok, Polska.

УДК 338

D. Rysińska

ANALIZA KOSZTÓW NISKIEJ JAKOŚCI – STUDIUM PRZYPADKU

W dobie zaostrzonej konkurencji przedsiębiorstwa stale muszą poprawiać skuteczność i efektywność swoich działań. Zarządzający muszą oszacowywać opłacalność swoich projektów, także w obszarze jakości. Coraz większa rola podejmowania decyzji menadżerskich przypada rachunkowi kosztów jakości, który nie tylko stanowi podstawowe źródło dotyczące kosztów, ale także pozwala mierzyć wadliwość produktów, zakłócenia procesów oraz oszacować korzyści związane z poprawą jakości. Celem artykułu jest przedstawienie autorskich wyników badań kosztów jakości, które przeprowadzono w przedsiębiorstwie produkcyjnym branży motoryzacyjnej. W ocenie kosztów jakości posłużono się metodami badawczymi – analizą dokumentacji oraz własnymi obserwacjami i spostrzeżeniami.

Definicja kosztów jakości nie jest precyzyjnie zdefiniowana zarówno przez praktyków, jak i teoretyków z dziedziny jakości. Spotykane w literaturze terminy różnią się treścią, zakresem i obszarem powstawania kosztów jakości [3, s.83]. Dla przykładu J.M. Juran i F.M. Gryna definiują koszty jakości jako „pewne wydatki związane z zapewnieniem produktowi przydatności do użytku" [2, s.69]. F. Nixon natomiast koszty jakości pojmuje jako koszty uzyskania pewności, że klient otrzymywać będzie tylko te produkty, które zostały wykonane zgodnie ze specyfikacją wymagań i wedle jego oczekiwań [4, s.69]. Prezentowane przez różnych autorów poglądy dotyczące kosztów jakości można podzielić na następujące grupy [1, s.25]:

- przyjmujące za podstawę koszty wyodrębnione w procesie produkcji produktu,
- obejmujące wszystkie koszty ponoszone przez organizację,
- dotyczące kosztów, które ponosi użytkownik produktu,
- odnoszące się do kosztów, które są ponoszone podczas całego cyklu życia produktu przez wszystkich użytkowników rynku.

Za najczęściej spotykane rozumienie kosztów jakości uważa się koszty tzw. złej jakości, które są rozpatrywane w kategoriach strat spowodowanych odchyleniami od wymagań jakościowych, czyli błędami. Koszty jakości to nie tylko koszty błędów, ale również koszty działań, które mają zapobiegać powstawaniu tych błędów. Stąd koszty te dzielone są na kilka kategorii związane głównie z prewencją, oceną – badaniami i kontrolą (koszty te uznawane są jako koszty zgodności z wymaganiami jakościowymi) oraz błędami (koszty niezgodności) [5, s.47].

W tabeli 1 zaprezentowano podstawowe elementy kosztów jakości zawarte modelach strukturalnych. Model A. V. Feigenbauma oraz model ASQC wywodzą się z amerykańskiej praktyki gospodarczej, natomiast cztery kolejne są ich kontynuacją i pochodzą z Europy.

Tabela 1 – Podstawowe elementy kosztów jakości zawarte w modelach strukturalnych

A. V. Feigenbaum	ASQC	BS 6143	J. Bank
1. Koszty sterowania jakością. 1.1. Koszty prewencji. 2.1. Koszty oceny. 2. Koszty błędów. 2.1. Koszty błędów (wewnętrzne) 2.2. Koszty błędów (zewnętrzne).	1. Koszty działalności zapobiegawczej. 2. Koszty oceny jakości. 3. Koszty niskiej jakości (wewnętrzne). 4. Koszty niskiej jakości (zewnętrzne).	1. Koszty prewencji, oceny i błędów. 1.1. Koszty prewencji 1.2. Koszty oceny. 1.3. Koszty błędów (wewnętrzne). 1.4. Koszty błędów (zewnętrzne). 2. Koszty procesu. 2.1. Koszty spełnienia wymagań. 2.2. Koszty niespełnienia wymagań.	1. Koszty zgodności. 1.1. Koszty profilaktyki. 1.2. Koszty oceny. 2. Koszty niezgodności. 2.1. Koszty błędów (wewnętrzne). 2.2. Koszty błędów (zewnętrzne). 3. Koszty utraconych korzyści.
ISO 9004-1:1994			ISO 9004-3:1994
I podejście	II podejście	III podejście	
1. Koszty zapobiegania (prewencji). 2. Koszty oceny (badań i kontroli). 3. Koszty błędów. 3.1. Koszty błędów (wewnętrzne). 3.2. Koszty błędów (zewnętrzne).	1. Koszty zgodności (odniesione do procesu). 2. Koszty niezgodności (odniesione do procesu).	1. Straty jakości (wewnętrzne). 1.1. Straty jakości wymierne. 1.2. Straty jakości niewymierne. 2. Straty jakości (zewnętrzne). 2.1. Straty jakości wymierne. 2.2. Straty jakości niewymierne.	1. Koszty wewnętrznego zapewnienia jakości (operacyjne). 1.1. Koszty zapobiegania. 1.2. Koszty oceny. 1.3. Koszty błędów. 1.3.1. Koszty błędów (wewnętrzne). 1.3.2. Koszty błędów (zewnętrzne). 2. Koszty zewnętrznego zapewnienia jakości. 2.1. Koszty prezentacji. 2.2. Koszty badań specjalnych. 2.3. Koszty projektowania i wdrażania systemów jakości.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych [6, s.85]

Modele strukturalne kosztów obejmują następujące kategorie kosztów: koszty prewencji, koszty oceny, koszty błędów oraz koszty zgodności z wymaganiami czy koszty niezgodności z wymaganiami. Obecnie przedsiębiorstwa dobierają model kosztów jakości w oparciu o funkcjonującą strukturę w organizacji, podejmowane działania czy dojrzałość systemu jakości. Zaprezentowane w tab.1 modele nie wykluczają się wzajemnie. Zezwala się na ich adaptacje i kombinację.

Celem przeprowadzonych badań była analiza kosztów niskiej jakości przedsiębiorstwa produkcyjnego branży motoryzacyjnej. Zakres opracowania dotyczył oceny modelu kosztów niskiej jakości, zaproponowanego przez przedsiębiorstwo. W badaniu starano się udowodnić, że koszty jakości należy mierzyć i monitorować, gdyż są one ukierunkowane na wartość tworzoną i dostarczaną klientowi. Wszystkie czynniki obniżające tę wartość są marnotrawstwem zasobów ludzkich, rzeczowych i finansowych. Obiektem przeprowadzonych badań były niezgodne komponenty otrzymane od dostawców (poza specyfikacją) wykryte na wejściu do procesu Działu nr 1, natomiast podmiotem badań – koszty niskiej jakości wygenerowane podczas procesu produkcji systemów bezpieczeństwa w samochodach ciężarowych. Narzędziem badania był zaproponowany model strukturalny kosztów niskiej jakości. Badanie trwało 6 miesięcy (styczeń – czerwiec 2016). W tym czasie odnotowano 54 przypadki wystąpienia kosztów niskiej jakości.

Koszty niskiej jakości bezpośrednio dotknęły następujących obszarów fabryki (przynależnych do Działu nr 1) i w nich zostały one ewidencjonowane: dział montażu, dział

wspierający produkcję, dział logistyczny, dział jakościowy oraz inne działy – np. dział badań i rozwoju.

Tabela 2 przedstawia model kosztów jakości opracowany przez badane przedsiębiorstwo. Struktura modelu dotyczyła trzech grup kosztów: kosztów prewencji (KP), kosztów oceny (KO) oraz kosztów błędów (KB).

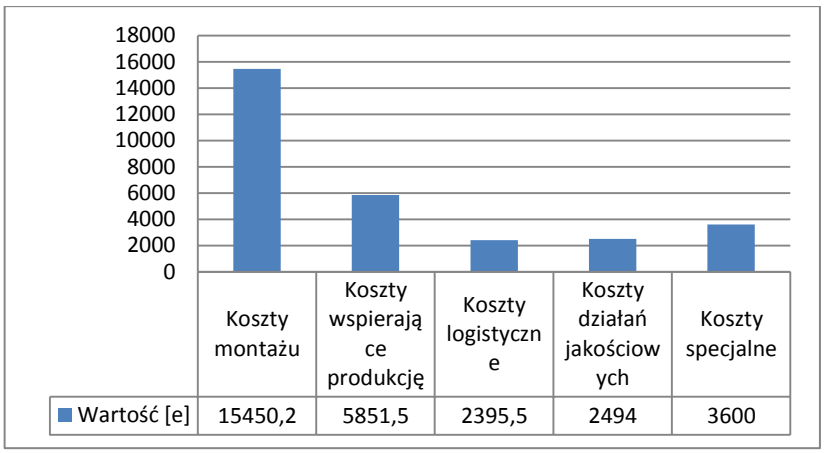
Tabela 2 – Podział kosztów jakości w badanym przedsiębiorstwie

Koszty montażu	
Koszty ponownego montażu	KB
Koszty postoju linii montażowej	KB
Koszty postoju maszyny	KB
Koszty nadgodzin	KB
Koszty wspomagające produkcję	
Koszty sortowania pomieszanych części	KB
Koszty sortowania ze względu na wadę	KB
Koszt złomowania	KB
Koszt przepakowania	
Koszty logistyczne	
Koszty transportów specjalnych	KB
Koszty pracy Specjalisty ds. Logistyki	KB
Koszty działań jakościowych	
Koszty analizy reklamacji	KO
Koszty testowania	KO
Koszty opracowania raportów dla klienta	KB
Koszty reklamacji dla klienta	KB
Koszty pracy Inżyniera Jakości	KB
Koszty koordynacji akcji sortowania	KO
Koszty rozwoju systemu jakości	KP
Koszty szkoleń w zakresie szkolenia pracowników	KP
Koszty kontroli procesu	KP
Koszty specjalne	
Koszty specjalistycznych pomiarów, badań i testów	KO
Koszty zakupu dodatkowego oprzyrządowania	KO
Koszt konsultacji eksperta	KO

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z przedsiębiorstwa

Podczas przeprowadzanego badania ewidencjonowano koszty niskiej jakości wynikające z dostawy problematycznej części na linie montażowe. Każdy przypadek był rejestrowany w bazie i opisywany. Koszty były wyliczane przez kierowników każdego z działów na podstawie wyznaczonej wartości stawki godzinowej lub ustalonych kosztów.

Z przeprowadzonych badań wynika, że w pierwszej połowie 2016 roku przedsiębiorstwo produkcyjne wydało niemal 30 tysięcy euro na działania związane z kosztami niskiej jakości (rysunek 1).

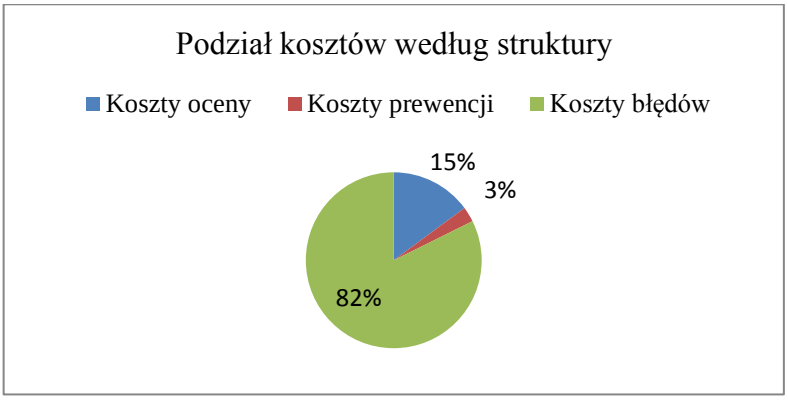


Rysunek 1 – Podsumowanie kosztów niskiej jakości w analizowanym przedsiębiorstwie

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań

Największy udział, ponad połowa wartości poniesionych kosztów niskiej jakości związana jest z kosztami montażu. Znaczny udział mają także koszty wspierające produkcję, czyli koszty sortowania, przepakowywania i złomowania.

Analizując rozkład kosztów według ustalonej struktury (rysunek 2) można dostrzec, że przeważają koszty błędów. Koszty prewencji stanowią zaledwie 3 %, a koszty oceny 15%.



Rysunek 2 – Podział kosztów według struktury kosztów jakości

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań

Proces analizowania kosztów niskiej jakości w przedstawionym przedsiębiorstwie wydaje się mieć wiele zalet. Przede wszystkim uwidocznia zarządzającym koszty ponoszone w związku z wytworzeniem produktów o określonej jakości, spełniających wymagania klienta. Zaprezentowany Dział badanego przedsiębiorstwa w okresie 6 miesięcy wydał niemal 30 tysięcy euro, co stanowi stratę dla organizacji. Zauważyć można, że większość podjętych działań dotyczy kosztów błędów. To one wygenerowały największy udział w ogólnej strukturze rachunku kosztów. Koszty sterowania jakością wynoszą łącznie 18%, w tym koszty prewencji tylko 3%. Przedsiębiorstwo powinno skupić się nad działaniami zapobiegawczymi, gdyż pozwolą one w przyszłości zminimalizować ryzyko zaistnienia błędów.

Przedstawione badanie udowadnia, że koszty jakości stanowią ważny aspekt w przedsiębiorstwie. Ich systematyczna analiza może być źródłem nie tylko oszczędności, ale

również wyznacznikiem słabych stron procesów, które wymagają poprawy, monitoringu i doskonalenia.

Literatura

1. Ciechan – Kujawa M., Rachunek kosztów jakości. Wykorzystanie w zarządzaniu przedsiębiorstwem, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2005, s.25.
2. Juran J. M., Gryna F. M., Jakość: projektowanie, analiza, Wydawnictwa Naukowo -Techniczne, Warszawa 1974, s. 69.
3. Kaplan R.S., Cooper R., Zarządzanie kosztami i efektywnością, Dom Wydawniczy ABC, Warszawa 2000, s.83
4. Kister A., Zarządzanie kosztami jakości. Sposób na poprawę efektywności przedsiębiorstwa, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2005, s. 69.
5. Zymonik Z., Koszty jakości – ewidencjonowanie, analizowanie, [w:] Zarządzanie jakością, Część 2, Normy ISO serii 9000, WCTT, PWR, Wrocław 2005, s. 47
6. Zymonik Z., *Koszty jakości w zarządzaniu przedsiębiorstwem*, Oficyna Wydawnicza Politechniki Wrocławskiej, Wrocław 2003, s.85

A company operating on the market can develop its basic objectives and strategies only if it continuously adjusts to its changing environment and gains competitive advantage. Competitiveness can be achieved, inter alia, by the efficient management of quality costs.

The article presents the author's way of analyzing the quality costs of a manufacturing company. Effective analysis, control, and decision-making on the basis of the organization's quality costs forces a reliable cost accounting based on its structure. In practice, the most common are cost sharing for the following groups: prevention costs, study and evaluation costs, cost of errors (external and internal). It is these cost groups that should be analyzed and optimized to improve the organization.

Rysińska Dominika, doktorantka III-go roku kierunku „Inżynieria Produkcji» na Wydziale Mechanicznym Politechniki Wrocławskiej, Wrocław, Polska. E-mail: dominika.rysinska@pwr.edu.pl

Promotor – ***Anna Burduk,*** dr hab. inż, Wydział Mechaniczny Politechniki Wrocławskiej, Wrocław, Polska.

УДК 658

A. Skomra

POJĘCIE DOJRZAŁOSCI W SCRUM

Niniejszy artykuł prezentuje zarys prowadzonych przez autorki badań, których głównym celem identyfikacja stopnia (poziomu) dojrzałości wdrożenia najpopularniejszego zwinnego podejścia do zarządzania projektem. Struktura artykułu została podzielona na trzy części. Pierwsza dotyczy pojęcia ,,dojrzałości" w literaturze i jego znaczenia. Druga prezentuje krótko najważniejsze elementy Scrum oraz jego ideę. Ostatnia przedstawia zarys prowadzonych badań oraz przyszłą pracę autorek.

Punkt wyjścia do analizy dojrzałości w Scrum stanowi sama definicja tego pojęcia. Według słownika języka polskiego przez dojrzałość należy rozumieć posiadanie wszystkich typowych cech [12]. Definicja ta jest bardzo szeroka i wskazuje na osiągnięcie pewnego stanu przez badaną jednostkę. Odnosić się ona może zarówno do człowieka, aspektów kulturowych jak i również organizacji, rozumianej jako grupę ludzi ukierunkowanych na osiąganie określonych celów przy ograniczonych zasobach [5].

W nieco węższym znaczeniu, dojrzałość to stopień rozwoju jednostki, a także osiąganie przez nią ostatecznego poziomu rozwojowego [3]. Na uwagę w tym przypadku zasługuje słowo ,,ostateczny". Podkreśla ono fakt, że istnieje pewien określony etap, będący tym najwyższym, dla danej jednostki, którego bez zmiany (poprawy) pewnych warunków nie jest

ona w stanie przejść. Świadczy to o osiąganiu różnych poziomów dojrzałości przez poszczególne jednostki, spowodowane m.in. zróżnicowanym dostępem do zasobów, czy też niestabilnym otoczeniem w którym funkcjonuje. Jednocześnie jednak wszystkie jednostki dążą do najwyższego, dojrzałości, który mogą osiągnąć przy danych warunkach, doskonaląc się w różnych obszarach funkcjonowania organizacji.

Dojrzałość określana jest także jako „stopień zapanowania nad procesami firmy" [2]. Ta krótka definicja wskazuje na aspekt poznania procesów organizacji oraz modyfikowania ich, w celu poprawy działania. Wciąż jednak pojęcie dojrzałości związane jest z pewnym stopniem, który został już osiągnięty, bądź też do którego się dąży.

W naukach o zarządzaniu, pojęcie dojrzałości jest często utożsamiane z procesami zachodzącymi w organizacji i określa ono zdolność całej organizacji, a także jej procesów do doskonalenia i tym samym przynoszenia coraz lepszych rezultatów [7]. W tym przypadku mówi się o tzw. dojrzałości procesowej, przez którą należy rozumieć stopień, w jakim procesy są w sposób formalny: zdefiniowane, zarządzane, mierzone oraz efektywne [4]. Tą efektywność podkreśla się również w definicji, która mówi, iż dojrzałość procesowa to efektywne zarządzanie procesami, ukierunkowane na realizację celów strategicznych organizacji [1].

Mówią o *poziomie dojrzałości*, który definiują, jako stopień osiągnięcia wytycznych, wskazywanych przez przyjętą koncepcję. W tym właśnie aspekcie podejmowane są badania autorek, które swoje rozważania skupiają na ocenie osiągniętego w projekcie (głównie informatycznym) stopnia dojrzałości zaleceń określonych w Scrum.

Scrum jest najpopularniejszym zwinnym podejściem do zarządzania projektem, stosowanym przez większość zwinnych praktyków [13]. Został on po raz pierwszy zaprezentowany w 1995r. przez Kena Schwabera na konferencji w Austin [8]. Choć w literaturze często Scrum nazywany jest metodyką, to jednak Schwaber i Sutherland [10] unikają tego określenia, aby nie kojarzyć go z tradycyjnymi podejściami do zarządzania projektem i nie nadawać mu «sztywnych ram», których jedynie pełne spełnienie pozwala na wdrożenia podejścia. Idea Scrum polega na iteracyjnym dostarczaniu produktu, przy jednoczesnym uwzględnianiu zmiennych warunków funkcjonowania oraz zmiennych wymagań klienta. W ten sposób Scrum bazuje na empiryzmie, który osiągany jest dzięki adaptacji, przejrzystości i inspekcji [10].

Scrum budują trzy główne elementy. Są to [9; 10]:

Role – wskazuje się na cztery główne Role, tj. Zespół Scrumowy (składa się z Scrum Mastera, Właściciela Produktu, Zespołu Deweloperskiego); Scrum Master (osoba odpowiedzialna za rozumienie i stosowanie przez Właściciela Produktu i Zespół Deweloperski wartości i reguł Scrum); Właściciel Produktu (osoba tworząca i zarządzająca Rejestrem Produktu, znająca główne cele biznesowe projektu); Zespół Deweloperski (zespół odpowiedzialny za implementację elementów Rejestru Produktu, dostarczający Przyrost na koniec każdej iteracji).

Zdarzenia – wydarzenia, umożliwiające adaptację oraz inspekcję. Do Zdarzeń należą: Sprint (cyklicznie powtarzający się stały okres czasu, w trakcie którego Zespół Deweloperski wytwarza i dostarcza ukończony Przyrost); Planowanie Sprintu (zdarzenie, początkujące każdy Sprint, w trakcie którego określa się Cel Sprintu oraz wybiera elementy Rejestru Produktu, które zostaną wdrożone w trakcie trwania danego Sprintu); Codzienny Scrum (codzienne, krótkie spotkania, ukierunkowane na synchronizację prac członków Zespołu i opracowanie krótkookrsowego, ograniczającego się do jednej doby planu działań); Przegląd Sprintu (zdarzenie na koniec Sprintu, pozwalające na inspekcję dostarczonych funkcjonalności); Retrospektywa Sprintu (zdarzenie będące refleksją nad zakończonym Sprintem).

Artefakty – materialne i niematerialne efekty pracy, do których należą: Rejestr Produktu (określa zakres projektu oraz listę funkcjonalności, które zostaną dostarczone w trakcie trwania całego projektu); Rejestr Sprintu (część Rejestru Produktu, wskazująca na funkcjonalności, które zostaną dostarczone w trakcie trwania danego Sprintu); Cel Sprintu (element wytyczający drogę

Scrum Masterowi oraz Zespołowi Deweloperskiemu w trakcie trwania Sprintu); Przyrost (określa wszystkie dostarczone i zakończone elementy Rejestru Produktu w trakcie danego Sprintu oraz Sprintów poprzednich); Definicja Ukończenia (umożliwia jednakowe rozumienie kiedy dany element jest zakończony).

Role, Zdarzenia i Artefakty są powiązane za pomocą Reguł, które regulują powiązania między nimi [10].

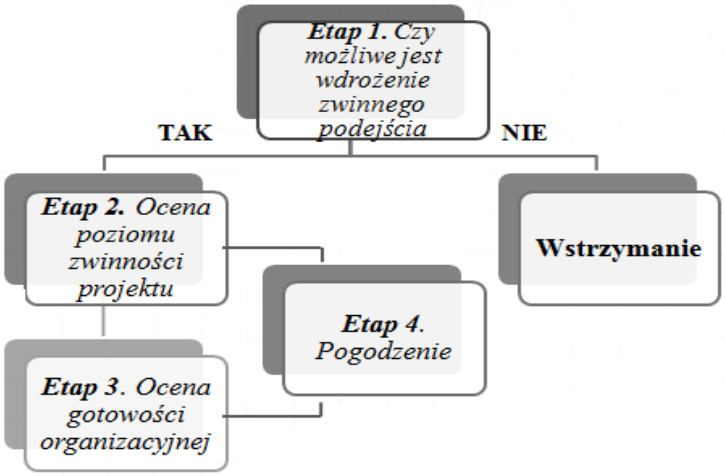
Praca w Scrum rozpoczyna się od opracowania Rejestru Produktu, z którego część elementów wybierana jest do Rejestru Sprintu. W trakcie Sprintu Zespół Deweloperski wdraża elementy z Rejestru Sprintu, tworząc w ten sposób Przyrost. Każdy Sprint rozpoczyna się od Planowania Sprintu, kiedy to wybierane są elementu tworzące Rejestr Sprintu. Ze Sprintem nieodłącznie związany jest Codzienny Scrum, który ukierunkowany jest na adaptację do warunków zmiennego środowiska pracy. Każdy Sprint kończy się Przeglądem dostarczonych funkcjonalności oraz Retrospektywą, która wskazuje na to, co było dobre w danym Sprincie, a co złe [9].

Dojrzałość stanowi istotny aspekt oceny stopnia wdrożenia podejścia Scrum w projekcie. Głównym celem prowadzonych badań jest identyfikacja stopnia wdrożenia wytycznych wskazanych w Scrum do projektu, poprzez ocenę stosowanych praktyk przez cały Zespół Scrum. Oznacza to, że przyjęta definicja dojrzałości w tym kontekście utożsamiana jest ze stopniem wdrożenia praktyk Scrum, a nie dojrzałością procesową w Scrum. Jest to wynikiem tego, iż według Schwabera oraz Sutherlanda [10] Scrum nie jest sformalizowaną metodyką, toteż trudno jest wyróżnić poszczególne procesy zachodzące w projekcie realizowanym w oparciu o to podejście.

Analiza dojrzałości odbędzie się poprzez budowę modelu dojrzałości, ukazującego poszczególne poziomy dojrzałości, opisane za pomocą praktyk, których spełnienie warunkować będzie przejście na poziom kolejny. W ten sposób możliwa będzie odpowiedź na trzy główne pytania: *gdzie obecnie się znajdujemy?* – oceniane będą obecnie stosowane praktyki Scrum;*gdzie możemy być?* – ocena skupiać się będzie na praktykach, które mogą zostać przyjęte w ramach posiadanych zasobów;*jaki sposób przejść na poziom wyższy Scrum?* – ocena praktyk, których spełnienie warunkuje przejście na poziom docelowy.

Model stanowić będzie analizę ścieżki, jaką projekt przechodzi w drodze do doskonalenia w ramach Scrum. Wizualizacja taka umożliwi ocenę, czy w projekcie faktycznie stosowany jest Scrum, czy jedynie jego część lub modyfikacja, które być może mogą ograniczać sukces projektu.

Opracowywany model inspirowany jest modelem SAMI (*Sidky Agile Measurement Index*), który skupia się na ocenie poziomu dojrzałości zarówno projektu, jak i całej organizacji. Bazuje on na czterostopniowym procesie, zaprezentowanym na Rysunku [11].



Rysunek – Czteroetapowy proces

Źródło: [11]

Przedstawiony proces obejmuje cztery główne etapy. Pierwszy koncentruje się na identyfikacji czynników, które mogą uniemożliwić wdrożenie zwinnego zarządzania. Dopiero ocena tych czynników oraz ich wpływu pozwala na podjęcie decyzji o wdrożeniu zwinnego zarządzania do projektu/organizacji. Drugi etap skupia się na ocenie oczekiwanego poziomu zwinności projektu. Ocenie podlega w tym przypadku projekt oraz jego obecny poziom zwinności jak i docelowy. Zakończenie tego etapu warunkuje przejście do kolejnego – oceny pod kątem organizacyjnym, a więc wskazanie obecnego i możliwego do osiągnięcia poziomu zwinności organizacji. Jeżeli docelowe poziomy zwinności projektu i organizacji nie pokrywają się, konieczne jest przejście do etapu 4., a więc pogodzenia, równoznacznego z wskazaniem poziomu zwinności, który możliwy będzie do osiągnięcia zarówno przez projekt, jak i organizację. W sytuacji, gdy poziomy są zgodne, należy podjąć działania, których celem jest wdrożenie praktyk opisujących poziom docelowy, jak i poziomy poprzedzające go [11].

Model SAMI wskazuje na pięć poziomów dojrzałości w odniesieniu do zwinnego zarządzania, opisanych za pomocą konkretnych praktyk. Autorki chcą opracować model, który przedstawiać będzie poziomy dojrzałości w Scrum, wraz z praktykami dedykowanymi do tego podejścia. Ocena dojrzałości skupiać się przede wszystkim na ocenie projektu. Autorki nie chcą jednak całkowicie pominąć organizację, jako istotny element najbliższego otoczenia projektu, dlatego też zidentyfikowane praktyki będą także odnosić się do otoczenia.

Proponowany model składać się będzie z trzech głównych elementów:

- poziomów dojrzałości – stanowiących wiersze w modelu, zidentyfikowanych na podstawie ankiet oraz wywiadów bezpośrednich z członkami Zespołu Scrum;
- praktyk – opracowanych głównie na bazie pogłębionych studiów literaturowych;
- wskaźników – umożliwiających pomiar stopnia spełnienia praktyki Scrum.

Obecnie rozpoczęta została faza badań, których planowany termin zakończenia przypada na połowę 2018 r.

Podsumowanie: Pojęcie dojrzałości może być szeroko rozpatrywane w naukach o zarządzaniu. W propozycji autorek niniejszego artykułu, w odniesieniu do Scrum pojęcie to powinno być utożsamiane ze stopniem wdrożenia wytycznych tego podejścia, dzięki ocenie wdrożonych praktyk. W ten sposób opracowany zostanie model, który umożliwi wizualną interpretację ścieżki jaką przechodzi projekt oraz członkowie Zespołu Scrum.

Obecne badania skupiają się na ocenie dojrzałości projektu pod kątem wdrożenia Scrum. Przyszłe eksploracje tematu mogą koncentrować się na ocenie organizacji oraz jej gotowości na przyjęcie Scrum, tak aby móc wskazać obecną i przyszłą dojrzałość organizacyjną w odniesieniu do praktyk Scrum. Stanowić to będzie drogowskaz dla przedsiębiorstw, które uczą się realizować projekty zgodnie z podejściem Scrum lub dopiero rozważają jego wdrożenie. W ten sposób możliwa będzie kompleksowa ocena stopnia implementacji Scrum, która umożliwi dwustopniową ocenę dojrzałości – najpierw projektu, a następnie organizacji.

Literatura

1. Brajer-Marczak R., Efektywność organizacji z perspektywy modelu dojrzałości procesowej [w:] Zarządzanie i Finanse, red. P. Antonowicz / R. Brajer-Marczak, Wydział Zarządzania Uniwersytetu Gdańskiego, R. 10, nr 1, cz. 3, Sopot, 2012, s. 516

2. Byrski W., Model Dojrzałości Organizacyjnej CMM (Capability Maturity Model) / W. Byrski – Zakopane: V Konferencja PLOUG, 1999

3. Głuszek E., Zarys modelu dojrzałości zarządzania ryzykiem reputacji / E. Głuszek – Wrocław: Management Forum (2) / Research Papers of Wrocław University of Economics, 2014, nr 356, s. 49-71

4. Grajewski P., Organizacja procesowa / P. Grajewski – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2007

5. Griffin R., Podstawy zarządzania organizacjami / R. Griffin – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 1996

6. Kucińska-Landwójtowicz A., Kołosowski M., Determinanty dojrzałości procesowej organizacji, http://www.ptzp.org.pl/files/konferencje/kzz/artyk_pdf_2012/p059.pdf [dostęp: 02.02.2017]

7. Rosemann M., de Bruin T., Application of a Holistic Model for Determining BPM Maturity, BPTrends, 2005, M. Hammer, The Process Audit, „Harvard Business Review", No. 4, 2007, s. 111–123

8. Rubin K. S., Scrum: Praktyczny przewodnik po najpopularniejszej metodyce agile / K. S. Rubin – Gliwice: Helion, 2013

9. Schwaber K., Agile Project Management with Scrum / K. Schwaber – Redmond, WA: Microsoft Press, 2004

10. Schwaber K., Scrum Guide. The Definitive Guide to Scrum: The rules of the game / K. Schwaber, J. Sutherland J., http://www.scrumguides.org, 2013 [dostęp: 8.05.2016]

11. Sidky A., A Structured Approach to Adopting Agile Practices: The Agile Adoption Framework / A. Sidky – Virginia, Blacksburg, 2007

12. Słownik Języka Polskiego PWN, http://sjp.pwn.pl [dostęp: 15.02.2017]

13. VersionOne (2015): 9th Annual The State of Agile Survey. VersionOne, No. 9, Alpharetta, GA, USA.

Maturity is usually associated with the cultural, natural and sociological aspects. In management maturity is identified especially with process maturity. However, maturity could be considered in other way. This paper presents research focused on identified the maturity level of Scrum implementation in IT projects. The article consists of three parts. The first section presented definitions of maturity. In the second sections some information about Scrum are showed. The last section described research on maturity of Scrum implementation.

Agnieszka Skomra (Owczarzak) – doktorantka na Politechnice Wrocławskiej, Wydział Informatyki i Zarządzania, Katedra Systemów Zarządzania, Polska. E-mail: agnieszka.skomra@pwr.edu.pl.

Promotor – ***Dorota Kuchta,*** profesor zwyczajny, Politechnika Wrocławska, Wydział Informatyki i Zarządzania, Katedra Systemów Zarządzania, Polska.

УДК 338.31

Е.А. Алексей

ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Анализ финансовой устойчивости и управление ею является крайне важной и актуальной проблемой как для отдельного предприятия, так и для Республики Беларусь в целом. Совершенно очевидно, что в этом случае финансовая устойчивость страны непосредственно зависит от финансовой устойчивости отдельно взятого предприятия.

Проблема обеспечения устойчивого развития в условиях мирового экономического и валютного кризиса, который затрагивает и реальный сектор национальной экономики, связана с оценкой финансово-экономической деятельности предприятия.

Успешное функционирование субъекта хозяйствования зависит от положительных результатов его деятельности. Устойчивое и стабильное финансовое состояние предприятия характеризуется профессиональным подходом к управлению теми факторами, которые определяют результаты субъекта хозяйствования.

В настоящее время, в условиях мирового экономического и валютного кризиса, требуется усиление роли анализа финансового состояния национальных предприятий и разработка типовых мероприятий, обеспечивающих вывод из кризиса [1, с. 188].

В условиях экономического кризиса финансовое состояние значительной части национальных предприятий является либо неустойчивым, либо кризисным, что не позволяет разрабатывать инновационные стратегии их развития. Поэтому, прежде чем рассматривать направления инновационного развития данных предприятий, необходимо максимально эффективно использовать механизмы финансового оздоровления, с

помощью которых можно было бы вывести их из кризисного состояния. При этом данные механизмы следует оценивать не только с позиции их текущего эффекта, но и с точки зрения анализа создаваемых ими потенциальных возможностей для дальнейшего послекризисного инновационного развития предприятий.

Переход к устойчивому росту экономики Республики Беларусь возможен только на основе превращения отечественных предприятий в эффективные, конкурентоспособные субъекты хозяйствования, привлекательные для отечественных и иностранных инвесторов.

Финансовое состояние предприятия постоянно изменяется. Для выявления причин финансовых проблем необходимо регулярно проводить анализ финансового состояния. В основе анализа финансового состояния предприятия лежит расчет ключевых параметров, дающих картину прибылей и убытков, изменений в структуре активов и пассивов, в расчетах с дебиторами и кредиторами и т. д.

Основными показателями, характеризующими финансово-экономическую деятельность предприятия, являются его платежеспособность и финансовая устойчивость.

Платежеспособность предприятия характеризует ликвидность его баланса. Ликвидность баланса – это степень покрытия обязательств предприятия его активами, срок превращения которых в денежную форму соответствует сроку погашения обязательств. Для оценки ликвидности баланса используются коэффициенты ликвидности.

Коэффициент абсолютной ликвидности определяется на начало и конец отчетного периода как отношение наиболее ликвидных активов (денежных средств и краткосрочных финансовых вложений) к величине краткосрочных (текущих) обязательств:

$$\text{Кабс.} = \frac{\text{ДС} + \text{КФВ}}{\text{КО}}, \qquad (1)$$

где ДС – денежные средства на счетах и в кассе;

КФВ – краткосрочные финансовые вложения;

КО – краткосрочные (текущие) обязательства.

Теоретически нормальное значение этого показателя 0,2÷0,25.

Коэффициент промежуточной (быстрой, оперативной, критической) ликвидности рассчитывается на начало и конец отчетного периода как отношение наиболее ликвидных и быстро реализуемых активов к величине краткосрочных (текущих) обязательств:

$$\text{Кпром.} = \frac{\text{ДС} + \text{КФВ} + \text{ДЗ}}{\text{КО}}, \qquad (2)$$

где ДЗ – быстрореализуемые активы (дебиторская задолженность и прочие активы).

Теоретически нормальной границей этого показателя считается 0,7÷0,8.

Коэффициент текущей (общей) ликвидности определяется на начало и конец отчетного периода как отношение оборотных активов к величине краткосрочных (текущих) обязательств:

$$\text{Ктек.} = \frac{\text{ОА}}{\text{КО}}, \qquad (3)$$

где ОА – величина оборотных (текущих) активов.

Нормальным значением для данного коэффициента считается 2 и более.

В Республике Беларусь при оценке структуры бухгалтерского баланса субъектов предпринимательской деятельности установлены нормативные значения коэффициента текущей ликвидности, дифференцированные по отраслям и подотраслям экономики в диапазоне от 1,0 до 1,7. Этот показатель является одним из важнейших при оценке кредитоспособности предприятия. Он отслеживается государственными органами статистики и управления.

Финансовая устойчивость – это способность предприятия продолжать свою хозяйственную деятельность как в настоящее время, так и в будущем, что в значительной степени определяется наличием собственных источников финансирования.

Для оценки финансовой устойчивости предприятия применяется система абсолютных и относительных показателей, т.е. финансовых коэффициентов.

Основными из них являются:

Коэффициент автономии (независимости, собственности) определяется как отношение величины собственного капитала и величины валюты баланса:

$$Ка = \frac{Кс}{К}, \quad (4)$$

где Кс – собственный капитал предприятия;

К – итог (валюта) баланса.

Нормальным в мировой практике считается значение Ка≥0,5.

Коэффициент финансовой зависимости (напряженности) определяется на начало и конец отчетного периода как отношение величины заемного капитала к общей сумме капитала (итогу, валюте баланса):

$$Кзав = \frac{Кз}{К}, \quad (5)$$

где Кз – величина заемных средств предприятия.

С точки зрения обеспечения финансовой устойчивости значение данного показателя не должно превышать 0,5.

Коэффициент финансирования (покрытия задолженности, финансовой устойчивости) определяется на начало и конец отчетного периода как отношение величины собственного капитала к заемному:

$$Кф.у. = \frac{Кс}{Кз}, \quad (6)$$

Нормальным считается значение этого коэффициента ≥ 2.

Коэффициент обеспеченности запасов собственными оборотными средствами определяется на начало и конец отчетного периода как отношение величины собственных оборотных средств (капитала) к величине запасов (материально-вещественных элементов оборотных средств)

$$Ко.з. = \frac{СОС}{З}, \quad (7)$$

где З – запасы.

Методика расчета абсолютных показателей основана на определении степени обеспеченности запасов источниками формирования, что является сущностью финансовой устойчивости.

Существует ряд факторов и мероприятий, которые позволяют предприятию обеспечивать необходимую динамическую устойчивость предприятия. В частности, проведение научных разработок по совершенствованию технологии производства для снижения излишних затрат; создание новых продуктов для замены устаревших на рынке продуктов; изучение новых потребностей покупателей с учетом демографических, социальных, экономических, научных и политических изменений в стране и в мире в целом; определение эффективного размера предприятия с точки зрения потребностей рынка и эффекта масштаба (соотношения предельного продукта и средних издержек) в краткосрочном и долгосрочном периоде; разработка стратегии и тактики активного приспособления к потребностям и спросу потенциальных покупателей с целью стабилизации или расширения доли предприятия на рынке продуктов.

Чтобы выжить в конкурентной борьбе и укреплять свои рыночные позиции, каждое предприятие должно осуществлять постоянный поиск резервов повышения эффективности своей деятельности путем обеспечения роста конкурентоспособности

выпускаемой продукции. Это объективный процесс, без которого невозможно поступательное развитие. Анализ финансового состояния предприятия содействует экономическому использованию ресурсов, выявлению и внедрению передового опыта, научной организации труда, новой техники и технологии производства, предупреждению излишних затрат, разных недостатков в работе и т.д. В результате этого можно укрепить экономику предприятия, повысить эффективность деятельности.

Государство и общество заинтересовано в сильных и стабильных коммерческих организациях, приносящих обществу качественную и востребованную продукцию [2, с.71].

Кризисные явления представляют угрозу финансовой устойчивости организаций, но, несмотря на это, они имманентно присущи экономическому развитию общества и связаны с необходимостью обновления основного капитала при переходе к новому укладу экономического развития. В связи с этим необходимо четкое понимание роли экономического кризиса в устойчивом развитии организации и принятии своевременных мер по управлению такими кризисами, когда их наступление не является для руководства организацией неожиданностью, а принимаемые меры своевременны и тщательно спланированы. Таким образом, появляется новый вид управления – управление финансовой устойчивостью организации.

Управление финансовой устойчивостью является важной задачей менеджмента на всем протяжении существования предприятия с целью обеспечить независимость от внешних контрагентов (внешняя финансовая устойчивость – устойчивость отвечать по своим долгам и обязательствам) и рациональность покрытия активов источниками их финансирования (внутренняя финансовая устойчивость). Для успешного управления финансовой устойчивостью необходимо четко представлять ее сущность, которая заключается в обеспечении стабильной платежеспособности за счет достаточной доли собственного капитала в составе источников финансирования. Это делает предприятие независимым от внешних негативных воздействий, в том числе обеспечивается независимость от кредиторов и тем самым снижается возможный риск банкротства [5, с.52].

Выживание коммерческих организаций, которым непосредственно не грозит ликвидация по причине банкротства, зависит от уровня и масштабов осуществляемой ими профилактической антикризисной работы, умения фиксировать внимание на так называемых «слабых сигналах» о грядущих, возможно кризисных изменениях и находить тот или иной выход из кризисной ситуации.

Предотвращение финансового кризиса предприятия, эффективное его преодоление и ликвидация негативных его последствий обеспечивается в процессе антикризисного финансового управления предприятием. Антикризисное финансовое управление представляет собой систему принципов и методов разработки и реализации комплекса специальных управленческих решений, направленных на предупреждение и преодоление финансовых кризисов предприятия, а также минимизацию их негативных финансовых последствий.

Можно описать факторы механизма антикризисного управления. Главной целью антикризисного финансового управления является восстановление финансового равновесия предприятия и минимизация размеров снижения его рыночной стоимости, вызываемых финансовыми кризисами. В процессе реализации своей главной цели антикризисное финансовое управление предприятием направлено на решение следующих основных задач: во-первых, своевременное диагностирование предкризисного финансового состояния предприятия и принятие необходимых превентивных мер по предупреждению финансового кризиса. Эта задача реализуется путем осуществления постоянного мониторинга финансового состояния предприятия и факторов внешней финансовой среды, оказывающих наиболее существенное влияние на результаты

финансовой деятельности. Во-вторых, устранение неплатежеспособности предприятия. Это наиболее неотложная и сложная задача в системе антикризисного финансового управления предприятием. В ряде случаев реализация только этой задачи позволяет пресечь углубление финансового кризиса и получить необходимый запас времени для реализации других антикризисных мероприятий. Вместе с тем, необходимо помнить, что нарушение платежеспособности – это лишь один из внешних симптомов проявления финансовых кризисов предприятия, поэтому устранение неплатежеспособности должно осуществляться не столько за счет «латания дыр», сколько путем устранения причин, ее генерирующих. В-третьих, минимизация негативных последствий финансового кризиса предприятия. Эта задача реализуется путем закрепления позитивных результатов вывода предприятия из состояния финансового кризиса и стабилизации качественных структурных преобразований его финансовой деятельности с учетом ее долгосрочной перспективы. Эффективность мероприятий по преодолению негативных последствий финансового кризиса оценивается по критерию минимизации потерь рыночной стоимости предприятия в сопоставлении с докризисным ее уровнем.

Таким образом, в условиях финансового кризиса залогом выживаемости предприятия служит его финансовая устойчивость. Проблемы финансовой устойчивости относятся к числу наиболее важных не только финансовых, но и общеэкономических проблем. Финансово-экономический кризис является своеобразным «экзаменом» для коммерческих организаций, так как в условиях кризиса смогут функционировать только те хозяйствующие субъекты, руководство которых сумело адаптироваться к изменяющимся макро- и микроэкономическим условиям. Для осуществления эффективной деятельности любому предприятию необходимо проводить анализ своей деятельности в динамике за несколько лет, чтобы была возможность выявить недостатки своей работы и принять меры по их ликвидации.

Список литературы

1. Гончарук, Н. А. Модели стратегического развития в условиях перехода к VI информационному укладу мегаэкономики/ Н. А. Гончарук, В. Н. Горев, В. В. Козловский – Минск : Право и экономика, 2015. – 149 с.

2. Мазурина, Т. Ю. Об оценке финансовой устойчивости предприятий / Т. Ю. Мазурина // Финансы. – 2005. – № 10. – С. 70–71.

3. Кован, С. Е. Финансовая устойчивость предприятия и ее оценка для предупреждения его банкротства / С. Е. Кован, Е. П. Кочетков // Экономический анализ: теория и практика. – 2009. – № 15 – С. 52.

The article deals with the problem of improving the financial condition of the company and crisis management of the enterprise in the conditions of economic crisis. Characterization of the financial stability of the enterprise

Алексей Екатерина Александровна, магистрант 1 курса специальности «Финансы, денежное обращение и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: Ful1m00n@mail.ru.

Научный руководитель – ***Козловский Виталий Владимирович,*** доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 65.0

А.А. Алиев

ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ОАО «БЕЛКАРД»

В статье проведена оценка уровня инвестиционной привлекательности на примере промышленного предприятия ОАО «Белкард», основанная на сопоставлении системы показателей, характеризующих уровень инвестиционного потенциала данного субъекта хозяйствования в сравнении с совокупным потенциалом предприятий и организаций Гродненского региона. Определены недостатки развития инвестиционной деятельности предприятия, а также критерии оценки инвестиционной привлекательности. Предложена авторская методика расчета интегрального показателя.

Инвестиционная привлекательность является важнейшим параметром оценки конкурентоспособности любого субъекта хозяйствования. Это связано с тем, что инвестиции являются безусловным фактором эффективного функционирования и развития любого государства, региона, отрасли или предприятия. Объем привлечения инвестиций во многом зависит от сложившегося в государстве инвестиционного климата, а также инвестиционной привлекательности реципиента.

Проведение анализа инвестиционной привлекательности предприятий является достаточно актуальным в современных условиях развития экономических отношений. Это связано с тем, что Республика Беларусь ориентирована на привлечение достаточно больших объемов инвестиций для поддержания эффективного функционирования и развития экономики, которые способны осваивать такие крупные предприятия, как ОАО «Белкард». Инвестиционная привлекательность любого государства напрямую связана с инвестиционной привлекательностью регионов, входящих в его состав, которая в свою очередь складывается из инвестиционных потенциалов предприятий, входящих в него. Инвестиционная привлекательность и инвестиционный климат региона во многом определяют внешнюю инвестиционную среду отраслей и предприятий.

Таким образом, можно сказать, что существует тесная взаимозависимость между инвестиционной привлекательностью предприятия и инвестиционной привлекательностью региона, в котором оно находится. Именно поэтому для оценки инвестиционной привлекательности ОАО «Белкард» мы разработали методику, основанную на сравнении уровня инвестиционной привлекательности данного предприятия с уровнем инвестиционной привлекательности Гродненской области. На наш взгляд, именно сравнение со среднерегиональным уровнем является наиболее оптимальным индикатором при оценке уровня инвестиционной привлекательности данного предприятия. Это связано с тем, что в своей отрасли предприятие является абсолютным лидером региона и не имеет конкурентов, поэтому сравнение с другими предприятиями было бы некорректным. Предлагаемая методика позволит наиболее полно охарактеризовать инвестиционный потенциал исследуемого субъекта хозяйствования.

Для проведения анализа нами была разработана система показателей, позволяющих корректно сравнивать инвестиционную привлекательность предприятия и инвестиционную привлекательность региона, под которой понимается совокупность показателей, определяющих средневзвешенный инвестиционный потенциал всех предприятий региона (таблица 1).

Таблица 1 – Система показателей оценки инвестиционной привлекательности

1. Трудовые	
Y_1	Коэффициент постоянства состава персонала

Y_2	Доля персонала с высшим и средним специальным образованием
2. Экономические	
Y_3	Выручка от реализации на одного занятого
Y_4	Прибыль от основной деятельности на одного занятого
Y_5	Удельный вес экспортной продукции в общем объеме реализованной
3. Финансовые	
Y_6	Рентабельность продаж
Y_7	Рентабельность капитала
Y_8	Коэффициент текущей ликвидности
Y_9	Коэффициент автономии
Y_{10}	Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами
4. Институциональные	
Y_{11}	Отношение дебиторской задолженности к кредиторской
Y_{12}	Доля просроченной дебиторской задолженности в общей сумме задолженности
5. Производственные	
Y_{13}	Производительность труда
Y_{14}	Коэффициент обновления ОС

Источник: собственная разработка автора на основании [1, с. 9]

Данная система включает только положительные показатели, чтобы упростить процесс оценки. Наибольшее количество показателей содержит группа «Финансовые». Это во многом связано с тем, что данные показатели, как правило, наиболее интересны инвесторам.

Показатели распределены по группам относительно факторов инвестиционной привлекательности. Каждой группе показателей присвоены весовые коэффициенты, рассчитанные на основании экспертных оценок:

- 0,16 – для группы «Трудовые»;
- 0,22 – для группы «Экономические»;
- 0,3 – для группы «Финансовые»;
- 0,13 – для группы «Институциональные»;
- 0,19 – для группы «Производственные».

Следующим этапом после составления системы показателей является разработка интегрального коэффициента инвестиционной привлекательности, при помощи которого будут оцениваться субъекты хозяйствования.

На первом этапе вывода интегрального коэффициента необходимо дать оценку каждой группе показателей.

С этой целью для каждого блока показателей рассчитывается интегральная оценка I_k по формуле (1):

$$\boldsymbol{I_k} = \sqrt[n-1]{\prod_{i=1}^{n} \boldsymbol{K_j}}, \quad (1)$$

где $\boldsymbol{K_j}$ – коэффициент душевого производства показателя X_i, i=1,…, n;

n – общее количество показателей.

Коэффициент душевого производства по каждому из показателей рассчитывается по формуле (2):

$$\boldsymbol{K_j} = \frac{\boldsymbol{X_i}}{\boldsymbol{X_{max}}}, \quad (2)$$

где X_i – значение рассматриваемого показателя для одного из рассматриваемых субъектов;

X_{max} – наибольшее значение показателя среди рассматриваемых субъектов.

Коэффициент душевого производства представляет собой сравнительную оценку каждого показателя. Данное сравнение подразумевает сопоставление определенного показателя с максимальным значением того же показателя. При помощи данного метода может быть осуществлено сравнение двух или более субъектов хозяйствования разных уровней, а также находящихся в различающейся среде, что, несомненно, является положительным моментом для потенциального инвестора, так как позволяет выбрать наиболее привлекательную инвестиционную среду из всех возможных для осуществления какого-либо вида деятельности.

Завершающим этапом исследования инвестиционной привлекательности является расчет интегрального коэффициента инвестиционной привлекательности, который производится путем суммирования произведений интегральных показателей по каждой группе факторов:

$$\boldsymbol{I}_{\text{ип}} = \sum_{\boldsymbol{k=1}}^{\boldsymbol{n}} \boldsymbol{W_k} \times \boldsymbol{I_k}\,, \qquad (3)$$

где $I_{ип}$ – интегральный индекс инвестиционной привлекательности;

W_k – весовой коэффициент блока показателей.

Максимальное значение интегрального коэффициента равно 1. Соответственно, критерием определения уровня инвестиционной привлекательности согласно данной методике можно считать приближенность интегрального коэффициента к 1. Кроме того, расчет интегральных оценок групп показателей позволяет выявлять сильные и слабые стороны любого субъекта хозяйствования, что также немаловажно и позволяет сделать оценку максимально ориентированной на цели, установленные инвестором.

На основании данной методики была проведена оценка инвестиционной привлекательности ОАО «Белкард» в сравнении с Гродненским регионом.

На первом этапе исследования нами был произведен расчет коэффициентов душевого производства показателей по формуле 2. Результаты расчетов отражены в таблице 2.

Таблица 2 – Коэффициенты душевого производства показателей инвестиционной привлекательности (по данным за 2015 г.)

Показатель	ОАО «Белкард»	Гродненская область
Y_1	0,893	1,000
Y_2	0,792	1,000
Y_3	0,603	1,000
Y_4	0,761	1,000
Y_5	1,000	0,757
Y_6	1,000	0,298
Y_7	1,000	0,583
Y_8	1,000	0,541
Y_9	1,000	0,871
Y_{10}	0,510	1,000
Y_{11}	1,000	0,708
Y_{12}	0,677	1,000
Y_{13}	1,000	0,680
Y_{14}	1,000	0,673

Источник: собственная разработка автора на основании [1, с. 11; 2; 3, с. 591–643]

Как видно из полученных данных, по большинству показателей преимущество имеет ОАО «Белкард». Предприятие имеет явное преимущество по группам финансовых и производственных показателей. Коэффициенты душевого производства показателей по

Гродненской области выше по группам трудовых и экономических показателей, однако преимущество является минимальным.

Далее рассчитаем интегральные оценки по группам показателей по формуле 1. Результаты расчетов представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Интегральные оценки по группам показателей инвестиционной привлекательности

Группа показателей	I_k – ОАО Белкард	I_k – Гродненская область
Трудовые	0,707	1,000
Экономические	0,677	0,870
Финансовые	0,845	0,535
Институциональные	0,677	0,708
Производственные	1,000	0,457

Источник: собственная разработка автора

На данном этапе исследования Гродненская область превосходит ОАО «Белкард» по 3-м группам показателей: трудовые, экономические и институциональные. Несмотря на то, что преимущество невелико, можно утверждать, что данные группы факторов существенно снижают инвестиционную привлекательность предприятия, так как очевидно, что их значение ниже среднего по области.

В то же время по двум оставшимся группам показателей предприятие имеет явный перевес. Наиболее существенным является преимущество предприятия по группе «Производственные» – 1,000 против 0,457. Также стоит отметить достаточно неплохое финансовое состояние предприятия относительно среднерегионального уровня. В то же время большой перевес по производственным и финансовым показателям у предприятия говорит скорее о наличии проблем в экономике области. Большинство производственных предприятий региона несут убытки вследствие очень низкой производительности труда.

Завершающим этапом исследования является расчет интегрального коэффициента инвестиционной привлекательности по формуле 3. Результаты расчетов данного показателя представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Интегральные коэффициенты инвестиционной привлекательности

Субъект	**Значение $I_{ип}$**
ОАО «Белкард»	0,794
Гродненская область	0,691

Источник: собственная разработка автора

Таким образом, инвестиционная привлекательность ОАО «Белкард» оказалась выше среднерегионального уровня на 0,103. Данное преимущество было достигнуто в первую очередь благодаря более высоким значениям финансовых показателей, таких как: рентабельность продаж (1,000 > 0,298), рентабельность капитала (1,000 > 0,583), коэффициент текущей ликвидности (1,000 > 0,541) на предприятии (см. табл. 2), значимость которых в данной системе оценки является самой высокой.

В то же время нельзя не отметить очень низкий уровень значений некоторых показателей на предприятии. В первую очередь это касается трудовых показателей (коэффициент постоянства состава персонала – 0,893 < 1,000, доля персонала с высшим и средним специальным образованием – 0,792 < 1,000). Среди конкретных проблем, характерных для предприятия, можно отметить недостаток высококвалифицированных кадров среди служащих.

Важным недостатком, характерным как для ОАО «Белкард», так и для региона в целом, является очень высокая текучесть кадров. Данный фактор свидетельствует о

неустойчивости положения предприятия. В то же время стоит отметить достаточно хороший уровень трудовых показателей на ОАО «Белкард». Это, несомненно, положительно влияет на имидж компании в глазах потенциального инвестора.

Более высокий уровень инвестиционной привлекательности говорит о том, что инвестиционный потенциал ОАО «Белкард» выше среднего потенциала организаций Гродненской области. Однако существует ряд недостатков, описанных выше, которые могут не позволить предприятию получить достаточный объем инвестиций в будущем. Решение имеющихся проблем позволит предприятию достичь достаточно высокого уровня инвестиционной привлекательности и рассчитывать на получение инвестиций в достаточно больших объемах.

Список литературы

1. Алиев, А. А. Апробация авторской методики оценки инвестиционной привлекательности регионов (на примере областей Республики Беларусь) / А. А. Алиев // Экономика и управление XXI века : сб. науч. ст. в 2 ч. / ГрГУ им. Янки Купалы ; редкол.: М. Е. Карпицкая (гл. ред.), С. Е. Витун (зам. гл. ред.) [и др.]. – Гродно : ГрГУ, 2016. – Ч. 1. – С. 8–14.

2. Официальный сайт ОАО «Белкард» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belcard-grodno.com/. – Дата доступа: 25.02.2017.

3. Регионы Республики Беларусь: стат. сб. в 2 т. / Национальный статистический комитет Республики Беларусь, редакционная коллегия: И. В. Медведева (председатель редакционной коллегии) [и др.]. – Т. 1: социально-экономические показатели / И. В. Медведева (председатель редакционной коллегии) [и др.]. – Минск, 2015. – 756 с.

The article contains the assessment of the level of the investment attractiveness on the example of Belcard JSC, based on juxtaposition of the system of indicators that characterize the level of investment potential of this business entity in comparison with the total potential of enterprises and organizations of the Grodno region. The shortcomings of the development of investment activity of the enterprise and criteria of investment attractiveness assessment have been identified. The author's own methodology of calculation of the integral index has been proposed.

Алиев Алексей Артемович, студент 4 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: alexey.aliev2011@yandex.by.

Научный руководитель – ***Пичковская-Шевченко Оксана Викторовна,*** старший преподаватель кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 338.5

А.В. Аполонис

АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ДСТ № 6» ДСУ №28)

В данной статье актуализируется проблема значимости анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия для принятия управленческих решений и недопущения негативных последствий от их реализации. Представлены результаты исследования финансово-хозяйственной деятельности предприятия на примере ДСУ № 28. Разработаны направления повышения эффективности деятельности предприятий.

Анализ финансово-хозяйственной деятельности – это один из главных элементов менеджмента любой организации. Он служит средством для выявления резервов роста эффективности деятельности предприятия, обоснования бизнес-плана его развития,

а также контроля его выполнения с ориентацией на конечную цель бизнеса – получение прибыли.

Финансовым результатом деятельности коммерческой организации является максимальная прибыль, критерием эффективности – достижение наибольших результатов при наименьших затратах или при тех же ресурсах, достижение больших результатов деятельности предприятия (выпуск большего объема производства продукции, оказания услуг, получения доходов, прибыли). Эффективность определяется результативными показателями хозяйственной деятельности.

Эффективность – это уровень использования финансовых, материальных и трудовых ресурсов предприятия, средство для достижения высоких финансовых результатов. Финансовый результат, т. е. сумма прибыли, еще не показатель эффективности, она не характеризует уровень эффективности, это результат эффективной работы предприятия.

Анализ финансово-хозяйственной деятельности позволяет оценить экономическую жизнеспособность предприятия на текущий момент и обозримую перспективу. Резко возрастает значение финансовой устойчивости субъектов хозяйствования. Все это значительно увеличивает роль анализа их финансового состояния: наличия, размещения и использования денежных средств. Проведем анализ финансово-хозяйственной деятельности на примере ДСУ № 28.

Дорожно-строительное управление № 28 является филиалом ОАО «ДСТ № 6», образовано 2 октября 1970 г. на базе прорабского участка ДСУ № 24 г. Лида. Место расположения предприятия – Гродненская область, г. Ошмяны, ул. Пионерская, 68. Основным видом деятельности предприятия является строительство и ремонт автомобильных дорог, а также объектов благоустройства. Кроме того – производство асфальтобетона и товарного бетона; производство деловой древесины и пиломатериалов. Рассмотрим финансовые показатели деятельности ДСУ № 28 (таблица 1.)

Таблица 1 – Основные финансовые показатели деятельности ДСУ № 28

Показатели	Год		
	2013	2014	2015
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,021	0,020	0,006
Коэффициент быстрой ликвидности	0,620	0,517	0,720
Коэффициент текущей ликвидности	0,784	0,844	0,824
Общий показатель ликвидности баланса	0,460	0,441	0,472
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности, раз	5,9	4,8	5,7
Показатель оборачиваемости кредиторской задолженности, дней	61	76	64
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности, раз	5,2	6,3	5,4
Показатель оборачиваемости дебиторской задолженности, дней	70	58	68

Источник: собственная разработка на основании данных предприятия

Коэффициент абсолютной ликвидности за период с 2013 года по 2015 год на предприятии не достигал нормативного значения – 0,2. Коэффициент быстрой ликвидности в 2015 году достиг начального уровня нормативного значения – 0,72, что свидетельствует о возможности немедленного погашения краткосрочных активов в случае возникновения необходимости в этом.

В рассматриваемом периоде коэффициент текущей ликвидности в ДСУ №28 также не соответствовал нормативному значению – 2. За период с 2013 по 2015 гг. данный

показатель колебался в диапазоне 0,78–0,84, что свидетельствует о неплатежеспособности предприятия. Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности увеличился в 0,9 раз, что свидетельствует о проблемах с оплатой счетов, а также отложенном графике платежей. Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности снизился в 1,1 раза, что привело к увеличению периода оборачиваемости дебиторской задолженности на 10 дней по сравнению с 2014 годом.

ДСУ № 28 – предприятие, которое укрепило свои позиции на рынке на протяжении существования за счет качества работ. Основную долю в структуре основных средств составляют машины и оборудование – 68,1 % (таблица 2).

Таблица 2 – Анализ эффективности использования основных средств ДСУ №28.

Наименование показателя	Год			Отклонение		Темп роста,% (+, -)	
	2013	2014	2015	2014-2013	2015-2014	2014-2013	2015-2014
Коэффициент ввода	0,133	0,095	0,179	-0,038	0,084	-0,038	+0,084
Коэффициент выбытия	0,011	0,014	0,011	0,003	-0,003	+0,003	-0,003
Коэффициент износа	0,559	0,535	0,569	-0,024	0,034	-0,024	+0,034
Коэффициент годности	0,441	0,465	0,431	0,024	-0,034	+0,024	-0,034
Фондоотдача, руб/руб.	1,204	1,252	1,304	0,048	0,052	104,0	104,2
Фондоемкость, руб/руб.	0,830	0,799	0,767	-0,031	-0,032	96,2	96,0
Фондовооруженность, руб./чел	485,6	428,7	432,3	-56,9	3,6	88,3	100,9
Производительность труда, руб./чел	584,7	536,6	563,8	-48,1	27,2	91,8	105,1
Трудоемкость, руб./чел.	0,002	0,002	0,002	-	-	109,0	95,2

Источник: собственная разработка на основании данных предприятия

Коэффициент ввода основных средств за 2015 год увеличился на 0,084, что повлекло снижение коэффициента выбытия на 0,003. В 2015 году по сравнению с 2014 годом фондоотдача увеличилась на 4,2 %, а по сравнению 2014 с 2013 годом на 4 %. В 2015 году по сравнению с 2014 и в 2014 по сравнению с 2013 годом фондоемкость уменьшалась на 4 % и 3,8 % . Прослеживалось увеличение фондовооруженности в 2015 году по сравнению с 2014 годом – 0,9 %. Производительность труда в 2015 году по сравнению с 2014 увеличилась на 5,1 %, а 2014 г. по сравнению с 2013 годом уменьшилась на 8,2 %. Трудоемкость в 2015 году уменьшилась на 4,8 %. Следует отметить, что для дальнейшего выполнения подрядных работ на предприятии необходимо обновить основные средства для сокращения брака продукции, ввиду того что коэффициент износа составляет больше половины нормативного значения.

Главная цель производственного предприятия в современных условиях – получение максимальной прибыли, что невозможно без эффективного управления капиталом. Поиски резервов для увеличения прибыльности предприятия составляют основную задачу в управлении предприятием.

Большинство показателей анализируемого предприятия, рассчитанных за 2013–2015 гг., не только не достигли нормативного значения, но и имеют тенденцию к снижению. Для исправления сложившейся ситуации руководству организации необходимо принять меры для повышения эффективности финансово-экономической деятельности предприятия, среди которых оптимизация работ по выпуску асфальтобетона. Во время летнего строительного сезона использование производственных мощностей достигает 100 %, при этом для реализации договоров подряда необходимо привлекать

дополнительные ресурсы (дорожно-строительные машины и механизмы) на правах аренды или субподрядные организации, имеющие лицензии на выполнение таких работ, что представляет отток денежных средств.

С увеличением загрузки производственных мощностей начнется обновление активной части основных средств, в первую очередь за счет собственных источников, а также за счет привлечения кредита либо совершения лизинговой сделки.

Наибольший объем дебиторской задолженности предприятия приходится на задолженность заказчиков за продукцию (асфальт). В общей сумме дебиторской задолженности на расчеты с заказчиками приходится 80–90 %. Поэтому управление дебиторской задолженностью на предприятии связано в первую очередь с оптимизацией размера и обеспечением изыскания задолженности покупателей по расчетам за реализованную продукцию (укладка асфальтобетонного покрытия). В целях эффективного управления этой дебиторской задолженностью на предприятии должна разрабатываться и осуществляться особая финансовая политика управления дебиторской задолженностью.

В условиях острой нехватки денежной массы, падения спроса на продукцию на первое место выходит выживание предприятия, то есть его способность платить по своим счетам. Проблема решается путем принятия экстренных мер. Для этого открывается кредитная линия, с уплатой соответствующих процентов за пользование денежными средствами банка.

После обеспечения способности платить по своим счетам на первое место выходит задача поиска объемов работ (заказчиков), закупок сырья для производства асфальтобетона, запасных частей и комплектующих для ДСМ и автотранспорта, то есть восстановления нарушенных хозяйственных связей или поиска партнеров. Проблема решается продвижением продукции на рынок путем выигрыша тендера на торгах. Продвижение предприятия на рынок предполагает активную работу с потенциальными заказчиками с применением гибкой ценовой политики, что будет способствовать расширению занятого предприятием сегмента рынка. Решив проблему эффективного управления бизнесом, организация оказывается перед спектром социальных проблем. Пренебрежение социальными проблемами может привести к повышению текучести кадров, следовательно, значительным издержкам на поиск и обучение новых работников. Трансакционные издержки тем больше, чем выше квалификация служащих и сильнее специфика работы предприятия. Социальное вовлечение работников в процесс производства может существенно повысить производительность труда и качество продукции. На основании проведенного исследования, на ДСУ № 28 предложено для работников, чья деятельность связана с сезонным характером работ (машинисты катков, асфальтоукладки), внедрить бестарифную систему оплаты труда, что позволит увеличить заинтересованность работников в результатах своего труда.

На предприятиях материальные ресурсы в себестоимости выпускаемой продукции занимают значительный удельный вес. Поэтому их учет, хранение и рациональное использование в процессе производства имеют важное значение в повышение эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия. При высоком уровне организации снабжения и производственного процесса организации должны стремиться к установлению минимальных материальных запасов, что позволит увеличить доходы с оборотного капитала. Проведем анализ затрат для производства продукции (таблица 3).

Таблица 3 – Анализ затрат на производство продукции ДСУ № 28 в сопоставимых ценах

Показатели	Год			Темп роста, %	
	2013	2014	2015	2015–2014	2014–2013
Выручка от реализации, млн руб.	88872	88544	94722	107,0	99,6

Себестоимость вы пущенной продукции, млн руб.	70712	72972	79629	109,1	103,2
В т.ч.					
Материальные затраты, млн руб.	54408	49262	46978	95,4	90,5
Материалоемкость, руб.	0,612	0,556	0,496	89,1	90,9
Материалоотдача, руб.	1,633	1,797	2,016	112,2	110,0

Источник: собственная разработка на основании данных предприятия

Как видно из таблицы, материалоотдача за 2015 год увеличилась на 0,055 руб./руб., что привело к уменьшению материалоемкости на 0,004 руб./руб. Рост материалоотдачи ведет к относительной экономии материалов и увеличению объема выпускаемой продукции.

Анализируя положение предприятий в экономике, можно заметить, что большинство из них имеют проблемы первых трех уровней: нехватки наличности для обеспечения платежей, отсутствия партнеров вследствие разорванных хозяйственных связей, неэффективного управления производством, персоналом. Для решения данных проблем необходимо:

1. Уменьшить себестоимость продукции для увеличения доли предприятия на местном рынке, что позволит увеличить объемы реализации продукции. Поиск новых поставщиков – сырье и материалы входят в себестоимость по цене их приобретения с учетом расходов на перевозку, поэтому правильный выбор поставщиков материалов влияет на себестоимость продукции.
2. Ликвидировать или снизить дебиторскую задолженность предприятия, что позволит высвободить значительные средства для предприятия. Погашение кредиторской задолженности. Выплаты процентов по кредитам.
3. Наращивать прибыль от продаж путем увеличения выпуска продукции; улучшения качества продукции; продажи излишнего оборудования и другого имущества или сдачи его в аренду; снижения себестоимости продукции за счет более рационального использования материальных ресурсов, производственных мощностей и площадей, рабочей силы и рабочего времени.

Список литературы

1. Русак, Н. А. Анализ хозяйственной деятельности в промышленности: учебник для вузов / Н. А. Русак, В. И. Стражев. – Минск : Выш. шк., 2011. – 398 с.

In this article, the problem of the importance of analyzing the financial and economic activities of an enterprise for taking managerial decisions and preventing negative consequences from their implementation is actualized. The results of a study of the financial and economic activities of the enterprise are presented on the example of the RCD № 28. The directions for increasing the efficiency of enterprises' activities have been developed.

Аполонис Анна Викторовна, студентка специальности «Экономика и управления и предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: aivetta_112@mail.ru.

Научный руководитель – ***Гораева Татьяна Юрьевна,*** кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 336.748.12(476)

Т.Н. Бекиш, Д.Ю. Трус

ИНФЛЯЦИЯ И АНТИИНФЛЯЦИОННАЯ ПОЛИТИКА В ЭКОНОМИКЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В статье раскрывается сущность, виды, признаки и причины инфляции в экономике; показаны факторы инфляции (внешние и внутренние) и типы инфляции; приведены основные направления антиинфляционной политики.

На современном этапе развития экономики инфляция является одним из наиболее весомых отрицательных факторов, сдерживающих ее нормальное поступательное развитие.

Сложность данного явления заключается в том, что инфляция затрагивает не только экономическую, но и социальную жизнь общества. Отрицательное воздействие инфляции заключается в убытках, которые несут экономические субъекты, неопределенности экономических ожиданий, диспропорции распределения общественного продукта и искажении реального уровня цен.

В рыночной экономике, как свидетельствует зарубежный опыт, избавиться от инфляции невозможно, так как невозможно устранить все факторы, ее вызывающие, и разрушить ее механизмы (бюджетный дефицит, диспропорции в народном хозяйстве, монополистические структуры в экономике, инфляционное ожидание населения и предпринимателей и т.д.). Однако можно сделать ее умеренной и управляемой, применив ряд антиинфляционных мер.

Актуальность изучения данной проблемы обусловлена, прежде всего, высоким уровнем воздействия инфляции на экономическую жизнь. Кроме того, комплексное и всестороннее изучение данной проблемы необходимо для выработки определенных антиинфляционных мер, которые позволят либо избавиться от причины возникновения инфляции, либо от ее последствий. В свете набирающего обороты мирового экономического кризиса сложно переоценить актуальность изучения развития инфляционных процессов и методов борьбы с ними, так как противодействие инфляции наряду со сдерживанием развития инфляционных ожиданий у населения и необходимость всесторонней поддержки национальной экономики становится одной из основных целей государства.

Инфляция (от лат. inflation – надувание, вздутие) – обесценивание денег, происходящее из-за того, что в экономике их становится больше, чем нужно. По мере нарастания инфляции деньгам все труднее выполнять свои функции, обслуживать обращение товаров и услуг, платежные операции и т.п. Зарождаясь на разбалансированном денежном рынке, инфляция долго не задерживается там, а распространяется дальше, поражая производство и потребление.

Инфляция может вызываться различными причинами. В экономике выделяют более 20 видов инфляции. Например, различают инфляцию, связанную с чрезмерной эмиссией наличных денег, инфляцию, вызванную чрезмерными кредитными расходами, превышением спроса над предложением, ожиданием роста цен, изменением цен на сырье (например, на нефть), импортируемую инфляцию, связанную с социальными моментами, с ростом цен в связи с новыми общественными требованиями к качеству продукции, охране окружающей среды, с изменением структуры производства, вызванную ростом налогов или ростом заработной платы и т. д. [1, с. 91].

В усилении инфляции играют существенную роль: монополистическая ценовая практика госпредприятий; несбалансированность платежных отношений; резкое колебание цен на сырьевые ресурсы; чрезмерная централизация капитальных вложений в

государственном бюджете; дотации убыточным предприятиям; отсутствие строгой кредитной дисциплины, учитывающей финансовое состояние и кредитоспособность заемщиков.

Факторы инфляции [2, с. 69]:

– внешние:

1) интернационализация хозяйственных связей – инфляция в других странах сказывается через цены импортируемых товаров; центральный банк страны использует свою дополнительную валюту для скупки у коммерческих банков иностранной валюты;

2) падение курса национальной денежной единицы по отношению к валютам других стран – происходит рост цен на импортные товары; обмен валют требует дополнительной денежной эмиссии;

3) мировые экономические кризисы – сказывается спад производства экспортируемой продукции, растут цены на топливно-энергетические ресурсы (экономика Республики Беларусь на 90 % зависит от импортируемых товаров);

4) состояние платежного баланса страны;

5) валютная и внешнеторговая политика страны;

– внутренние:

1) дефицит государственного бюджета – покрытие его займами центрального банка резко увеличивает количество денег в обращении;

2) расходы на военные цели – увеличивается бюджетный дефицит, а это ведет к инфляции; военный сектор не создает потребительский продукт, а его работники увеличивают платежеспособный спрос;

3) расходы на социальные цели, не адекватные возможностям национальной экономики – при кризисе правительство пытается поддержать население через индексацию заработной платы, различные пособия, доплаты и т.п., что увеличивает количество денег в обращении и усиливает инфляцию;

4) инфляционные ожидания (основной фактор инфляции, «бегство от денег») увеличивает спрос и стимулирует предложение, рост цен, ожидания уровня инфляции вносятся в платежи контрактов (заключаются от 1 года и более);

5) кредитная экспансия – банковские кредитования сверх потребностей страны, что вызывает эмиссию безналичных денег;

6) чрезмерные инвестиции – в отдельные отрасли страны (в сельское хозяйство);

7) структурные нарушения в экономике – между спросом и предложением, накоплением и потреблением, доходами и расходами.

Типы инфляции [2, с. 72]:

1) спроса – проявляется в превышении спроса над предложением при полной загрузке мощностей. Причины: увеличение государственных заказов, рост заработной платы и увеличение покупательской способности населения (в обращении появляется масса денег, не обеспеченная товарами);

2) издержек или предложения – проявляется вследствие роста цен из-за увеличения издержек производства. Причины: увеличение цен на сырье (прежде всего энергоресурсы); действия профсоюзов по повышению заработной платы, монополистическое или олигополистическое ценообразование на ресурсы и др. Рост издержек вызывает сокращение совокупного предложения и дальнейший рост цен.

Существует несколько видов инфляции. Прежде всего те, которые выделяют с позиции темпа роста цен (первый критерий), т.е. количественно:

1) «ползучая» (умеренная) инфляция, для которой характерны относительно невысокие темпы роста цен, примерно до 10 % или несколько больше процентов в год. Такого рода инфляция присуща большинству стран с развитой рыночной экономикой, и она не представляется чем-то необычным;

2) «галопирующая» инфляция (рост цен до 50 % в год). Такие высокие темпы в 80-х

гг. наблюдались, к примеру, во многих странах Латинской Америки, некоторых странах Южной Азии;

3) суперинфляция или гиперинфляция (рост цен более 500 % в год) – цены растут астрономически, расхождение цен и заработной платы становится катастрофическим, разрушается благосостояние даже наиболее обеспеченных слоев общества, бесприбыльными и убыточными становятся крупнейшие предприятия.

Изучение динамики инфляции в Республике Беларусь показывает, что она существует продолжительное время, в результате негативные последствия оказывают влияние на конкурентоспособность экономики страны; инфляционное давление приводит к дорогим кредитам; усиливается долларизация (вместо дедолларизации); снижаются инвестиции под инновации.

Следует отметить, что прирост индекса потребительских цен за 5 лет составил: 2012 г. – 21,8 %, 2013 г. – 16,5 %, 2014 г. – 16,2 %, 2015 г. – 12 % и 2016 г. – 10,6 %.

Инфляция имеет и определенные социальные последствия: ухудшение жизни населения; рост цен значительно превышает реальную заработную плату; стимулы к труду и его качеству падают; страдают больше всего менее защищенные слои населения; сбережения населения обесцениваются; усиливается социальная напряженность.

Таким образом, подрывая процесс воспроизводства в стране, инфляция негативно воздействует на международные позиции государства ослаблением национальной валюты и ухудшением платежного баланса. Поэтому важнейшими задачами являются выработка реализации эффективной антиинфляционной политики.

В рыночной экономике, как свидетельствует зарубежный опыт, избавиться от инфляции невозможно, но сделать ее управляемой, умеренной по плечу управленческим структурам. Государственное регулирование нужно и необходимо в условиях сверхмонопольной экономики, поскольку совладать с монополиями можно только с помощью силовых, административных методов. Но если централизованный контроль, допустим, за ценами вместо исключения становится правилом, приобретает широкомасштабный и продолжительный характер, перестает работать механизм рынка. А это заведомо обрекает на неудачу любые попытки избавиться от инфляции [1, с. 96].

Для борьбы с инфляцией государство проводит антиинфляционную политику, т.е. разрабатывает комплекс взаимосвязанных мероприятий, способствующих снижению инфляции и стабилизации уровня цен. Антиинфляционная политика является важнейшим элементом макроэкономического регулирования.

Так как окончательно избавиться от инфляции невозможно (рыночная экономика инфляционна по своей сути), задача антиинфляционного регулирования состоит в установлении контроля над инфляцией, снижении темпа роста цен до умеренного уровня. Выбор наиболее эффективных методов борьбы с инфляцией возможен только тогда, когда определены ее основные причины. Как известно, инфляция вызывается нарушениями равновесия между совокупным спросом и совокупным предложением. Нарушения равновесия могут быть вызваны либо ростом спроса, либо сокращением предложения. Обе причины могут существовать либо в отдельности, либо вместе.

Наиболее вероятными в условиях повышения инфляции представляются такие меры, принимаемые государством и руководством предприятий, которые в той или иной мере будут направлены на компенсацию трудящимся потерь от удорожания потребительной корзины.

Государство при выборе методов макроэкономического регулирования может рассматривать различные системы мер в области налогово-бюджетной, денежно-кредитной, валютной и социальной политики.

Основные направления антиинфляционной политики:

– сдерживание роста государственных расходов – дефицит бюджета перекрывается не за счет эмиссии, а за счет внутреннего государственного долга;

– постоянное сокращение государственного финансирования видов деятельности, которые можно передать частному сектору;

– ограничение роста денежной массы и его увязка с темпами прироста реального ВНП;

– регулирование доходов – ограничение роста заработной платы, других личных доходов с одновременным замораживанием цен, использование индексации заработной платы и доходов;

– снижение тарифов на импорт и увеличение его на экспорт – создается конкуренция и понижается цена (в области внешней торговли);

– разгосударствление, развитие рыночных отношений, структурная перестройка, конверсия;

– повышение курса национальной валюты – цены импорта ниже и ниже общий уровень цен.

Все многообразие причин, вызывающих инфляцию, можно классифицировать следующим образом: экономические – внутренние (экономическое состояние), макроэкономические (состояние бюджета, платежного баланса, уровень развития производства и др.), глобальные (состояние мировых финансовых рынков); политические – внешние (введение таможенных и прочих запретов), внутренние (уровень доверия населения к правительству); психологические (инфляционные ожидания).

Из перечисленных факторов только внешние политические и глобальные экономические не поддаются регулированию, следовательно, снижение темпов инфляции до желаемого целевого норматива возможно при регулировании остальных факторов, которые можно свести к трем группам: монетарные, немонетарные и структурные. Таким образом, антиинфляционная политика должна включать три направления: меры по ограничению монетарных факторов инфляции, издержек и по структурному регулированию рынка. В общем виде основной причиной инфляции выступает несоответствие денежной и товарной массы.

Подводя итог, необходимо отметить, что для эффективной борьбы с инфляцией и обеспечения устойчивого экономического развития в нашей стране необходимо проводить взвешенную умеренно жесткую денежно-кредитную политику, обеспечивать ценовую конкурентоспособность на основе динамики реального валютного курса, снижать материалоемкость и энергоемкость производства. Кроме того, необходимо проводить меры по улучшению инвестиционно-делового климата в стране.

Список литературы

1. Мороз, А. И. Социально-экономический потенциал региона и эффективность его использования: теория и практика: монография / А. И. Мороз. – Гродно : ГрГУ, 2014. – 479 с.

2. Зубко, Н. М. Национальная экономика Беларуси: краткий курс лекций / Н. М. Зубко, А. Н. Каллаур, А. Н. Зубко. – Минск : ТетраСистемс, 2012. – 224 с.

The article reveals the essence, types, signs and causes of inflation in the economy; inflation factors (external and internal) and types of inflation are shown; the main directions of anti-inflationary policy are given.

Бекиш Татьяна Николаевна, студентка 2 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: bekishta@mail.ru.

Трус Диана Юрьевна, студентка 2 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: dinni14@mail.ru.

Научный руководитель – ***Мороз Аркадий Иосифович***, кандидат экономических наук, доцент, профессор кафедры экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 330.322.5

Ю.С. Белоцкая-Мозоль

ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ОАО «ГРОДНО АЗОТ»

В статье сформулированы основные показатели, позволяющие оценить эффективность инвестиционной деятельности организации. Апробация предложенных показателей проводилась на данных ОАО «Гродно Азот». В результате была исследована эффективность инвестиционной деятельности ОАО «Гродно Азот» на примере его инвестиционного проекта и сделаны выводы.

Возможности развития экономики и достижение экономического роста во многом определяются инвестиционными процессами в стране. Следовательно, инвестиционная деятельность является одной из ключевых форм экономической деятельности человека, а ее анализ – одним из важнейших условий успешного функционирования организации.

Инвестиционная деятельность организации представляет собой целенаправленно осуществляемый процесс изыскания необходимых инвестиционных ресурсов, выбора эффективных объектов (инструментов) инвестирования, формирования сбалансированной по избранным параметрам инвестиционной программы и обеспечения ее реализации. Поэтому определяющая цель данного исследования – сформулировать методику для оценки эффективности инвестиционной деятельности организации и апробировать ее на примере ОАО «Гродно Азот».

Для достижения поставленной цели необходимо выполнить ряд задач:

- обосновать основные показатели инвестиционной деятельности организации и на основании их сформулировать методику для комплексного анализа;
- проанализировать состояние и эффективность инвестиционной деятельности ОАО «Гродно Азот»;
- разработать рекомендации по совершенствованию инвестиционной деятельности ОАО «Гродно Азот».

Объектом исследования выступает ОАО «Гродно Азот». Предмет исследования – показатели эффективности инвестиционной деятельности организации.

Основным элементом инвестиционной деятельности организации является инвестиционный проект. Другими словами можно сказать, что инвестиционная деятельность организации представлена совокупностью инвестиционных проектов либо включает в себя только один проект. Значит, оценка эффективности инвестиционной деятельности заключается в оценке эффективности ее инвестиционных проектов [1, с. 54].

Таким образом, эффективность инвестиционной деятельности организации характеризуется совокупностью показателей, отражающих рациональность и оптимальность принятых организацией инвестиционных проектов. Для того чтобы организация имела возможность выжить в условиях жесткой конкурентной борьбы и привлекать дополнительные инвестиции в свои проекты, при этом получая прибыль, руководству необходимо владеть методикой оценки эффективности инвестиционного проекта, иметь определенную информационную базу для его проведения и квалифицированных аналитиков для реализации этой методики на практике.

В рамках данного исследования мы сформулировали показатели, позволяющие оценить эффективность инвестиционной деятельности организации. К ним относятся: чистый дисконтированный доход; простой срок окупаемости; срок окупаемости инвестиций с учетом дисконтирования; внутренняя норма доходности; индекс доходности; уровень безубыточности.

Каждый из вышеперечисленных показателей позволяет проанализировать основные направления, характеризующие инвестиционную деятельность организации. Их следует

использовать комплексно, однако допускается использовать каждый из показателей самостоятельно. Использование комплексно позволит более точно и правильно охарактеризовать эффективность инвестиционной деятельности организации.

Источниками информации для сформулированных показателей послужат данные по инвестиционным проектам организации.

В исследовании апробация показателей для оценки эффективности инвестиционной деятельности организации была проведена на данных ОАО «Гродно Азот» по инвестиционному проекту «Строительство цеха по производству азотной кислоты мощностью 1200 тонн в сутки с реконструкцией действующего производства КАС» на 2011–2023 гг.

Ориентировочная стоимость анализируемого инвестиционного проекта составляет 250 873 тыс. USD, в т. ч.:

1) Капитальные затраты всего – 208 770 тыс. USD, в т. ч.:

- 24 335 тыс. USD – проектные затраты;
- 118 335 тыс. USD – стоимость поставок материалов и оборудования;
- 46 370 тыс. USD – строительно-монтажные работы;
- 14 130 тыс. USD – прочие затраты (ж/д транспорт);
- 5 600 тыс. USD – пуско-наладочные работы.

2) НДС, уплачиваемый при осуществлении капитальных затрат – 41 754 тыс. USD. Прирост чистого оборотного капитала – 349 тыс. USD.

Источником финансирования данного проекта являются собственные средства ОАО «Гродно Азот» и кредитные ресурсы.

Используя данные ОАО «Гродно Азот» по анализируемому инвестиционному проекту, мы рассчитали показатели оценки его эффективности.

Чистый дисконтированный доход (ЧДД), который отражает накопленный дисконтированный доход (сальдо реальных денег, эффект) за весь расчетный период, рассчитывался по формуле (1) [2, с. 24]:

$$ЧДД = \sum_{t=1}^{Т} \frac{Д_{пt} - Д_{оt}}{К_д} = \sum_{t=1}^{Т} \frac{ДП_t}{К_д}, \quad (1)$$

где $Д_{пt}$ – дисконтированный приток в конце периода t;
$Д_{оt}$ – дисконтированный отток в конце периода t;
$ДП_t$ – денежный поток в конце периода t;
$К_д$ – коэффициент дисконтирования, который рассчитывается по формуле (2) [2, с. 17]:

$$К_д = \frac{1}{(1+Е)^t}, \quad (2)$$

где t – расчетный период;
Е – норма дисконта.

Так как при расчете коэффициента дисконтирования используется ставка дисконтирования, то необходимо определить ее значение. Для этого произведем расчет средневзвешенной ставки дисконтирования для данного проекта (таблица).

Таблица – Расчет средневзвешенной ставки дисконтирования для данного проекта

Наименование источника финансирования	Сумма, USD	Уд. вес, %	Ставка, %	Обоснование ставки
Кредитные средства	125 570	50,05	9,77%	ставка по кредиту
Собственные средства	125 303	49,95	5,00%	ставка по депозиту в валюте

Итого капвложений	250 873	100	7,39%	

Источник: собственная разработка автора.

Таким образом, в рассматриваемом проекте ставка дисконтирования принята на уровне 7,39 %. Значит, чистый дисконтированный доход составляет 15 138 тыс. USD, что говорит об эффективности проекта по данному критерию, так как полученный показатель больше нуля.

Для расчета *простого срока окупаемости инвестиций* следует определить срок, который понадобится для возмещения суммы первоначальных инвестиций, то есть вычислить тот период, за который кумулятивная сумма (сумма нарастающим итогом) денежных поступлений сравнивается с суммой первоначальных инвестиций [1, с. 75]. По инвестиционному проекту «Строительство цеха по производству азотной кислоты мощностью 1200 тонн в сутки с реконструкцией действующего производства КАС» простой срок окупаемости составил 9 лет.

Так как *срок окупаемости инвестиций с учетом дисконтирования* рассчитывается с наиболее раннего момента времени в расчетном периоде, после которого чистая текущая стоимость становится положительной и в дальнейшем остается неотрицательной, то на ОАО «Гродно Азот» по анализируемому инвестиционному проекту он составил 11,3 года [3, с. 111].

Внутренняя норма доходности по проекту «Строительство цеха по производству азотной кислоты мощностью 1200 тонн в сутки с реконструкцией действующего производства КАС» рассчитывалась с помощью значения ставки дисконтирования, при котором чистый дисконтированный доход проекта равен нулю, и составила 8,9 % [4, с. 156]. Проект по данному критерию оказался эффективным, так как показатель внутренней нормы доходности превышает значение ставки дисконтирования, следовательно, его нужно принимать.

Для определения *индекса доходности* (прибыльности) анализируемого инвестиционного проекта ОАО «Гродно Азот» использовалась формула (3) [5]:

$$\text{ИД} = \frac{\text{ЧДД+ДИ}}{\text{ДИ}}, \qquad (3)$$

где ДИ – дисконтированная стоимость общих инвестиционных затрат за расчетный период (горизонт расчета).

Для инвестиционного проекта «Строительство цеха по производству азотной кислоты мощностью 1200 тонн в сутки с реконструкцией действующего производства КАС» данный показатель составил 1,09. Так как его значение получилось больше 1, то проект является эффективным и рациональным и его следует принимать.

Уровень безубыточности (УБ) инвестиционного проекта определялся по формуле (4) [5]:

$$\text{УБ} = \frac{\text{условно−постоянные издержки}}{\text{маржинальная (переменная) прибыль}} * \mathbf{100}, \qquad (4)$$

где маржинальная (переменная) прибыль – выручка от реализации за минусом условно-переменных издержек и налогов из выручки.

Для инвестиционного проекта ОАО «Гродно Азот» уровень безубыточности по всем периодам не превышает 20 % при нормативе в 60 %, что свидетельствует об эффективности анализируемого проекта.

В результате проведенной оценки эффективности инвестиционного проекта «Строительство цеха по производству азотной кислоты мощностью 1200 тонн в сутки с

реконструкцией действующего производства КАС» в ОАО «Гродно Азот», было выявлено, что по всем анализируемым показателям проект является эффективным и его следует принимать. Период окупаемости проекта не превысит 12 лет, что также свидетельствует о неплохом значении для такого масштабного и сложного производства.

Однако несмотря на эффективность инвестиционной деятельности ОАО «Гродно Азот», ее совершенствование является одной из ключевых целей по достижению устойчивого экономического роста и стабильного развития организации. Поэтому вносить изменения в содержания имеющихся проектов и разрабатывать новые нет необходимости, но следует сконцентрировать внимание на поиски новых и развитие уже имеющихся форм привлечения инвестиций.

Наиболее подходящими формами инвестирования в деятельность ОАО «Гродно Азот» мы считаем:

1. *Увеличение финансирования за счет собственных средств*, что обусловлено сокращением зависимости от привлечения инвестиций со стороны. Так как в ОАО «Гродно Азот» уже используется данная форма инвестирования, то необходимо увеличить их удельный вес в общем объеме инвестиций за счет увеличения доходов организации. Для этого следует провести следующие мероприятия:

- увеличить объемы реализации выпускаемой продукции за счет поиска новых рынков сбыта и проведения специальных маркетинговых исследований и мероприятий;
- оптимизировать существующую ассортиментную политику;
- снизить затраты на производство продукции за счет повышения технического уровня производства с помощью внедрения новых прогрессивных технологий, механизации и автоматизации производственных процессов.

2. *Привлечение консигнации*.

Консигнация – форма комиссионной продажи товара, при которой его владелец (консигнант) продает комиссионеру товар на его склад. При этом товар, поступивший на склад комиссионера, остается собственностью консигнанта до момента его реализации. Как правило, если товар не реализуется длительное время, то он возвращается обратно консигнанту за его счет [6].

3. *Использование лизинга*, который представляет собой кредит, предоставляемый лизингодателем лизингополучателю в форме передаваемого в пользование оборудования (товарный кредит) [7].

4. *Выпуск облигаций*. Суть этой формы инвестирования заключается в том, что, купив облигацию организации, инвестор становится его кредитором. Выпуск облигаций по общему правилу осуществляется, когда требуются средства для финансирования новых инвестиционных проектов, доходы и расходы при реализации которых можно предсказать [8, с. 345].

Таким образом, выполнение предложенных мероприятий позволит ОАО «Гродно Азот» повысить эффективность инвестиционной деятельности организации, увеличить объем реализации выпускаемой продукции, повысить технический уровень производства и уменьшить степень зависимости от заемного капитала.

Список литературы

1. Непомнящий, Е. Г. Экономическая оценка инвестиций: учеб. пособие / Е. Г. Непомнящий. – Таганрог : ТРТУ, 2005. – 292 с.

2. Ткаченко, А. Н. Оценка эффективности инвестиционных проектов: учеб. пособие / А. Н. Ткаченко. – Новокузнецк, 2003. – 78 с.

3. Непомнящий, Е. Г. Экономическая оценка инвестиций: учеб. пособие / Е. Г. Непомнящий. – Таганрог : ТРТУ, 2005. – 292 с.

4. Кантор, Е. Л. Экономика предприятия / Е. Л. Кантор, Г. А. Маховикова, В. Е. Кантор. – СПб. : Питер, 2009. – 224 с.

5. Бизнес-план ОАО «Гродно Азот». – Гродно, 2015.

6. 22 альтернативных способа привлечения финансирования на развитие бизнеса // Международный альянс по развитию бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://becoming-researcher.com/2014/02/16/22-ways-to-attract-financing-for-business-development/.

7. Лизинг – что это? // Информационно-аналитический портал Инфобанк.бай [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://infobank.by/lizing-chto-eto/.

8. Круглова, Н. Ю. Хозяйственное право / Н. Ю. Круглова. – 2-е изд. – М. : Изд-во РДЛ, 2001. – 912 с.

The article sets out the basic indicators to evaluate the effectiveness of the investment activities of the organization. Testing of proposed indicators was carried out on the data of JSC «Grodno Azot». The result has been investigated efficiency of investment activity of JSC «Grodno Azot» by the example of his investment project and conclusions.

Белоцкая-Мозоль Юлия Сергеевна, студентка 5 курса специальности «Менеджмент» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: ybeloczkaya@bk.ru.

Научный руководитель – ***Рабцевич Валентина Вениаминовна,*** доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 338.5

Т.А. Будевич

НЕОБХОДИМОСТЬ И ТЕНДЕНЦИИ ИНВЕСТИЦИЙ В ОСНОВНОЙ КАПИТАЛ, ИСТОЧНИКИ ИХ ФИНАНСИРОВАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

В статье рассматривается необходимость инвестиций в экономику Беларуси. Проведен анализ динамики и структуры инвестиций в основной капитал на примере Гродненской области, а также источников их финансирования.

Государственная инвестиционная политика в современных условиях исходит из того, что обеспечение высоких темпов роста инвестиций в основной капитал является важнейшим фактором дальнейшего экономического роста, стабильного технологического и социального развития Беларуси.

В рыночных условиях и период глобального мирового кризиса перед каждым субъектом хозяйствования стоит задача выдержать в конкурентной борьбе за рынки сбыта и обеспечить эффективность своей предпринимательской деятельности. Конкурентоспособность предприятия во многом зависит от наличия и степени использования материально-технической базы предприятия.

В современных условиях инвестиционная деятельность является основной движущей силой экономического роста, структурной перестройки экономики [1, с. 9].

Обеспечение устойчивого экономического роста требует согласованного решения задач формирования технологической, институциональной и организационной структур, способных соединить все необходимые элементы в целостные воспроизводственные контуры роста современного технологического вклада, создавая условия для модернизации и повышения эффективности экономики в целом и эффективности деятельности каждого субъекта хозяйствования. Для этого должна быть создана благоприятная макроэкономическая среда для подъема инвестиционной и инновационной активности и сформированы адекватные мотивы предпринимательского поведения на микроэкономическом уровне.

Инвестиции представляют собой любое имущество – денежные средства, ценные бумаги, оборудование, результаты интеллектуальной деятельности, принадлежащие инвестору, и имущественные права, вкладываемые инвестором в объекты инвестиционной деятельности, с целью получения прибыли или достижения иного значимого результата [2].

Инвестиции в основной капитал представляют собой совокупность затрат, направляемых на приобретение, воспроизводство и создание новых основных средств [3].

Необходимым условием развития каждого субъекта хозяйствования является высокая инвестиционная активность с целью обеспечения инновационного пути развития. Стратегическая цель инвестиционной политики состоит в мобилизации и эффективном использовании инвестиционных ресурсов для реализации приоритетов и перестройки деятельности предприятия в соответствии с запросами внутреннего и внешних рынков.

Данная цель достигается посредством роста объемов реализуемых инвестиционных ресурсов и наиболее эффективного их использования в приоритетных сферах материального производства и социальной сферы. В XXI веке смогут занять достойное место в мировом сообществе только те страны, которые идут по пути инновационного развития, обеспечивают структурную перестройку и модернизацию экономики и на этой основе рост конкурентоспособности отечественной продукции. Реализация данного приоритетного направления требует повысить роль научных исследований и разработок, превратить научно-инновационный потенциал в один из важнейших ресурсов устойчивого экономического роста.

В основу направлений научно-технической и инновационной деятельности в Республике Беларусь положены ресурсосберегающие и энергоэффективные технологии производства конкурентоспособной продукции, новые материалы и новые источники энергии, информационные и телекоммуникационные технологии, технологии производства, промышленные биотехнологии, экология и рациональное природопользование.

Приоритетом инвестиционной политики станет привлечение инвестиционных ресурсов в производственную сферу и сосредоточение их на реализации инвестиционных проектов с высокими наукоемкими и ресурсосберегающими технологиями экспортной и импортозамещающей направленности. Реализация таких проектов будет осуществляться с государственной поддержкой в установленных законодательством формах.

На основе инноваций создаются благоприятные условия для внедрения в производство передовых ресурсосберегающих технологий. Для Беларуси как страны, ввозящей сырьевые и энергетические ресурсы и расходующей их на производство единицы продукции в 2–3 раза больше, чем экономически развитые государства, указанный приоритет имеет стратегическое значение. Высокий интеллектуальный ресурс Беларуси должен быть задействован на обеспечение перехода от материало и энергоемкого производства к наукоемкому ресурсосберегающему и экологически чистому производству. Экономия средств на импорте сырья и транспортировке готовой продукции будет содействовать обеспечению положительного сальдо внешней торговли товарами, даст возможность получить дополнительные конкурентные преимущества.

Инвестиции формируют производственный потенциал на новой научно-технической базе и предопределяют конкурентные позиции стран на мировых рынках. При этом далеко не последнюю роль для многих государств, особенно вырывающихся из экономического и социального неблагополучия, играет привлечение иностранного капитала в виде прямых капиталовложений, портфельных инвестиций и других активов. Инвестиции играют важную роль как на макро-, так и на микроуровне. По сути, они определяют будущее страны в целом, отдельного субъекта хозяйствования и являются двигателем в развитии экономики.

Инвестирование является главным фактором, который может сохранить конкурентоспособность национального производства в Республике Беларусь, т. е. оно способствует наращиванию экспорта товаров, работ и услуг, что является необходимым для модернизации технико-технологической базы.

Характеристика динамики роста валового регионального продукта и структуры инвестиций за 2012–2014 гг. в основной капитал по сферам деятельности на региональном уровне (Гродненской области) наглядно приведена в таблице 1.

Таблица 1 – Динамика валового регионального продукта и структура инвестиций в основной капитал по сферам деятельности Гродненской области за 2012–2014 гг.

Наименование показателя	Единица измерения	2012 г., млрд руб.	2013 г., млрд руб.	Темп роста, %	2014 г., млрд руб.	Темп роста, %
Валовой региональный продукт	млрд руб.	41 419,9	55 271,5	133,4	66 916,8	121,1
Инвестиции в основной капитал – всего	млрд руб.	18 526,5	24 058,4	129,9	27 607,8	114,8
в том числе в:						
- сферу производства	млрд руб.	11 432,5	16 115,4	141,0	17 017,0	105,6
удельный вес	%	61,7	67,0	108,6	61,6	91,9
- сферу услуг	млрд руб.	7 094,0	7 943,0	112,0	10 590,7	133,3
удельный вес	%	38,3	33,0	86,2	38,4	116,4

Источник: собственная разработка на основании [3]

Как свидетельствуют данные таблицы 1, валовой региональный продукт по Гродненской области растет более высокими темпами, чем инвестиции в основной капитал, что подтверждает в целом их эффективность. За 2013 г. по сравнению с 2012 г. опережение составило 3,5 процентных пункта, а за 2014 г. по сравнению с 2013 г. – 6,3 процентных пункта. Если рассматривать инвестиции в сферу производства, то они занимают в общем объеме свыше 60 %. Однако за 2014 г. наметилась тенденция снижения доли инвестиций в производство на 5,4 % за счет увеличения доли инвестиций в сферу услуг.

Любое предприятие в процессе своей деятельности сталкивается с вопросом нехватки финансовых и материальных ресурсов, иначе говоря, нуждается в инвестициях. Источники финансирования инвестиций в основной капитал предприятия представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Источники финансирования в основной капитал предприятия

Источники финансирования инвестиций	
Собственные	Привлеченные (заемные)
Взносы учредителей в уставный фонд организации	Кредиты коммерческих банков
Прибыль	Лизинговый кредит
Амортизационные начисления	Ипотечный кредит
Реализация излишних активов	Эмиссия корпоративных облигаций
	Факторинг
	Прочие ссуды

Источник: собственная разработка

Собственные средства предприятий являются основой инвестиций в основной капитал. Однако, когда встает вопрос о технологическом переоснащении предприятия, то самому предприятию это не под силу. Для этого необходим поиск дополнительных источников финансирования, так как высокая стоимость высокотехнологичных проектов требует все более активного привлечения заемного капитала.

Потребность в обновлении основного производственного капитала для субъектов хозяйствования достаточно большая, что вызвано высокой степенью износа основных фондов. Как для экономики Беларуси, так и для Гродненской области является

характерным недостаточность инвестиционных ресурсов для тех предприятий, которые решают проблемы преобразования своей неэффективной деятельности с учетом необходимости встраивания в систему мирохозяйственных отношений.

В структуре инвестиций Гродненской области в основной капитал по источникам финансирования происходят изменения, что представлено в таблице 3.

Таблица 3 – Структура инвестиций Гродненской области в основной капитал по источникам финансирования (в процентах к итогу)

	2012 г.	2013 г.	Отклонение,+,-	2014 г.	Отклонение,+,-
Инвестиции в основной капитал – всего	100	100	-	100	-
в том числе за счет:					
внебюджетных фондов	0,03	0,1	0,1	0,1	-
консолидированного бюджета	14,5	15,8	1,3	13,0	-2,8
средств населения	3,3	4,8	1,5	6,0	1,2
собственных средств организаций	28,8	31,6	2,8	32,8	1,2
заемных средств других организаций	0,6	2,5	1,9	0,8	-1,7
кредитов банков	39,0	36,6	-2,4	41,2	4,6
в т.ч.					
-кредитов (займов) иностранных банков	8,1	14,8	6,7	20,5	5,7
иностранных инвестиций (без кредитов (займов) иностранных банков)	7,9	1,9	-6,0	1,6	-0,3
прочих источников	5,9	6,7	0,8	4,5	--2,2

Источник: собственная разработка на основании [3]

Из данных таблицы 3 можно сделать вывод, что за период с 2012 по 2014 год основными источниками инвестиций в Гродненской области являются кредиты банков и собственные средства предприятий. Несмотря на высокую стоимость кредитных ресурсов, на долю кредитов банков приходится около 40 % ресурсов инвестиций в основной капитал. С уменьшением их стоимости наметилась тенденция увеличения доли кредитов банков в финансировании инвестиций на 4,6 пункта за 2014 г. Данный прирост обеспечен в полном объеме приростом кредитов иностранных банков, доля которых выросла на 5,7 пункта по сравнению с 2013 г., что связано с более низкой процентной ставкой по кредитам. Доля собственных источников составляет свыше 30 % и имеет устойчивую тенденцию роста. Также наблюдается устойчивая тенденция роста в источниках финансирования инвестиций доли средств населения. Соответственно, наблюдается тенденция уменьшения в источниках финансирования инвестиций в основной капитал доли бюджетных средств на 2,8, заемных средств других организаций – на 1,7 и прочих источников – на 2,2 пункта.

Таким образом, выполнение Программы развития промышленного комплекса Республики Беларусь потребует активизировать инновационное развитие национальной экономики, создать необходимые условия для обеспечения устойчивого и эффективного ее развития, а также реализовать социально-экономические приоритеты страны, что позволит повысить уровень и качество жизни народа.

Основной целью инвестиционной политики сегодня становится улучшение макроэкономического климата в целях максимального вовлечения в сферу инвестиционной деятельности национальных валовых сбережений и обеспечение

положительной динамики прироста инвестиций на уровне не менее 4–5 % в год для сохранения устойчивого роста экономики с темпами ежегодного увеличения валового внутреннего продукта на 3–4 %.

С этой целью применяют два основных направления инвестиционной деятельности:

- модернизация предприятия посредством технологического обновления действующего производства;
- создание новых видов деятельности.

Источниками финансирования могут быть как собственные, так и заемные ресурсы.

В связи с этим на первый план выходят следующие задачи:

- эффективная реализация новых подходов, механизмов и инструментов к осуществлению инвестиционной политики в основной капитал;
- рост объемов и эффективности использования источников инвестиционного развития региона и Республики;
- широкое внедрение в практику нетрадиционных источников финансирования инвестиций в основной капитал, таких как лизинг, облигационные займы и кредиты банков, у которых процентная ставка в дальнейшем будет понижаться.

Список литературы

1. Мазоль, С. И. Инвестиционный анализ: пособие / С. И. Мазоль. – Минск : БГЭУ, 2009. – 538 с.

2. Инвестиционный кодекс Республики Беларусь: Кодекс Республики Беларусь, 22 июня 2001г. №37-З [Электронный ресурс]. – Режим доступа:http: http://kodeksy-by.com/investitsionnyj_kodeks_rb.htm. – Дата доступа: 22.08.2016г.

3. Статистический сборник по Гродненской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://infores.mpt.gov.by/ir/database/view_author.php?id=1241. – Дата доступа 01.08.2016.

The article is looking into the nessecity of investments in the economy of Belarus. The analysis of the dynamics and the structure of the investments into the major asset has been carried out on the example of the Grodno region as well as the sources of its funding.

Будевич Татьяна Александровна, студентка 5 курса специальности «Менеджмент» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: budevich.tanya@mail.ru.

Научный руководитель – ***Рабцевич Валентина Вениаминовна,*** доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 339.137.22

Т.А. Вашкевич

ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье описана методика проведения оценки и анализа конкурентных преимуществ предприятия, на основании которой можно определить конкурентную стратегию для дальнейшего развития его деятельности. Предложенная методика апробирована в Филиале № 1 «Торговый дом «Батория» ЗАО «ГродноТоргСервис». Также в статье предложены рекомендации по совершенствованию конкурентоспособности Филиала № 1 «ТД «Батория».

Успех предприятия на рынке зависит от того, насколько его товары будут пользоваться спросом среди товаров конкурентов. Для маркетинга основной смысл конкуренции сводится к соперничеству, к борьбе за потенциально лидирующее

положение товара или предприятия на рынке. Конкуренция одновременно есть и фактор, и следствие маркетинговой деятельности различных предприятий: конкуренция заставляет создавать маркетинговые службы на предприятиях, они в своих попытках воздействовать на рынок усиливают конкуренцию, которая, в свою очередь, активизирует фирменный маркетинг [1, с. 22].

В современных условиях хозяйствования, когда требуется использование маркетингового подхода к управлению всеми сферами предприятия, целесообразно систематически проводить оценку конкурентных преимуществ предприятия, что позволит своевременно выявить проблемы и сформировать необходимую конкурентную стратегию развития. Поэтому основной целью исследования является формирование конкурентной стратегии предприятия на основании анализа и оценки его конкурентных преимуществ.

Достижение намеченной цели предусматривает выполнение следующих задач:

- сформулировать методику для оценки конкурентных преимуществ предприятия;
- оценить конкурентные преимущества Филиала № 1 «ТД «Батория» на основании предложенной методики и сформировать конкурентную стратегию его развития;
- определить пути совершенствования деятельности Филиала № 1 «ТД «Батория» в соответствии с выбранной конкурентной стратегией.

В качестве объекта исследования выступал Филиал № 1 «ТД «Батория». Предмет исследования – конкурентные стратегии предприятия.

Чтобы оценить конкурентные преимущества предприятия и сформулировать необходимую конкурентную стратегию, нужно использовать комплексный подход для оценки. На основании научных работ отечественных и зарубежных ученых мы сформулировали комплексную методику, включающую в себя следующие этапы:

1. Оценка привлекательности отрасли.
2. Оценка конкурентоспособности предприятия.
3. Определение конкурентной стратегии.

Оценку по методике рекомендуется проводить сотрудникам анализируемого предприятия, которые занимаются маркетинговыми исследованиями. Однако допускается и проведение оценки посторонними заинтересованными лицами.

Апробация предложенной методики проводилась на данных Филиала № 1 «ТД “Батория”». В качестве эксперта, выставляющего оценки по всем критериям, выступал управляющий Филиалом.

Первым этапом является оценка привлекательности отрасли.

Для начала следует выделить критерии оценки привлекательности отрасли. Затем для каждого из них необходимо установить показатель весомости с условием, что общая сумма не превышает 100 %, а также провести оценку выраженности каждого из критериев по трехбалльной шкале: 1 балл – слабая; 2 балла – средняя; 3 балла – сильная выраженность критерия. Далее следует найти произведение оценки каждого критерия и его весомости и суммировать все получившиеся показатели. В результате получим числовое значение, которое и будет характеризовать привлекательность отрасли: 1,00–1,50 – низкая; 1,51–2,50 – средняя; 2,51–3,00 – высокая привлекательность отрасли.

Все расчеты по данному этапу представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Оценка привлекательности отрасли, этап 1

Критерии	Вес	Оценка	Итог
Востребованность предлагаемого ассортимента	20 %	3	0,60
Низкая конкуренция	25 %	1	0,25
Существование возможностей для расширения ассортимента	14 %	2	0,28

Небольшая сила конкурирующих брендов	17 %	1	0,17
Наличие на рынке неудовлетворенных и скрытых потребностей	7 %	2	0,14
Прогнозируемый рост спроса	5 %	2	0,10
Минимизация рисков	12 %	1	0,12
Всего	100 %	-	1,66

Источник: собственная разработка автора

Таким образом, на основании таблицы 1 привлекательность отрасли составляет 1,66, что свидетельствует о ее среднем значении.

На **втором этапе** методики оценки конкурентных преимуществ необходимо:

1. Оценить эффективность функционирования предприятия на целевом рынке.

Оценка заключается в расчете коэффициента эффективности клиентурной политики, который показывает степень направленности предприятия на работу со своими потенциальными покупателями. Для расчета данного показателя следует использовать формулу (1):

$$К_{экп} = \frac{УПП}{УУП}, \quad (1)$$

где $К_{экп}$ – коэффициент эффективности клиентурной политики; УПП – усредненный уровень привлечения покупателей; УУП – усредненный уровень удержания покупателей.

Уровень привлечения покупателей отражает оценку деятельности предприятия по поиску новых клиентов, а уровень удержания покупателей – по сохранению уже имеющейся клиентской базы.

При расчете уровня привлечения покупателей анализ целесообразно проводить по таким показателям, как: информирование покупателя, реклама, мероприятия по стимулированию сбыта, уровень цен, ассортимент товаров, имидж предприятия.

Уровень удержания покупателей можно анализировать по следующим показателям: уровень обслуживания, программа повышения лояльности покупателей, качество товаров, дополнительные услуги.

Для расчета уровней удержания и привлечения покупателей используется трехбалльная шкала оценок по каждому из показателей анализа: 1 балл – низкая; 2 балла – средняя; 3 балла – высокая оценка привлечения / удержания покупателей.

Для интерпретации результатов коэффициента клиентурной политики необходимо использовать следующие границы: $К_{экп} < 0,60$ – низкая; $0,61 > К_{экп} < 0,75$ – средняя; $0,76 > К_{экп} < 1,00$ – высокая эффективность клиентурной политики [2].

По предложенному способу расчета уровень привлечения покупателей Филиала № 1 «ТД «Батория» соответствует оценке 1,5, а уровень удержания – 2,30. Подставив значения уровней привлечения и удержания покупателей в формулу (1), мы получили коэффициент эффективности клиентурной политики Филиала 0,65, что соответствует средней ее эффективности. Таким образом, можно сделать вывод, что предприятие успешно осуществляет клиентурную политику, но следует больше внимания уделить рекламной политике, разнообразию ассортимента и имиджу предприятия.

2. Проанализировать приверженность покупателей к продукции предприятия.

Для оценки уровня приверженности целесообразно проанализировать дополнительные факторы маркетинга 7Р (товар, цена, место, продвижение, люди, процесс оказания услуг, физическое окружение) по шкале оценок, представленной выше [3]. Таким же образом осуществляется и интерпретация результатов по усредненной оценке за

все семь факторов: 1,00–1,70 – низкий; 1,71–2,40 – средний; 2,41– 3,00 – высокий уровень приверженности.

Проанализировав приверженность покупателей к продукции Филиала №1 «ТД «Батория», мы получили средний балл оценки факторов 7Р с позиции покупателей 2,1, что говорит о среднем уровне удовлетворения покупателей. Здесь также оказывает влияние слабая рекламная политика.

3. Провести сравнительный анализ предприятия с его конкурентами.

Сравнительный анализ конкурентов следует проводить с помощью оценки их потенциалов по определенным критериям. Для определения относительной величины потенциала предприятия и его конкурентов шкалируются вышеперечисленные критерии, которые позволяют раскрыть этот потенциал. Весомость каждого критерия устанавливается количеством процентов. При этом итоговая сумма весомости всех критериев должна составить 100 %. Затем производится оценка указанных критериев по трехбалльной системе. В результате баллы весомости критериев умножаются на оценки каждого анализируемого предприятия. Суммирование полученных величин дает общее количественное представление о потенциале каждого исследуемого предприятия: 1,00–1,70 – низкий; 1,71–2,40 – средний; 2,41–3,00 – высокий уровень потенциала предприятия [4, с. 247].

Сравнительный анализ Филиала № 1 «ТД «Батория» с его основными конкурентами представлен в таблице 2.

Таблица 2 – Сравнительный анализ филиала № 1 «ТД «Батория» с его основными конкурентами

Показатели	Весомость критерия, %	Филиал № 1 «ТД “Батория”»		ООО «Евроторг»		ЗАО «Юнифуд»	
		Оценка	Итог	Оценка	Итог	Оценка	Итог
Разнообразие ассортимента	15	1	0,15	1	0,15	2	0,30
Уровень цен	20	2	0,40	3	0,60	2	0,40
Реклама	12	1	0,12	3	0,36	2	0,24
Качество реализуемой продукции	22	3	0,66	2	0,44	2	0,44
Бренд	7	1	0,07	3	0,21	3	0,21
Квалификация персонала	10	3	0,30	3	0,30	3	0,30
Гибкость и быстрая адаптация к изменениям	6	1	0,06	3	0,18	3	0,18
Емкость рынка	8	1	0,08	3	0,24	3	0,24
Всего	100	-	1,84	-	2,48	-	2,31
Позиция		средняя		высокая		средняя	

Источник: собственная разработка автора.

Сравнительный анализ предприятий показал, что Филиал № 1 «ТД «Батория» имеет среднюю позицию на рынке города Гродно.

4. Определить конкурентоспособность предприятия.

Здесь необходимо определить уровень конкурентоспособности предприятия на основании приведенных на втором этапе оценок. Интерпретация результатов осуществляется следующим образом: если уровень по оценке низкий, то присваивается 1 балл, если средний – 2, если высокий – 3. Таким образом, получим: 1–3 балла – слабая; 4–6 – средняя; 7–9 – сильная конкурентоспособность предприятия.

Конкурентоспособность Филиала № 1 средняя и составляет 6 баллов.

Третий этап методики заключается в формировании конкурентной стратегии.

В таблице 3 приведена матрица конкурентных стратегий. На основании полученных оценок привлекательности отрасли и конкурентоспособности предприятия следует выбрать одну, которая находится на пересечении результатов.

Таблица 3 – Матрица конкурентных стратегий

Привлекательность отрасли				
	Высокая	Стратегия расширения доли рынка	Стратегия усиления конкурентных преимуществ	Стратегия лидера
	Средняя	Оборонительная стратегия	Стратегия следования за лидером	Стратегия роста
	Низкая	Стратегия свертывания бизнеса	Стратегия частичного свертывания	Стратегия генератора денежной наличности
		Слабая	Средняя	Сильная
	Конкурентоспособность предприятия			

Источник: собственная разработка автора на основании данных [5] и [6, с. 65].

Исходя из того, что уровни привлекательности отрасли и конкурентоспособности средние, то в деятельности Филиала № 1 «ТД «Батория» следует использовать конкурентную стратегию следования за лидером.

После выбора конкурентной стратегии необходимо разработать мероприятия по ее реализации. Для решения выявленных в процессе анализа недостатков и реализации предложенной конкурентной стратегии мы сформулировали следующие мероприятия для совершенствования деятельности Филиала № 1 «ТД «Батория» ЗАО «ГродноТоргСервис»:

- совершенствование ассортиментной политики предприятия;
- разработка рекламной политики;
- стимулирование продаж предприятия путем напоминания об уже известном товаре, представления нового товара и распродажей неликвидного товара;
- снижение уровня цен с помощью проведения дополнительных акций;
- обучение и повышение квалификации персонала.

Таким образом, все перечисленные выше мероприятия позволят усовершенствовать деятельность Филиала № 1 «ТД «Батория» ЗАО «ГродноТоргСервис». Они способствуют повышению не только уровня конкурентоспособности предприятия, но и улучшат показатели его финансовой деятельности.

Список литературы

1. Данченок, Л. А. Маркетинг: учеб. пособие / Л. А. Данченок. – М., 2005. – 300 с.
2. Балабанова, Л. О. Управление сбытовой политикой / Л. О. Балабанова, Ю. П. Митрохина // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://uchebniki online.com/marketing/upravlinnya_zbutovoyu_politikoyu_-_balabanova_lv/ otsinka_vnutrishnoyi_efektivnosti_upravlinnya_zbutovoyu_politikoyu_pidpriy emstva.htm.
3. 5P, 7P, 4C: основные концепции маркетингового комплекса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.elitarium.ru/osnovnye-koncepcii-marketingovogo-kompleksa/.
4. Еремин, В. Н. Маркетинг: основы и маркетинг информации / В. Н. Еремин. – М. : КНОРУС, 2006. – 656 с.
5. Матрицы стратегического планирования // Мировая экономика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ereport.ru/articles/ strplan/stplmatr.htm.
6. Ивашкова, Н. И. Управление маркетингом: учеб. пособие / Н. И. Ивашкова. – М. : ФОРУМ, ИД «Инфра-М», 2010. – 176 с.

This article describes a method of evaluation and analysis of the competitive advantages of the company, on the basis of which it is possible to determine the competitive strategy for the further development of its activities. The proposed method has been tested in the branch number 1 «Trading house «Batory» CJSC «GrodnoTorgService». The article also offered recommendations for improving the competitiveness of the branch number 1 «TD «Batory» in accordance with the recommended competitive strategy.

Вашкевич Татьяна Александровна, студентка 5 курса специальности «Менеджмент» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: Tanja_vash84@mail.ru.

Научный руководитель – ***Гораева Татьяна Юрьевна***, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 338.3

О. А. Величко

ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ОАО «ГРОДНОХЛЕБПРОМ»

В статье рассмотрены проблемы формирования маркетинговой стратегии предприятия хлебобулочной промышленности на примере ОАО «Гроднохлебпром». Обоснована необходимость изменения принятой стратегии, и предложены альтернативные мероприятия по укреплению положения предприятия на внутреннем рынке.

Хлеб – традиционный продукт на столе белорусов. До недавнего времени хлеб, наряду с яйцами, мясом, детским питанием и прочими товарными группами, был включен в список социально-значимых товаров в Республике Беларусь. Однако постановлением Совета Министров от 11 января 2016 года №8 «О внесении изменений и дополнений в постановление Совета Министров Республики Беларусь от 17 января 2014 года №35» хлеб, в числе ряда других товаров, исключен из товаров первой необходимости. Это связано с высоким уровнем конкуренции на рынке хлебобулочных изделий, что обусловливает справедливое установление цены, исключая возможные спекуляции.

Конкурентная борьба на рынке хлебобулочных изделий в Республике Беларусь в целом и по Гродненской области в частности характеризуется как жесткая. Только на рынке Гродненского района можно выделить не менее 7 групп конкурентов (таблица 1).

Таблица 1 – Перечень организаций-конкурентов промышленности, функционирующих в зоне деятельности Гродненского филиала ОАО «Гроднохлебпром»

Наименование конкурирующей организации	Месторасположение	Основные виды производимой продукции
1. Скидельский хлебзавод Гродненского ОПО	г. Скидель	Хлебобулочные и кондитерские изд.
2. ОАО «Гроднохлебопродукт»	г. Гродно	Хлебобулочные и кондитерские изд.
3. СПК «Прогресс-Вертелишки»	д. Вертелишки	Хлебобулочные и кондитерские изд.
4. СПК им. Кремко	д. Квасовка	Хлебобулочные и кондитерские изд.
5. Конд. цех в п. Понемунь	п. Понемунь	Кондитерские изд.
6. Собственные пекарни торговых сетей (Евроопт, Алми, Корона и т.д.)	г. Гродно	Хлебобулочные и кондитерские изд.
7. Производители хлеба и хлебобулочных изделий из других регионов	г. Минск	Хлебобулочные и кондитерские изд.

Источник: собственная разработка автора

В настоящее время ОАО «Гроднохлебпром» принадлежит не менее 74 % внутреннего рынка Гродненской области хлебобулочных изделий, однако в условиях растущей конкуренции предприятие вынуждено постепенно уступать позиции, находя решение проблемы на внешних рынках сбыта. По нашему мнению , данная стратегия ошибочна и ведет к тому, что, не имея устойчивой позиции на внешнем рынке и сокращая долю внутреннего рынка, лишь вопросом времени является ситуация, когда предприятие не сможет противостоять растущей конкуренции.

При разработке основ стратегической модели маркетинга необходимо определить ведущую конкурентную стратегию и стратегию развития. Для этого можно воспользоваться такими инструментами, как матрицы Портера и Ансоффа.

Матрица Портера представлена на рисунке 1.

		Стратегическое преимущество	
		Неповторимость продукта с точки зрения покупателя	**Преимущества в себестоимости**
Стратегическая цель	**Вся отрасль**	Дифференциация	Лидерство в издержках
	Один сегмент рынка	Концентрация на сегменте	

Рисунок 1 – Матрица Портера для определения конкурентной стратегии ОАО «Гроднохлебпром»

Источник: собственная разработка автора

Исходя из построенной матрицы Портера следует использовать стратегию «Лидерство в издержках» (минимизация издержек). Обоснованием выбранной конкурентной стратегии служат следующие положения:

– ценовая конкуренция на рынке хлебобулочных изделий достаточно сильна;
– различия в цене для покупателя существенны;
– большинство покупателей используют продукт одинаковым образом;
– затраты покупателей на переключение с товара одного производителя на товары другого низки;
– существует большое количество покупателей, имеющих серьезную силу для снижения цены.

Матрица Ансоффа для определения стратегии развития ОАО «Гроднохлебпром» представлена на рисунке 2. Согласно построенной матрице Ансоффа, для продвижения продукции ОАО «Гроднохлебпром» на внутреннем рынке следует выбрать стратегию развития «Проникновение на рынок», так как продукция ОАО «Гроднохлебпром» более полувека присутствует на рынке и является востребованной.

	Существующий продукт	Новый продукт
Существующий рынок	**Стратегия проникновения на рынок**	Стратегия развития продукта
Новый рынок	Стратегия расширения рынка	Стратегия диверсификации

Рисунок 2 – Матрица Ансоффа для определения стратегии развития ОАО «Гроднохлебпром»

Источник: собственная разработка автора

Стратегия проникновения на рынок предполагает установление первоначально относительно низкой цены на товар, что согласуется со стратегией «Лидерства в издержках». Она продиктована стремлением увеличить долю ОАО «Гроднохлебпром» на рынке и обеспечить долговременную прибыль. Обычно используется при реализации товаров массового спроса, чему идеально отвечают хлебобулочные изделия.

Следовательно, должна быть выбрана конкурентная стратегия «Лидерство в издержках», а стратегия развития – «Проникновение на рынок».

Для достижения такой цели могут использоваться мероприятия по расширению собственной розничной сбытовой сети. При формировании маркетинговой стратегии, направленной на удержание существующей доли рынка и ее расширение, необходимо понимать и принимать во внимание следующие характеристики потребностей потребителей, которые должны стать основой стратегии поведения предприятия на рынке:

– удовлетворяет первичную физиологическую потребность – голод;

– уровень удовлетворения потребности зависит от количественного и качественного состава потребляемой продукции;

– данная потребность имеет тесную степень сопряженности с другими видами продуктов питания;

– данная потребность периодически удовлетворяется;

– область применения тесно связана с факторами дифференциации предпочтений;

– отношение общества формируется морально-этическими установками;

– потребность является слабо эластичной;

– способ удовлетворения тесно связан с жизнедеятельностью индивидуума и социума [1, с.30].

При формировании товарной политики необходимо обратить внимание на тот факт, что население стало больше уделять внимания здоровому питанию, поэтому хлебопекарные предприятия стали вырабатывать больше обогащенных, диетических и диабетических изделий, удельный вес которых с каждым годом растет и составляет более 30 % в общем объеме хлебобулочных изделий [2].

Согласно данным проведенного ОАО «Гроднохлебпром» среди двухсот покупателей опроса в феврале 2017 г., состав продукции и ее свежесть находятся в числе приоритетных факторов выбора хлеба. Причем тенденция такова, что наблюдается обратная зависимость

между объемом составляющих ингредиентов и желанием приобрести данные продукцию.

Основываясь на этих данных можно предположить, что будет пользоваться спросом продукция, произведенная в ущерб длительным срокам хранения и с использованием минимального количества добавок. Парадоксальность ситуации заключается в том, что многие добавки действительно делают хлеб лучше и питательнее, однако задача просвещения населения в данном вопросе силами предприятия на данном этапе не реализуема, тогда как предоставить продукт, соответствующий потребительским предпочтениям, ОАО «Гроднохлебпром» может.

Решение может быть найдено в относительно недавнем прошлом. В девяностые годы XX в. торговые павильоны «горячий хлеб» были повсеместно в шаговой доступности, но все они (за исключением небольшого числа специализированных магазинов) закрылись по причине низкой рентабельности и недостаточного спроса. Сворачивание (РТС) произошло потому, что затраты на ее содержание составили величины большие, чем прибыль. Потребители стали приобретать все больше продукции в неспециализированных розничных торговых сетях.

Необходимо пересмотреть подход к организации розничной торговли свежим хлебом. По нашему мнению , причинами снижения конкурентоспособности и, практически, упразднения розничной торговой сети, специализированной на реализации свежей выпечки, стали:

- несоответствие затрат вложениям;
- нарушение принципов специализации;
- отсутствие обратной связи с покупателями продукции;
- пренебрежение рекламной поддержкой РТС;
- низкий уровень работы по продвижению бренда.

Тем не менее, по данным проведенного опроса и экспертным оценкам [2], горячая свежая выпечка по-прежнему является востребованной продукцией. Следовательно, нужно с одной стороны снижать затраты, а с другой – увеличивать объем продаж в единицу времени. Этого можно достичь, сократив время функционирования торговой точки до необходимого и исключив непродуктивные часы.

Правильность решения по развитию собственной розничной торговой сети основывается на исследовании конкурентных преимуществ участников рынка.

При формировании ассортимента торговых павильонов необходимо особое внимание уделить их специализации, исключив ошибку, присущую ассортименту ранее расформированной розничной торговой сети, когда ассортимент, помимо основной продукции, догружался плохореализуемыми и сопутствующими товарами, что привело к деформации восприятия торговых объектов в сознании потребителей.

Крайне важно правильно определить дислокацию павильонов и выбрать места наибольшей проходимости и правильного направления покупательских потоков.

В качестве средств стимулирования ОАО «Гроднохлебпром» может использовать:

- обеспечение торговых павильонов выразительной наружной рекламой;
- аромамаркетинг.

Так, наружная реклама должна быть оформлена в едином стиле и информировать потенциальных клиентов о преимуществах предлагаемой продукции с акцентом на ее достоверную свежесть, соответствие здоровому образу жизни, доступность.

Предложение по использованию аромамаркетинга основано на том, что аппетитные запахи еды улучшают настроение и бодрят. Особенно этим отличается аромат свежеиспеченного хлеба – он положительно воспринимается абсолютным большинством людей и привлечет голодных, возвращающихся с работы людей, усиливая осознание потребности в предлагаемом продукте.

Психологически запахи оказывают на восприятие человека более серьезное влияние, чем звучание музыки или то, что увидено глазами. Статистика показывает, что благодаря

правильно подобранному аромату в некоторых сферах торговли можно добиться роста продаж на 15–20 % [3].

Данный метод, по нашему мнению, будет способствовать достижению таких целей, как:

- повышение конкурентоспособности, привлечение покупателей;
- устранение естественных или искусственных неприятных запахов;
- создание собственного имиджа, выделение среди общей массы.

Список литературы

1. Малюк, С. А. Потребительские предпочтения как фактор влияния на комплекс маркетинга хлебопекарного предприятия / С. А. Малюк // Austrian Journal of Humanities and Social Sciences. – 2014. – № 5–6. – С.229–231.

2. Тенденции развития хлебного рынка Беларуси: уменьшение, обновление и принципы здорового питания / Анализ рынков // Marketing.by [Интернет-ресурс]. – Режим доступа: http://marketing.by/analitika/tendentsii-razvitiya-khlebnogo-rynka-belarusi-umenshenie-obnovlenie-i-printsipy-zdorovogo-pitaniya. – Дата доступа: 07.03.2017.

3. Шарова, О. Как повлиять на продажи ароматами / О. Шарова // Магия аромата [Интернет-ресурс]. – Режим доступа: http://greensashet.ru/как-повлиять-на-продажи-ароматами-как. – Дата доступа: 07.03.2017.

The article considers the problems of forming the marketing strategy of the bakery industry by the example of JSC «Grodnohlebprom». The necessity of changing the adopted strategy is substantiated and alternative measures are proposed to strengthen the position of the enterprise in the domestic market.

Величко Ольга Анатольевна, студентка 5 курса специальности «Менеджмент» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: velichko@oriflame.grodno.by.

Научный руководитель – ***Разова Елена Леонидовна,*** кандидат философских наук, доцент кафедры экономики и управления факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 330.3 (476)

И.В. Вишняк

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В данной статье рассмотрены основные макроэкономические результаты развития национальной экономики Республики Беларусь, что дает возможность оценить состояние и динамику экономики страны, а также выявить причины возникновения проблем. Проанализированы основные и наиболее видимые проблемы национальной экономики, представлены пути их решения.

Мир вокруг Беларуси стремительно меняется. Новые технологии, неограниченная информация, всеобщая открытость и мобильность ускоряют течение времени. Сегодня человек проживает многие события быстрее, чем вчера. Новые продукты, компании и рынки появляются и быстро исчезают. Главным конкурентным преимуществом становится не сырье, не технологии, не финансы и даже не люди, а время реагирования на быстроизменяющуюся внешнюю среду. Вовремя принятые решения и их своевременная реализация – гарантия не только успеха, но и выживания.

Сегодня экономика Беларуси находится в сложных условиях. Практически исчерпан запас постсоветской структуры экономики и административного управления. Денежная эмиссия, девальвация, займы ранее давали рывки в экономическом росте. Но

относительно свободный и длительный доступ к деньгам исказил стимулы в экономике. В государственном секторе финансовое насыщение тормозит инициативу и инновации, а непрерывный льготный финансовый поток скрывает управленческие ошибки. Кроме того, постоянное льготирование госсектора повышает стоимость, а в некоторых случаях делает недоступными рыночные ресурсы для частного сектора экономики, что сдерживает и его развитие. Все это приводит к испарению внутренней энергии, энтузиазма и торможению роста экономики. Но без экономического роста социальной стабильности не бывает [1, с. 11].

Анализ основных показателей развития национальной экономики Республики Беларусь за последние годы только еще раз подтверждает реальное замедление экономического роста и отставание как от других развивающихся стран, так и от мира в целом. Поэтому углубленное понимание текущего экономического положения и выявление возникающих проблем должны способствовать разработке действенных способов для решения накопившихся дисбалансов, для поддержания роста и качественного развития белорусской экономики.

При исследовании выбранной темы были поставлены следующие задачи:

1) определение и анализ динамики основных макроэкономических показателей;
2) выявление наиболее острых проблем национальной экономики;
3) поиск и описание рациональных путей решения выявленных проблем.

Поставленные задачи позволяют осуществить главную цель исследования, которое заключается в выявлении причин возникновения проблем в различных областях национальной экономики и определении возможных путей решения существующих проблем.

Для выявления причин возникновения проблем необходимо рассмотреть основные макроэкономические показатели, характеризующие результаты развития национальной экономики Республики Беларусь, для того чтобы оценить состояние и динамику экономики страны.

Безусловно, центральное место среди макроэкономических показателей занимает ВВП. Объем ВВП совпадает с главными тенденциями экономического развития государства. Исходя из этого, валовой внутренний продукт рассматривают чаще всего в динамической взаимосвязи с другими экономическими показателями (таблица). Также в таблице приведены показатели, на основе которых можно проанализировать проблемы белорусской экономики и сделать соответствующие выводы.

Таблица – Отдельные среднегодовые макроэкономические показатели РБ, %

Показатель	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Прирост ВВП	5,5	1,5	0,9	1,6	-3,8	-2,6
Среднемировой прирост ВВП	3,8	3,1	3,0	2,8	2,46	3,1
Прирост ВВП в России	4,3	3,4	1,3	0,5	-3,7	-1,8
Прирост индекса потребительских цен	108,7	21,8	16,5	16,2	12	10,6
Уровень регистрируемой безработицы	0,6	0,5	0,5	0,5	1	0,9
Дефицит текущего счета платежного баланса к ВВП	-8,5	-2,9	-10,2	-6,7	-3,7	-
Сальдо внешней торговли товарами и услугами	-2,1	4,5	-3,2	-0,6	0,2	-
Валовой внешний долг к ВВП	57,9	53,2	54,4	52,7	69,7	73,6

Доля инвестиций в ВВП	32,1	22,6	20,6	19,9	20,6	19,2
Прирост производительности труда по ВВП	5,7	3,5	1,7	2,5	-2,6	-0,8

Источник: собственная разработка автора на основании данных [2] и [1, с. 44].

Исходя из вышеприведенных данных видно, что второй год подряд экономика Беларуси, по выражению одного из экспертов, находится «в состоянии хронической неизлечимой болезни» [1, с. 45]. Здесь речь идет о рецессии. На пути развития экономики Беларуси с каждым годом появляется все больше барьеров, препятствующих экономическому росту. Накопленное инфляционное давление и долговой навес ограничивают возобновление государственного капитала и в целом финансирование экономики. Конфликт стран-соседей, зависимость от российских рынков сбыта создает предпосылки ухудшения внешнеторговых условий. Высокие социальные расходы и рост доходов населения сокращают бюджетные возможности и конкурентоспособность национальной экономики. Все вышеперечисленные ситуации в совокупности представляют опасность как среднесрочного замедления экономического роста, так и долгосрочной стагнации экономики. Следует также учитывать тот факт, что, попадая даже в среднесрочную ловушку низких темпов экономического роста, Беларусь может существенно замедлить свое развитие на фоне стремительно поднимающихся развивающихся стран и умеренного роста развитых стран.

В Республике Беларусь в последние годы отмечался рост заработных плат и вместе с тем падение производительности труда, что в конечном счете не вызывает повышения уровня развития страны, выраженного показателем ВВП на душу населения. С одной стороны, рост стоимости трудовых ресурсов, а с другой – задержка в развитии инноваций, институтов и рынков приводят к снижению конкурентоспособности страны по сравнению со странами с более низкими доходами и со странами с более высокими технологиями [1, с. 53]. Причинами такого положения в нашей стране являются следующие:

1) затраты на трудовые ресурсы значительно выше, чем в зарубежных станах с дешевой рабочей силой и схожими технологиями, что снижает конкурентоспособность нашего экспорта;
2) недостаток инноваций;
3) низкая производительность труда.

Для более полного анализа национальной экономики Беларуси необходимо также рассмотреть такие показатели, как темпы инфляции и уровень безработицы, характеризующие нестабильность экономики. Судя по статистическим показателям, проблема безработицы в нашей стране не столь актуальна. Однако стоит учесть, что реальная цифра все-таки может быть несколько выше, потому что многие граждане не проходят официальную регистрацию в службе занятости.

Динамика темпа инфляции в Беларуси за последние годы в несколько раз превышает естественный уровень. При этом долгосрочная инфляция оказывает поступательное негативное влияние на конкурентоспособность белорусской экономики: инфляционное давление приводит к дорогим кредитам, подкрепляет инфляционные ожидания, усиливает долларизацию, сужает горизонт инвестиционного планирования. Попытка графически изобразить взаимосвязь между инфляцией и безработицей в РБ показывает отсутствие четкой взаимосвязи соответствующей кривой Филлипса (рисунок). Это вызвано тем, что расчет показателей безработицы в РБ не соответствует методике Международной организации труда.

Рисунок – Взаимосвязь безработицы и инфляции в Республике Беларусь в 2011–2015 годах, %

Источник: собственная разработка автора на основании данных [2].

Очередная проблема белорусской экономики характеризуется таким интегральным показателем как дефицит платежного баланса. Внешнее финансирование белорусской экономики, а именно дефицита текущего счета платежного баланса, который превышает порог в 3–5 %, в Беларуси в основном осуществляется за счет внешних займов. Приток прямых инвестиций ограничен сдерживанием приватизации и накопленными инвестиционными рисками. При этом прямые иностранные инвестиции в последние годы приходят в страну в основном (более 90 %) за счет реинвестирования прибыли ранее пришедших инвесторов. Снижение дефицита текущего счета путем замедления внутреннего потребительского и производственного спроса на импорт ведет к торможению роста благосостояния населения и экономического развития страны, и мы снова возвращаемся к проблеме, описанной выше. В свою очередь внешние госзаймы сформировали определенный долговой навес, а дальнейшее привлечение внешних кредитов целесообразно только для рефинансирования старых долгов. И даже в этом случае при замедлении роста экономики показатель совокупного внешнего долга к ВВП может стремительно увеличиваться.

В связи с тем, что основным источником дефицита финансирования белорусской экономики является система госфинансов, выходом из данной проблемы видится открытость экономики для иностранных инвестиций и стимулирование частных капиталовложений [1, с. 47].

На сегодняшний день перед страной стоит задача обеспечить социально-экономическую стабилизацию, сбалансированность и экономическую безопасность страны.

Мы понимаем, что кризис белорусской экономики во многом является следствием следующих причин:

1) мировой кризис, падение мировых цен на нефть и другие ресурсы;
2) значительное падение спроса со стороны российского рынка;
3) ориентация и зависимость от российского рынка.

Конечно, было бы глупо сидеть сложа руки и ждать, когда ситуация в мире изменится в более благоприятную для нас сторону. Но у нас есть уникальная возможность воспользоваться тем, что кризис четко выявил недостатки и слабые места белорусской модели экономики и стал стимулом для разработки мероприятий по их устранению. Поэтому для последующего устойчивого экономического развития и выхода из текущих проблем необходимо принятие следующих мер.

1. Реализация импортозамещающей политики в Беларуси способствует развитию национальной экономики, что означает выход из долгосрочной стагнации и экономический рост, улучшает структуру платежного и торгового балансов и повышает экономическую безопасность страны.

2. Для того чтобы повышение заработных плат было оправдано повышением уровня развития страны (ростом ВВП), следует произвести изменение структуры экономики, ускорение инновационного развития и принятие мер по повышению производительности труда в первую очередь на государственных предприятиях путем совершенствования системы управления, например, внедрения информационных технологий в производственной сфере.

3. В денежно-кредитной политике задачей номер один является купирование инфляционных ожиданий. Необходимо разработать меры и механизмы финансовой независимости, укрепить позиции белорусского рубля, сформировать устойчивую финансовую и денежно-кредитную систему, которая сможет обеспечить выполнение государством и субъектами хозяйствования финансовых обязательств и, одновременно, повысит инвестиционную привлекательность Беларуси.

4. Пока имеет место отрицательное сальдо текущего счета, страна не может обойтись без привлечения внешних ресурсов, которые нужны не только для покрытия этого отрицательного сальдо, но и для финансирования экономического роста. В то же время привлечение валюты в форме инвестиций не вызовет увеличения внешней задолженности только при соблюдении условия, что эти инвестиции будут вкладываться в эффективные проекты. Привлечение внешних займов в неэффективную экономику приведет только к усугублению проблем – придется (и уже сейчас приходится) брать новые кредиты, чтобы отдать старые, и страна прочно сядет на «кредитную иглу».

Мировой опыт свидетельствует, что успешные компании индивидуальным льготам предпочитают нормальный деловой климат, обеспечивающий условия для развития бизнеса, в связи с чем необходимо создать доверительную и стабильную среду для иностранных и отечественных инвесторов, а также во взаимоотношениях между предпринимателями и государством. Активизировать инвестиционную и инновационную деятельность можно и должно посредством обеспечения политической и социально-экономической стабильности, постоянства и предсказуемости законодательства (особенно налогового) и создания рыночной инфраструктуры.

5. Следовательно, требуется реформирование налоговой системы, ее упрощение и гармонизация в соответствии с системой партнеров по ЕАЭС, повышение степени собираемости налогов за счет максимальной легализации «теневого бизнеса» при одновременном снижении общей величины налоговой нагрузки на экономику.

При этом для Беларуси важно не только понимание необходимости вышеперечисленных мер, но и скорость преобразований. Цена каждого потерянного дня слишком велика, и расплачиваться приходится ухудшающимся благосостоянием общества. Таким образом, только видение будущего, адекватная оценка настоящего положения, а также решительность создадут условия для роста благосостояния. При этом роль государства состоит в том, чтобы информировать, создавать правильные стимулы, своевременно принимать конкретные меры. Но все же до сих пор не было сказано о самом важном переходе, который необходимо сделать именно сейчас, – это переход от слов к делу.

Список литературы

1. Финансовая диета: реформы государственных финансов Беларуси / К.В. Рудый [и др.] ; под ред. К.В. Рудого. – Минск : Звязда, 2016. – 464 с.

2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь // Статистические материалы [Электронный ресурс]. – 1998 – 2016. – Режим доступа : http://www.belstat.gov.by/. – Дата доступа : 02.03.2017.

The article considers main macroeconomic results of development of national economy of Belarus, which enable to estimate the condition and the dynamics of national economy and to identify the causes of problems. The article analyzes main and the most visible problems of national economy, accordingly propose realizable solutions.

Вишняк Ирина Васильевна, студентка 2 курса специальности «Экономика и управления на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: vishnyak-i@mail.ru.

Научный руководитель – ***Бельский Анатолий Васильевич,*** старший преподаватель кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 338.5

М.И. Войнова, К.С. Пастухова

ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ХОЛДИНГОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ЭКОНОМИКО-ПРАВОВОЙ АСПЕКТ

Изучена правовая основа функционирования холдингов. Исследованы особенности создания головных компаний в Республике Беларусь. Делаются выводы о экономических и социальных преимуществах функционирования холдингов.

До недавнего времени на территории Республики Беларусь объединения юридических лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность, могли создаваться в форме финансово-промышленных и иных хозяйственных групп и государственных объединений. С подписанием 28 декабря 2009 года Главой государства Указа № 660 «О некоторых вопросах создания и деятельности холдингов в Республике Беларусь» создана правовая основа для создания и функционирования еще одной формы объединения юридических лиц – холдинга.

В экономических словарях и в различных интернет источниках даются очень разные определения понятия «холдинг». По нашему мнению, наиболее емкое и полное определение этой формы объединения предприятий дано в Указе Президента Республики Беларусь от 28 декабря 2009 г. № 660:

1. Холдинг – это объединение коммерческих организаций (участников холдинга).
2. Холдинг не является юридическим лицом.
3. Холдинг создается по решению управляющей компании холдинга или собственника.
4. Холдинг считается созданным и приобретает статус холдинга с даты его регистрации в Министерстве экономики.
5. Холдингом признается объединение только тех коммерческих организаций, которые заявлены как его участники в свидетельстве Министерства экономики[1].

Выделяют два основных признака холдинга:

- наличие управляющей компании;
- долевое участие в дочерних структурах.

Помимо производственного центра, холдинг включает также юридически самостоятельные предприятия, обслуживающие основной вид деятельности.

Сегодня холдинги – объективная экономическая реальность в большинстве государств мира, включая Республику Беларусь. Общее количество холдингов в Республике Беларусь на 05.07.2016 – 80.

Привлекательность холдингов во многом определяется такими общеизвестными возможностями, как:

1) установление централизованного управления в холдинге;
2) снижение предпринимательских рисков;
3) перераспределение средств внутри холдинга;
4) повышение эффективности бизнеса и обеспечение его динамичного развития.

Основная идея создания холдингов – создание экономических связей и финансового контроля через дочерние компании, то есть владельцев их акций (доли в уставном фонде). С 1 апреля 2010 года по Указу № 660 холдинг – это та компания, которая зарегистрирована таковой в Министерстве экономики Республики Беларусь по установленному порядку. Также с изданием Указа на законодательном уровне установлено понятие холдинг с участием государства (это холдинг, которым управляет государственное унитарное предприятие или хозяйственное общество с долей государства в уставном фонде 50 и более процентов). В связи с этим, Указом Президента № 414 от 24.09.2012. о внесении изменений и дополнений в Указ № 660 было определено следующее:

1)необходима разработка организационно-экономического обоснования при его создании, требования к его содержанию установлены в общем виде;
2)для головных компаний холдингов с участием государства предусмотрена обязательная разработка стратегии долгосрочного развития (пятилетний период). Государственные органы должны обеспечивать мониторинг реализации стратегии и анализ эффективности управления холдингом с участием государства;
3)определены особенности передачи в доверительное управление управляющей компании акций, принадлежащих Республике Беларусь или административно-территориальным единицам;
4)к составу и структуре совета директоров головной компании холдинга, являющейся ОАО, был установлены особые требования [2].

Создание холдингов может быть выполнено в разных вариантах:

1)создание головной компании вновь учрежденной организации;
2)создание управляющей компании на базе одного из предприятий, с которым он интегрировался.

Выбор варианта происходит после системного анализа исходного состояния компаний, общих целей и задач высшего уровня управления организаций, которые планируют произвести интеграцию.

Вполне логичным выходом является создание управляющей компании на базе предприятия, ответственного за разработку и выпуск итоговой продукции, если предприятия, которые входят в интегрированную структуру, связаны единым процессом производства этой итоговой продукции. Такая интеграция представляет собой вертикальный холдинг, обеспечивающий стратегическое управление интегрированных структур на основе выполнения госзаказа, анализа рынка итоговой продукции и перспектив его развития и координации деятельности предприятий, которые в него входят. Если объединяются предприятия, которые выпускают однородную по функциональному назначению продукцию, для этого лучше создать новую организацию, которая будет обладать функциями управляющей компании, а также оптимизировать интересы и специфику остальных отдельных предприятий. Такое объединение определяется как горизонтальный холдинг. Предприятия такой структуры могут не быть связаны с выпуском итоговой продукции до ее создания. Возникновение этой связи происходит на более высоком уровне у потребителя их продукции. Если у государства имеется контрольный пакет акций, то происходит совместное управление интегрированной структурой через головную компанию организации.

В соответствии с Указом Президента № 660 Республики Беларусь можно выделить два типа холдингов:

1. Объединение коммерческих организаций, в котором одна из этих организаций – головная компания, которая в силу своей возможности оказывает влияние на решения, принимаемые дочерними компаниями этого холдинга. Эта возможность у головной компании будет, только если у нее находится во владении 25 и более процентов акций либо доля в уставных фондах дочерних компаний холдинга – хозяйственных обществ или обладает статусом учредителя по отношению к дочерним компаниям холдинга – унитарным предприятиям.

2. Объединение коммерческих организаций, в которых управление дочерними компаниями осуществляется собственником 25 и более процентов акций либо доли в уставных фондах непосредственно этих компаний, также без образования головной компании самого холдинга. Холдинг создается на основании решения головной компании холдинга или непосредственно собственника. При этом в соответствии с Указом нет необходимости получать согласие дочерних компаний на вхождение в холдинг.

На управляющую компанию холдинга Указом возложено принятие следующих управленческих решений:

1) проведение согласованной финансовой, инвестиционной и производственной политики холдинга;
2) разработка планов перспективного развития холдинга.

В реальности холдинговые компании создаются для обеспечения необходимых объемов конкурентоспособной продукции, работ или услуг и поддержания устойчивости функционирования значительных групп технологически связанных научно-исследовательских, проектно-технологических и конструкторских организаций; консолидации результатов хозяйственной деятельности группы организаций, обеспечивающей снижение их совокупных налоговых платежей. Для достижения этих целей организации используется механизм трансфертных (внутренних) цен, в отличие от рыночных они позволяют покрыть убытки одних подразделений холдинга прибылями других дочерних организаций. В дальнейшем все будет исходить из того, что создание холдингов – это результат концентрации капитала, необходимость развития и приспособления организации к изменениям внешней среды, внутренней управляемости. Создание холдинга также содействует расширению масштабов производства, ускорению овладения новой продукции на основе развития отношений между дочерними организациями. Холдинги применяют различные ресурсы разработки и внедрения в практическую деятельность новых экономических инвестиций в качестве объектов недвижимости различного назначения на основе собственных средств, долгосрочные кредиты, комплексный подход к строительству, капитальному ремонту, проектированию и полной реконструкции крупных промышленных объектов, а также снабжению всей новой необходимой инфраструктурой жилых микрорайонов. Холдинговые компании работают с различными фирмами, такими как научные, промышленные, строительные, торговые, транспортные и различными другими, что содействует увеличению инвестиционного потенциала, а также укрепляет конкурентоспособность холдинговой компании. В то время как холдинговые компании имеют много преимуществ, также им присущи определенные недостатки. При образовании холдинга есть вероятность образования монополизма. Не исключено, что при присутствии управляющей силы есть вероятность появления бюрократизма, злоупотребления контрольно-управленческих функций. В некоторых случаях это может привести к искусственной поддержке нерентабельных организаций за счет рентабельных. Возникает возможность нанесения большого ущерба акционерам, владеющим дочерней компанией холдинга, которая является успешной, но она не имеет акций в этом холдинге и компаний-аутсайдеров. По факту дивиденды этих акционеров могут оказаться значительно ниже, чем ожидалось.

В настоящее время не только бизнес-сообщества Республики Беларусь, но и само государство понимает привлекательность создания холдингов. На сегодняшний день по

этой причине происходит совершенствование законодательства Республики Беларусь, которое регулирует вопросы, касающиеся холдинговых компаний. Это способствует образованию новых возможностей в модернизации экономики государства, и если государство задумается над созданием ограниченного числа крупных интегрированных структур, то холдинговые компании вполне могут быть использованы как уже готовый и изученный элемент такой интеграции.

Список литературы

1. Указ Президента Республики Беларусь от 28 декабря 2009 г. № 660. «О некоторых вопросах создания и деятельности холдингов в Республике Беларусь». –Минск, 2009.

2. Указ Президента Республики Беларусь от 24 сентября 2012 г. № 414. «О внесении изменений и дополнений в Указ Президента Республики Беларусь от 28 декабря 2009 г. № 660». – Минск, 2012.

The legal basis for the operation of holdings has been studied. The peculiarities of the creation of parent companies in the Republic of Belarus are explored. Conclusions are drawn about the economic and social benefits of holding companies.

Войнова Мария Ивановна, студентка 3 курса специальности «Экономика и управления на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail:masha11081997@gmail.com.

Пастухова Ксения Сергеевна, студентка 3 курса специальности «Экономика и управления на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: pastuxova96@bk.ru .

Научный руководитель – ***Павловский Егор Витальевич***, магистр экономических наук, преподаватель кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 339.138:338.124.4 (476.6)

Д.А. Воронович

МАРКЕТИНГОВЫЙ ПОДХОД В СТРАТЕГИЧЕСКОМ УПРАВЛЕНИИ

Данная статья посвящена вопросам стратегического управления. В ней также идет речь и о влиянии, причинах появления маркетингового подхода в стратегическом управлении. Представлены основные тенденции и принципы современного управления, такие как глобализм, активность, инновационность, интегрированность, предпочтение структурных исследований рынка, активное использование связей с общественностью.

Актуальность настоящей темы связана с потребностями современного управления. Маркетинг в стратегическом управлении является наиболее популярным и значимым направлением на современном этапе развития управления.

Организация работы современного предприятия складывается из отлаженного функционирования его деятельности в различных сферах: производственной, торговой, финансовой, сбытовой, кадровой и т.д. Например, производственная деятельность предприятия, связанная непосредственно с изготовлением продукции и оказанием услуг, должна строиться так, чтобы обеспечивать рациональное использование наличных производственных ресурсов, постоянное снижение издержек производства и выпуск продукции, удовлетворяющей требованиям рынка. Это достигается соответствующей организацией производства, выбором технологии и оборудования, оптимальным использованием производственных площадей. Кадровая деятельность должна обеспечить предприятие специалистами необходимого профиля, организацию постоянного

совершенствования сотрудников, налаженную систему мотивации и т.д. Что касается маркетинговой деятельности, то она является условием гибкого приспособления производственной, финансовой, торговой, сбытовой, кадровой и иной деятельности предприятия к постоянно изменяющейся экономической ситуации рынка (доходы, цены, конъюнктура) и к требованиям потребителей товаров и услуг [1].

Среди специалистов нет общепринятого определения маркетинга. В современной теории выдвинуто около 2000 определений понятия «маркетинг», каждое из которых охватывает ту или иную его сторону либо делает попытку комплексной характеристики. Наиболее распространено определение маркетинга Ф. Котлера как вида человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена. С точки зрения Американской ассоциации маркетинга, маркетинг – это процесс планирования и осуществления замысла, ценообразования, продвижения и реализации идей, товаров и услуг посредством обмена, удовлетворяющего потребности отдельных лиц и организаций. Российские экономисты дают более развернутое определение: «Маркетинг – это комплекс мероприятий в области исследований торгово-сбытовой деятельности по изучению всех факторов, оказывающих влияние на процесс производства и продвижения товаров и услуг от производителя к потребителю» [2]. Исходя из этих определений, можно сделать вывод, что маркетинг выполняет сразу две задачи: первая – тщательное изучение рынка и выявление существующих потребностей, ориентация деятельности компании на удовлетворение данных, а также потенциально возможных потребностей, вторая – стимулирование самого рынка, формирование спроса. Маркетинг регулирует рынок путем нахождения баланса между производством и потреблением [2].

Некоторое время назад было проведено исследование влияния маркетинговой стратегии на важнейшие показатели эффективности деятельности фирмы, в частности, ведение бизнеса и капитализацию фирмы. Основной вывод, который можно сделать, изучив полученные данные, следующий: разработка и осуществление маркетинговой стратегии позволяет увеличить капитализацию предприятий примерно на 15–20 % [3]. В результате маркетинг – это не только инструмент продвижения товара и услуг на рынке, но и один из стратегических ресурсов который можно использовать для успешной конкуренции и повышения капитализации фирмы.

До середины 20-го века маркетинг рассматривался как инструмент увеличения количества продаж и повышения уровня сбыта. Маркетинг в стратегическом управлении возник и начал быстро распространяться, начиная с 60-х годов прошлого века. В первую очередь была осознана необходимость рассмотрения таких проблем как: товарная политика, ценовая политика, коммуникационная политика и сбытовая политика в комплексе, а только потом под углом зрения целостной маркетинговой стратегии [1].

Маркетинговый подход в стратегическом управлении обеспечивает направленность организации на рынок, что означает, во-первых, умение правильно и своевременно реагировать на изменения внутри рынка; во-вторых, уделять больше времени и ресурсов не самой продукции и ее реализации, а сосредоточиться на потребителе и в этой области опережать своих конкурентов; в-третьих, уметь воспользоваться новыми возможностями на рынке и использовать их раньше других [2].

Маркетинговая стратегия, ориентированная на рынок, предполагает постановку и достижение основных целей фирмы. Так, на первом плане стоит увеличение доли своей продукции на рынке, а на втором плане стоит использование коммуникационных контактов с потребителем для увеличения степени удовлетворения своих потребностей.

Используя утверждения американских экономистов, можно сказать, что маркетинговая стратегия на рынке включает в себя хотя бы четыре основных блока управленческих решений: arena, advantage, access, activity, что переводится на русский язык как «арена – преимущество – доступ – деятельность».

Арена – предполагается исследование зоны хозяйствования, т.е. той сферы, в которой фирма осуществляет свою деятельность и реализует свои преимущества перед конкурентами.

Преимущества – это та ценность товара, которая предоставляется потребителям для обеспечения определенного уровня конкуренции с другими фирмами.

Доступ – это те условия, которые необходимы фирме для выхода на данный сегмент рынка. Эти условия включают в себя каналы сбыта и продаж.

Вид деятельности – это та продукция и то количество этой продукции которое организация будет предоставлять потребителю [1].

Благодаря развитию маркетинга был привнесен ряд особых черт в стратегический менеджмент. Маркетинг оказал значительное влияние на развитие следующих технологий: во-первых, постоянный и систематический анализ, мониторинг рыночной среды и прогноз потребностей как рынка, так и конкретных потребителей, а также анализ сильных и слабых сторон собственной деятельности; во-вторых, своевременное обновление товаров путем разработки более качественных товаров, ориентированных на определенную группу потребителей и обладающих свойствами, значительно отличающимися от продукция конкурентов; в-третьих, приоритет гибкости ценовой политики организации, которая включает не только уже известные математические закономерности между такими показателями, как спрос на товар, предложение товара и цена на данный товар, но и непрямолинейное реагирование рынка на изменение цены на товар; в-четвертых, организация распределения и продаж, которая помогает потребителю принять решение о товарных предпочтениях и о покупке этого товара [3].

Для появления маркетингового подхода в управлении и разработке маркетинговых стратегий необходимо наличие конкретных предпосылок и целей. Такими целями являются, в первую очередь, общее насыщение рынка; во вторую, постоянное увеличение потребностей потребителей в улучшении качества товара; в третью очередь, значительное улучшение технических и организационных возможностей производства; в четвертую, направленность организации на сокращение сроков амортизации, повышение количества выпускаемой продукции и уменьшение сроков внедрения товара.

Ниже представлены краткосрочные и односторонние изменения запросов рынков на потребительские товары, которые создают угрозу для спокойной деятельности организации. Так, уменьшение количества потенциальных потребителей из-за уменьшения численности населения; появление и непрерывное существование большого количества безработных; повышение концентрации рыночной власти и монополизации торговли, что наносит ощутимый урон производителю; ощутимость международной конкуренции, особенно в связи со снятием таможенных барьеров и открытием новых рынков; сокращение количества ресурсов. Особое сокращение минеральных и энергетических ресурсов; ухудшение экологической ситуации и в связи с этим увеличение требований к производителю по снижению объема веществ, выбрасываемых в окружающую среду, представляет собой существенную угрозу для деятельности организации [2].

Основной вклад маркетинга в стратегическом управлении заключается в следующем: стремление к сбалансированности, гармонизации интересов фирмы, потребителей и общества в целом, партнерству всех участников рыночных отношений и некоммерческого распределения общественных благ.

Вместе с тем маркетинг позволил более полно реализовать тенденции и принципы современного управления – его глобализм, активность, инновационность, интегрированность, предпочтение структурных исследований рынка, активное использование связей с общественностью.

Глобализм возник как результат на увеличение взаимозависимости национальных рынков, на увеличение одинаковых потребностей под влиянием достижений технологии

коммуникации и транспорта, на развитие международной стандартизации, на тенденции объединения стран, заключение межгосударственных соглашений и развитие международной конкуренции. В маркетинге глобализм воплотился прежде всего в товарной политике.

Активность современного стратегического маркетинга вызвана к жизни растущим насыщением рынка, увеличением скорости технологического прогресса, постепенным устранением барьеров для международной торговли.

Инновационность маркетинга выражается в постоянном поиске и инициировании перспективных изменений потребностей, в обновлении ассортимента, придании товарам новых черт и достижении новых уровней удовлетворения потребностей, в использовании новых форм коммуникаций, новых способов продаж и доставки. Такой поиск обусловлен тем, что все большее количество потребителей в мире ставит выше качества товаров и услуг, удобства их приобретения и потребления над ценовыми параметрами.

Интегрированность – новый шаг в развитии подхода. Действия в рамках операционального (операционного) маркетинга осуществляются в тесной связи со структурой и направленностью стратегического плана. Товарная политика, ценообразование, продвижение и сбыт осуществляются на основании стратегического выбора товарных рынков, долгосрочного прогноза состояния и динамики спроса и предложения на выбранных целевых рынках. Взаимосвязь стратегического и операционального маркетинга позволяет оптимизировать цели по завоеванию доли рынка и необходимый для их достижения маркетинговый бюджет.

Предпочтение структурных исследований рынка – еще один принцип современного стратегического маркетинга, утверждающий его преимущество над эпизодическими исследованиями, проводящимися для решения отдельных частных проблем.

Активное использование связей с общественностью – акцент на коммуникационной функции отражает растущую социальную направленность маркетинга, распространение практики его осуществления на некоммерческие, бюджетные сферы деятельности, зависимость результатов маркетинговой работы от отношения к ней со стороны общества и его групп [1].

Целевой ориентацией маркетинга считается ориентация на сбалансированность, гармонизацию интересов фирмы, потребителей и общества, что является сущностью современного стратегического маркетинга. В подходе воплощаются философские принципы, определяющие отношение фирмы: во-первых, к себе (например: мы хотим существовать очень долго); во-вторых, к клиентам (мы стремимся поддерживать обоюдное доверие); в-третьих, к своим сотрудникам (мы советуемся по вопросам оптимизации хозяйствования); в-четвертых, к капиталодателям, заемщикам (например, предоставление надежного процента с капитала, несколько выше банковского); в-пятых, с поставщиками, как и с клиентами, обоюдное доверие; в-шестых, с конкурентами (варианты: честная конкуренция; согласованность действий; обособленность на внешнем рынке при согласованности на внутреннем и др.); в-седьмых, отношения с общественностью: спонсирование культурных мероприятий, организация фондов поддержки экологии и пр., и, наконец, с социальной окружающей средой: использование чистых, этичных технологий.

Итак, подводя итоги, можно сделать вывод о том, что маркетинг играет особую и исключительно важную роль в стратегическом управлении. Пронизывая все его процессы, маркетинг делает возможной ориентацию фирмы на запросы потребителей и тем самым обеспечивает более гибкое и адаптивное включение фирмы в окружающую среду. Маркетинг и стратегическое управление находятся в диалектическом взаимодействии. С одной стороны, развитие маркетинга наряду с другими процессами способствовало переходу к стратегическому управлению. Маркетинг является одной из основ стратегического управления. В то же время переход к стратегическому управлению

послужил мощным импульсом к развитию маркетинга и изменению его роли в фирме. Именно стратегическое управление выдвинуло маркетинг на передний план, существенно повысив его значимость и качественно изменив его роль в осуществлении бизнеса.

Список литературы

1. Воронин А. Д. Стратегический менеджмент: учеб. пособие / А. Д. Воронин, А. В. Королев. – Минск : Вышэйшая школа, 2014. – 175 с.
2. Арутюнова, Д. В. Стратегический менеджмент: учеб. пособие / Д. В. Арутюнова – Таганрог : Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010. – 122 с.
3. Гапоненко, А. Л. Стратегическое управление: учебник / А. Л. Гапоненко, А. П. Панкрухин. – М. : Омега-Л, 2004. – 472 с.

This article is devoted to the issues of strategic management. It also discusses the impact and reasons for the emergence of a marketing approach in strategic management. The main tendencies and principles of modern management are presented, such as globalism, activity, innovation, integration, preference for structural market research, active use of links with the public.

Воронович Дмитрий Антонович, студент 2 курса специальности «Менеджмент» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купала, Гродно, Беларусь. E-mail: dima3821094@mail.ru.

Научный руководитель – ***Рабцевич Валентина Вениаминовна***, доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры экономики и управления на предприятии Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 338.46

Е.В. Врублевская, В.Т. Романчук

ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ УСЛУГ

Проанализированы современные особенности инновационной деятельности в сфере услуг. Показан мировой опыт финансирования инновационной деятельности. Выделены основные группы изменений, происходящих на предприятиях сферы услуг под воздействием инновационной деятельности. Рассмотрена нормативно-правовая база, регулирующая инновационные процессы. Представлены параметры, характеризующие экономический эффект использования инноваций в Республике Беларусь.

На сегодняшний день в передовых странах разработка и внедрение инноваций является решающим фактором социального и экономического развития, залогом экономической безопасности. Инновационные процессы приобретают все большую значимость, их главной задачей является достижение предприятиями конкурентных преимуществ и более полное удовлетворение спроса потребителей в высококачественных товарах и услугах. Инновация – это внедренное новшество, обеспечивающее качественный рост эффективности процессов или продукции, востребованное рынком, являющееся конечным результатом интеллектуальной деятельности человека, его фантазии, творческого процесса, открытий, изобретений и рационализации. Инновационная деятельность – комплекс научных, технологических, организационных, финансовых и коммерческих мероприятий, направленный на коммерциализацию накопленных знаний, технологий и оборудования. Сфера услуг в сегодняшних экономических условиях играет важнейшую роль в удовлетворении потребностей общества. По мере формирования в нашей стране постиндустриального информационного общества, роль сферы услуг будет неуклонно возрастать, поскольку потребности населения будут постоянно расти, а их разнообразие постоянно расширяться. Развитие

сферы услуг и повышение эффективности удовлетворения потребностей общества напрямую связаны с инновациями. Также одним из главных показателей развития сферы услуг является конкурентоспособность услуг, которая непосредственно связана с уровнем инновационной деятельности на каждом сервисном предприятии. Основной целью инновационной политики предприятия сферы услуг является создание и развитие базы для проведения эффективных преобразований его экономики, когда на первый план выходит инновационный бизнес как объект управления.

Многие страны, не располагающие научно-технологическими ресурсами, необходимыми для масштабных индустриальных прорывов, обеспечивают сегодня рост экономики за счет инновационного развития сектора услуг. Этот путь должен представлять определенный интерес и для Беларуси, если учесть неудовлетворительное состояние ее производственного и научно-технического потенциала на фоне относительно высокой доли сферы услуг в ВВП. В этой ситуации инновационное развитие сферы услуг должно стать мощным источником экономического роста, вероятно, даже более значимым, чем технологические инновации в промышленности.

В качестве инновации в сфере услуг выступает результат деятельности (сервисный продукт, технология или ее отдельные элементы, новая организация сервисной деятельности и т.д.), который способен более эффективно удовлетворять потребности потребителей [1].

Современный подход к инновациям в сфере услуг все в большей степени базируется на рассмотрении инноваций как некоторого процесса. Основной акцент делается на процесс обновления и постоянного улучшения. Инновации в области процессов – необходимый элемент развития компании, работающей в сфере услуг. Изменения обычно касаются внутренних процессов или процессов, связанных с доставкой продуктов и услуг до конечного пользователя. Это может быть как полная перестройка бизнес-процессов, так и стратегия постоянных серьезных изменений в ключевых процессах. Анализ структуры инновационных затрат отечественных компаний сферы услуг показывает, что подавляющая часть средств идет на процессные инновации, т.е. на разработку и внедрение новых или значительно усовершенствованных методов предоставления услуг. Примерно в два раза меньше средств выделяется на создание новых продуктов. Организационные и маркетинговые инновации довольно редки. Это закономерно, поскольку основной целью компаний, работающих в секторе услуг, в последние годы было расширение своей рыночной доли и клиентской базы. Инновационная деятельность, как правило, характеризуется достаточно высокой степенью неопределенности и риска, поэтому важными принципами системы финансирования инноваций являются множественность источников, гибкость и адаптивность к быстро меняющейся, турбулентной среде инновационных процессов.

Мировой опыт финансирования инновационной деятельности показывает, что инновационный процесс может успешно развиваться за счет как частного, так и государственного финансирования. Все зависит не от характера источника инвестиций, а от его эффективности. При этом важную роль играет уровень развития инновационного климата в стране, законодательная база, регулирующая отношения участников инновационного процесса, развитое информационное и материально-техническое обеспечение научных исследований, сотрудничество между субъектами инновационной деятельности. Финансирование инновационной деятельности может быть результативным за счет как частных инвестиций, так и государственных, а также за счет смешанного финансирования (на основах принципа частно-государственного партнерства). Как свидетельствует мировая практика, необходимо разделение и четкое определение тех сфер и направлений, которые могут быть профинансированы наиболее эффективным способом за счет каждого источника [2].

Сфера услуг зависит не только от потребительско-стоимостных свойств произведенного продукта, но и от таких социальных показателей, как уровень и качество жизни, здоровье и экономическая активность населения, социальная напряженность, развитие социальной сферы. Инновационная деятельность в сфере услуг должна быть связана с прогнозируемым результатом, который приводит к изменениям как внутри предприятия-товаропроизводителя, так и во внешней среде. Например, рост платежеспособного спроса сопровождается повышением требований к потребительским свойствам выпускаемой продукции, что вынуждает предприятия расширять и обновлять ее номенклатуру, вносить соответствующие изменения в конструкцию и дизайн товаров, перестраивать маркетинговые сети, разнообразить ассортимент услуг на потребительском рынке. Расширение потребностей в сфере услуг обусловливает трансформации в производственном процессе товаропроизводителей, в информационных системах. Развитие сферы услуг формирует новую конкурентную среду и новые потребности в товарах и услугах.

Можно выделить три основные группы изменений, происходящих на предприятиях сферы услуг под воздействием инновационной деятельности:

- изменения, вызванные трансформациями во внешней среде;
- изменения, связанные с потребностями самого предприятия в процессе его функционирования с сохранением (стабилизирующие изменения) или модификацией его функций (модифицирующие изменения) в сфере услуг;
- изменения, порожденные результатами функционирования предприятия во внешней среде и стимулирующие внутренние преобразования за счет «обратной связи».

В современной практике изменения в сфере услуг носят либо экстенсивный, либо интенсивный характер. Экстенсивное развитие предполагает изменение объемов товаров и услуг в пределах существующего потенциала предприятий. Оно характерно для динамично развивающихся рынков услуг, в которых спрос существенно превышает предложение, а потребители услуг предъявляют новые требования к содержанию и качеству услуг. Интенсивное развитие направлено на наращивание потенциала в сфере услуг за счет рационального использования внутренних ресурсов предприятий и является возможным лишь в случае очевидной конкурентоспособности предприятия.

Указанные направления изменений не сопровождаются формированием нового потенциала предприятий сферы услуг, ориентированного на будущие трансформации ценностных ориентаций и предпочтений потребителей, возможные лишь благодаря инновационной деятельности. Последняя обеспечивает предприятиям этой сферы стабильное положение на рынке на протяжении всего жизненного цикла товаров и услуг, гибкое маневрирование в предоставлении услуг потребителям в ситуации неопределенности. По сути, речь идет о постоянно возобновляющемся процессе преобразования сферы услуг.

Этот процесс является многомерным, включающим вопросы стратегического планирования и управления, активизации научных исследований, маркетинга, организационного проектирования сферы услуг, формирования команды исполнителей, деятельность которой носит инновационный характер.

Можно сказать, что инновационный процесс формирования сферы услуг адекватен потребительскому рынку тогда, когда имеет место понимание причин возникновения, значимости и необходимой направленности инноваций, сферы их применения, степени новизны, специфики структуры жизненного цикла, глубины и масштабности изменений, а также различий в удовлетворении потребностей на определенных сегментах потребительского рынка [3].

Появление нового продукта на потребительском рынке затрагивает взаимосвязи экономических хозяйствующих субъектов в предоставлении услуг потребителям. В результате инновационную деятельность можно охарактеризовать как деятельность по

освоению (внедрению) в отраслях, организациях и экономике широкого спектра нововведений, касающихся:

- производства новых продуктов и услуг;
- применения новых технологий и/или освоения новой техники;
- использования новых источников ресурсов;
- введения новых форм и методов организации производства, труда и управления;
- освоения или развития новых рынков.

Одним из важнейших условий повышения конкурентоспособности сферы услуг в Республике Беларусь является инновационное развитие. Правовые условия для него изложены в Законе от 10.07.2012 № 425-З «О государственной инновационной политике и инновационной деятельности в Республике Беларусь». Исключение составляли информационно-коммуникационные технологии, реализация транзитного потенциала путем создания логистических центров, электронная торговля. Почему-то инновации у нас до сих пор в основном ассоциируются исключительно с технологическими новшествами в обрабатывающей промышленности. Но рост сектора услуг во многих странах заставил их классифицировать и статистически оценивать. В соответствии с последней версией стандартной отраслевой классификации NACE, на которую перешла с 2016 г. Беларусь, в сектор услуг вошло 13 разделов. Они включают оптовую и розничную торговлю, ремонт автотранспортных средств и мотоциклов, перевозку и хранение, деятельность гостиниц и предприятий общественного питания, деятельность в области информации и связи, финансовую и страховую деятельность, операции с недвижимым имуществом и другие [1].

Особенно актуальны сейчас в сфере услуг не только технологические (продуктовые, процессные) инновации, но и организационные, управленческие, маркетинговые. Применительно к отдельным видам услуг тип инноваций будет зависеть от технического оснащения, от характера взаимодействия производителя и потребителя и других факторов.

В Беларуси публикуются отдельные показатели Табло инновационного Союза (IUS). Среди параметров, характеризующих экономический эффект использования инноваций, можно выделить долю экспорта наукоемких услуг в общем объеме экспорта услуг. Заметим, что у нас здесь нет четко выраженной тенденции. Так, в 2011 г. этот показатель составлял 30,5 %, в 2012-м он уменьшился до 26, 4 %, т.е. на 4.1 п. п., в 2013 г. эта доля снизилась до 25,7 %, тогда как в 2014 г. выросла до 28,5 %. Можно предположить, что в последние два года рост здесь в первую очередь был связан с падением объема экспорта услуг в целом. Также инновационное развитие сферы услуг характеризуют затраты на технологические инновации организаций этой сферы по источникам финансирования. Анализ показал, что их основным источником на протяжении последнего десятилетия являются собственные средства предприятий, доля которых увеличилась с 57,5 % в 2006 г. до 90 % в 2014 г. В то же время доля кредитов снижалась по мере роста процентных ставок. Это не столь болезненно для крупных организаций, но их удельный вес в сфере услуг составляет всего 2,2 %. А для малых организаций стоимость заемных ресурсов и требования к их обеспечению становятся непреодолимым барьером.

Для более активного и эффективного развития инноваций в сфере услуг в нашей стране было бы целесообразно разработать новую государственную программу, направленную именно на развитие инноваций в сфере услуг, в том числе для увеличения экспорта наукоемких и высокотехнологичных услуг в 2021–2025 гг.

Следовательно, инновационная деятельность выступает как организационно-управленческая поддержка реализации всех этапов жизненного цикла продукта. Круг задач управления инновационной деятельностью расширяется и предполагает обеспечение маркетинговой поддержки инноваций и управления создаваемой интеллектуальной собственностью, организацию инвестирования инноваций и

преодоление сопротивления изменениям со стороны персонала. Все это требует формирования научно-методологического и теоретического обоснования и развития адекватного инструментария. Таким образом, организация инновационной деятельности предприятий должна обеспечивать:

- – достижение общего видения предложения услуг на потребительском рынке;
- - определение стратегических приоритетов в преобразовании данной сферы;
- - разработку стратегии деятельности предприятий в длительной перспективе;
- - создание системы коммуникаций, ориентированной на реализацию услуг;
- - формирование инновационного персонала с определением зон ответственности за результаты работы;

- внедрение системного контроллинга процессов развития услуг на потребительском рынке.

Реализация выделенных направлений создаст условия для расширения рынка услуг, усилит конкурентные позиции и преимущества предприятий сферы услуг.

Список литературы

1. Организация и финансирование инноваций: учеб. пособие / В. В. Быковский [и др.]. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2006. – 266 с.

2. Управление инновационным потенциалом производственных систем: учеб. пособие / В. В. Герасимов[и др.] Новосиб. гос. архитектур.-строит. ун-т. –Новосибирск: НГАСУ, 2003.

3. Современные тренды инновационного развития экономики: коллективная монография / Я. В. Коженко[и др.]; под ред. Я.В. Коженко. – Уфа: ОМЕГА САЙНС, 2016. – 108 с.

We analyzed the modern features of innovative activity in the service sector. Shows global experience in financing innovation. The basic group of changes occurring in the service industries under the influence of innovation. We consider the legal framework governing the innovation processes. Presented parameters characterizing the economic effect of innovation in the Republic of Belarus.

Врублевская Екатерина Витальевна, студентка 3 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: katy.vrublevskay@gmail.com.

Романчук Виолетта Тадеушевна, студентка 3 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: katy.vrublevskay@gmail.com.

Научный руководитель – ***Маталыцкая Светлана Михайловна***, старший преподаватель кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 339.13

А.Н. Гагалушко, О.В. Котова

ВНЕШНЯЯ СРЕДА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ: СУЩНОСТЬ И СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ

В статье рассматриваются основные подходы к анализу внешней среды функционирования организации. Приводятся основные характеристики факторов внешней среды и их влияние на деятельность субъекта хозяйствования. Обоснована необходимость анализа изменений внешней среды и адаптации организации к ним.

Любая организация находится и функционирует в определенных условиях. Во многом именно они предопределяют успех функционирования компании, накладывают

определенные ограничения на операционные действия, и в какой-то мере каждое действие компании возможно только в том случае, если среда позволяет его осуществление.

Внешняя среда включает в себя все те факторы, которые находятся за пределами организации и воздействуют на нее. Внешняя среда, в которой организации осуществляют свою деятельность, сложна, динамична и неопределенна. Вкусы потребителей меняются, равно как и рыночный курс рубля по отношению к другим валютам, вводятся новые законы, налоги, новые технологии обеспечивают обновление процессов производства, действуют еще и многие другие факторы. Быстрая реакция и адаптация организации к новым условиям являются наиболее важными составляющими ее успеха. Внешняя среда является источником, питающим организацию ресурсами, которые необходимы для поддержания ее внутреннего потенциала на должном уровне. Организация находится в состоянии постоянного обмена с внешней средой, обеспечивая тем самым себе возможность выживания. Однако ресурсы внешней среды не безграничны, и на них претендуют многие другие организации, находящиеся в этой же среде, поэтому всегда существует возможность того, что организация не сможет получить нужные ресурсы из внешней среды. Задача стратегического управления состоит в обеспечении такого взаимодействия организации со средой, которое позволило бы ей поддерживать ее потенциал на уровне, необходимом для достижения ее целей, и тем самым давало бы возможность выживать в долгосрочной перспективе.

Анализ внешней среды помогает руководству предприятия понять, какие изменения во внешнем окружении воздействуют на предприятие, какие факторы представляют угрозу для предприятия, какие факторы предоставляют большие возможности для достижения общих целей предприятия.

Внешняя среда – это совокупность условий и факторов, действующих в окружении предприятия и включающих такие элементы, как потребители, конкуренты, правительственные учреждения, поставщики, финансовые организации и источники трудовых ресурсов [1, с. 85].

Внешнюю среду можно разделить на [1, с. 85–86]:

1) *экономическую* (наличие потенциальных покупателей и их потребностей; сложившийся уровень цен на продукцию предприятия; возможность получения инвестиций; наличие рабочей силы требуемой квалификации и производительности в том регионе, где находится предприятие; правительственная финансовая и налоговая политика; поведение конкурентов);

2) *социальную* (развитость социальной инфраструктуры в названных регионах; господствующие там обычаи и верования; уровень образования и преобладающие желания населения);

3) *технологическую* (представляет собой существующие в обществе знания в отношении изделий, их дизайна и технологии изготовления. При этом под изделиями понимаются также информация и услуги);

4) *политическую* (существующие внешне- и внутриполитическая ситуация в тех государствах, на территории которых находится организация и на территории которых она реализует свою продукцию; существующее в этих странах законодательство, разрешающее или запрещающее определенные виды производств и реализацию определенных видов товаров).

Во внешней среде выделяют **макросреду** (среда косвенного воздействия) и **микросреду** (среда прямого воздействия). Это облегчает учет степени их влияния на деятельность предприятия. Факторы макросреды неопределенны и непредсказуемы, что делает их более опасными, чем факторы микросреды.

Микросреда включает факторы, имеющие непосредственное отношение к предприятию и его возможностям по производству и реализации продукции (работ, услуг) [2, с.72].

К элементам среды прямого воздействия относятся:

1) *поставщики* (капитала, материала, трудовых ресурсов, оборудования, энергии). Это очень сильный фактор, от которого зависит жизнеспособность многих организаций, т.к. поставщики могут непосредственно воздействовать на другие организации, что позволяет им влиять на качество продукции организации, создавая ресурсную зависимость. Такая зависимость создает большие трудности, т.к. она дает власть, влияет на себестоимость, сроки изготовления и, следовательно, на общую эффективность предприятия;

2) *законы и государственные органы.* Деятельность организации попадает под множество правовых ограничений, которые устанавливает государство через законы. Помимо законов и налоговых обязательств, организации должны выполнять требования различных государственных органов, а также постановления местных органов управления, что значительно усложняет деятельность организации;

3) *потребители.* Предприятие существует и успешно осуществляет свою деятельность до тех пор, пока существует потребитель и пока оно удовлетворяет его потребности. Изучение покупателей позволяет организации лучше уяснить то, какой продукт в наибольшей мере будет приниматься покупателями, на какой объем продаж может рассчитывать организация, в какой мере покупатели привержены продукту именно данной организации, насколько можно расширить круг потенциальных покупателей, что ожидает продукт в будущем и многое другое;

4) *конкуренты*. Если не удовлетворять запросы потребителей также эффективно, как это делают конкуренты, то организация не продержится на рынке товаров или услуг долго.

Макросреда ограничивает производителя факторами более широкого социального плана чем те, которые влияют на микросреду, – демографическими, финансово-экономическими, природными, политическими и др. [2, с.73].

К элементам макросреды среды косвенного воздействия и их составляющих, которые рассматриваются при анализе, относятся:

1) технология (уровень автоматизации производства; показатели износа основных производственных фондов; стоимость основных производственных фондов и т.д.). Отражает уровень научно-технического развития, который воздействует на организацию. Нововведения со стороны технологий влияют на эффективность, с которой можно производить и продавать продукцию или услугу, а также на то, какую продукцию или услугу ожидают потребители. Данный фактор очень важен для организаций, имеющих дело с высокими технологиями;

2) состояние экономики (удельный вес конкурентоспособной на внешнем рынке промышленной продукции фирм; среднегодовые темпы инфляции; показатели налоговой системы и внешнеэкономической деятельности и т.д.). То или иное состояние экономики может оказать положительное влияние на одни, и отрицательное влияние – на другие организации. Этот фактор может сильно влиять на возможности получения организацией капитала для своих нужд;

3) социально-культурные факторы (отношение людей к окружающему миру; средний уровень образования населения страны; продолжительность жизни; рождаемость и смертность населения страны и т.д.). Организация функционирует в одной и/или более культурных средах. Именно поэтому факторы этой среды (например, ценности, национальные традиции, средства массовой информации и др.) влияют на организацию в значительной мере;

4) политические факторы (криминогенная обстановка в стране; стабильность демократических преобразований в стране и т.д.). Настроение администрации, законодательных органов и судов в отношении бизнеса влияют на такие действия

правительства, как налогообложение доходов, установление налоговых льгот, обязательной сертификации и т.п.;

5) отношения с местным населением (наличие федеральных правовых актов, регулирующих взаимоотношения компонентов экономической системы; наличие федеральных правовых актов, регулирующих внешнеэкономическую деятельность страны и фирм и т.д.). Почти в каждой общности существуют определенные установки и законы, относящиеся к бизнесу, и определяющие, где можно развернуть деятельность организации;

6) международное окружение (количество «горячих точек» в мире; количество международных симпозиумов, конференций, выставок, кинофестивалей, конкурсов и других мероприятий высшей категории в области образования, культуры, научно-технического прогресса, проводимых в данный момент в стране и в мире, и т.д.). Отличается повышенной сложностью, что обусловлено уникальной совокупностью факторов, характеризующих каждую страну (экономика, культура, государственное устройство, политическая стабильность и др.).

Для внешней среды характерно наличие множества *связей между ее элементами* [1, с.87]:

1) горизонтальные связи обеспечивают непрерывность процессов производства и реализации продукции, отражают взаимоотношения с поставщиками ресурсов, с покупателями, конкурентами, партнерами;

2) вертикальные связи возникают с момента государственной регистрации субъекта хозяйствования и включения его в хозяйственную систему. Взаимоотношения с государственными органами управления республиканского и регионального уровня.

Для характеристики внешней среды важными являются следующие **показатели:**

1) *сложность* (число факторов, на которые организация должна реагировать, а также уровень вариантности каждого фактора);

2) *неопределенность* (количество информации, которой располагает организация по поводу конкретного фактора);

3) *динамизм* (скорость, с которой происходит изменение внешних факторов);

4) *взаимосвязанность факторов внешней среды* (уровень силы, с которой изменение одного фактора воздействует на другие факторы).

Прогнозирование внешней среды организации помогает контролировать внешние по отношению к ней факторы, получить важные результаты, позволяющие создать собственный перечень опасностей и возможностей, с которыми сталкивается организация. Угрозы и возможности, с которыми сталкивается предприятие можно выделить в семь компонентов (экономика, политика, рынок, технологии, конкуренция и социальное поведение). Их изучение позволяет понять то, как формируются и распределяются ресурсы. Анализ технологий позволяет обнаружить те возможности, которые открываются для производства новой продукции, ее усовершенствования и для модернизации изготовления и сбыта продукции. Многие организации не видят открывающиеся перспективы, вследствие чего они теряют свою долю рынка, что может привести к негативным последствиям.

Все компоненты внешней среды по-разному влияют на эффективность деятельности предприятия. Поэтому проводится тщательный анализ внешней среды. Первоначально происходит сбор информации о социальных, политических, экономических и технологических тенденциях в изменениях среды конкретного предприятия. В результате представляются обзорные доклады по исследованию.

Анализ внешней среды служит инструментом, при помощи которого разработчики стратегии контролируют внешние по отношению к организации факторы с целью предвидеть потенциальные угрозы и вновь открывающиеся возможности. Он позволяет организации своевременно спрогнозировать появление угроз и возможностей, разработать

ситуационные планы на случай возникновения непредвиденных обстоятельств, разработать стратегию, которая позволит организации достигнуть целей и превратить потенциальные угрозы в выгодные возможности [3].

Используются следующие **виды анализа внешней среды предприятия** []:

1) *PEST-анализ (STEP-анализ)* – инструмент, который предназначен для выявления политических (Political), экономических (Economic), социальных (Social) и технологических (Technological) аспектов внешней среды, которые могут повлиять на стратегию компании. Выявленные при анализе факторы каждой компоненты группируются. В результате составляется перечень возможностей и угроз, с которыми сталкивается организация;

2) *SWOT-анализ* – метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации и разделении их на четыре категории: Strengths (сильные стороны), Weaknesses (слабые стороны), Opportunities (возможности) и Threats (угрозы). Сильные и слабые стороны являются факторами внутренней среды объекта анализа, а возможности и угрозы – факторами внешней среды;

3) *M-анализ* – оценка деятельности предприятия со стороны заинтересованных групп. В качестве заинтересованных групп выступают покупатели, акционеры, правительственные органы, профсоюзы, кредиторы, поставщики, конкуренты и общественность. Каждая группа использует свои критерии оценки функционирования предприятия. В той степени, в которой заинтересованная группа не удовлетворена результатами работы предприятия, она будет оказывать давление на него с целью изменения ситуации;

4) *«Резюме анализа внешних стратегических факторов» (External Strategic Factors Analysis Summary – EFAS).* Это метод анализа готовности предприятия реагировать на стратегические факторы внешней среды с учетом предполагаемой значимости этих факторов для будущего предприятия. Используется для обобщения результатов работы по анализу стратегических факторов внешней среды и другие методы анализа;

5) функционально-стоимостной анализ. Объектом анализа чаще всего служат продукты, продуктовые группы и производственные процессы. Данный анализ позволяет минимизировать затраты на производство продукции;

6) бенчмаркинг. Данный метод представляет собой процесс точного измерения и сравнения всех операций по разработке и внедрению продуктов мирового класса как на собственном предприятии, так и у конкурентов.

Анализ внешнего среды предприятия помогает получить важные результаты. Он дает организации время для прогнозирования возможностей и составления плана на случай непредвиденных обстоятельств, время для разработки системы раннего предупреждения на случай возможных угроз и время на разработку стратегий, которые могут превратить прежние угрозы в выгодные возможности.

Список литературы

1. Володько, О .В. Экономика организации: учеб. пособие / О. В. Володько, Р. Н. Грабар, Т. В. Зглюй; под ред. О. В. Володько. – Пинск : ПолесГУ, 2011. – 360 с.

2. Нехорошева, Л. Н. Экономика предприятия: учеб. пособие/ Л. Н. Нехорошева, Н. Б Антонова, Л. В. Гринцевич [и др.]; под ред. Л. Н. Нехорошевой. – Минск : БГЭУ, 2008. – 719 с.

3. Стратегический анализ среды организации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://samzan.ru/164226/. – Дата доступа: 03.03.2017.

The article examines the main approaches to the analysis of the external environment of the functioning of the organization. The main characteristics of environmental factors and their impact on the activities of the business entity are given. The necessity of the analysis of changes in the external environment and adaptation of the organization is grounded.

Гагалушко Анастасия Николаевна, студентка 3 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь, E-mail: gagalushkoanastasiya@gmail.com.

Котова Ольга Витальевна, студентка 3 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь, E-mail: O-l-chik93@mail.ru.

Научный руководитель – ***Павловский Егор Витальевич,*** магистр экономических наук, преподаватель кафедры экономики и управления на предприятии Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 331.101.3

А.Н. Гагалушко, О.В. Котова

МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ

В статье исследуется проблема мотивации персонала в условиях нестабильной экономической ситуации. Рассматриваются особенности мотивации в кризисных условиях, методы материальной и нематериальной мотивации. .

Экономический кризис – это переломный момент в экономике, в результате которого происходит значительное нарушение сложившегося экономического положения в рамках всей страны или имеющее мировой масштаб, вследствие чего наблюдается ухудшение экономического состояния, резкий спад производства, что влечет за собой массовые банкротства, падение валового национального продукта, масштабный рост безработицы и снижение жизненного уровня населения.

В современных условиях хозяйствования основным ресурсом любого предприятия является персонал, от которого зависит конечный результат деятельности предприятия.

Для эффективного управления организацией и, в частности, персоналом предприятия выработаны три группы методов: административные, экономические, социально-психологические. Кроме этого, в каждой организации применяются конкретные частные методы, свойственные специфике и традициям данного предприятия.

Основополагающим методом управления персоналом является мотивация труда работников, которая, в свою очередь, осуществляется с применением трех указанных групп методов.

Антикризисное управление предъявляет определенные, в отличие от регулярного управления, требования к системе управления персоналом. Такая определенность обусловлена принципом соответствия деловой стратегии и стратегии управления персоналом. Как правило, деловая стратегия вывода предприятия из кризиса предполагает сосредоточение усилий на быстром увеличении продаж выпускаемой продукции, оперативном поиске возможностей оказания дополнительных услуг, исследовании рынка и перспективной разработке нового продукта, выведении непрофильных активов, оптимизации запасов, сокращения расходов (в том числе и на персонал). Главная задача, которую решает служба персонала в этих условиях – это поддержка антикризисных мер путем эффективной организации взаимодействия руководителей, специалистов и рабочих предприятия.

Самым тяжелым моментом в кризисной ситуации для предприятия является потеря квалифицированных кадров, без которых организация не может существовать успешно. Удержание ключевых сотрудников становится одной из главных задач менеджмента,

однако вопросы управления персоналом в системе приоритетов выбора действующих антикризисных механизмов уходят на последние места.

Такое положение обусловлено в первую очередь тем, что руководители ошибочно считают, что проблем с мотивацией персонала быть не должно, так как сотрудники понимают, что на их место претендуют множество людей, попавших под сокращение и готовых работать за меньшую заработную плату. Следовательно, сохранение своего рабочего места служит мотивацией к более эффективной работе.

Проблема заключается в том, что персонал оказывается не мотивирован в условиях окружающей нестабильности и многочисленных увольнений работников во всех областях экономики.

По данным Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь, численность безработных в нашей стране к декабрю 2016 составила 14,6 тыс. человек, увеличившись за месяц на 0,3 тыс. человек [1].

Грамотные управленцы используют период кризиса, чтобы нарастить кадровый потенциал фирмы, удерживая лучших работников и привлекая к работе профессионалов, которые покинули прежнее место работы по причине политики руководства в области управления персоналом. Кризис – это время, когда можно качественно обновить кадровый состав организации и укрепить отношения в коллективе. Для этого нужно применять грамотную кадровую политику.

Программа вывода компании из кризиса, как правило, предполагает проведение радикальных преобразований в условиях крайней ограниченности ресурсов, в первую очередь финансовых и временных. Поэтому при проведении ограниченности ресурсов антикризисной программы в сфере управления персоналом нужно решить две основные задачи:

1) удержание и вовлечение в реализацию мероприятий антикризисной программы одних сотрудников;

2) минимизация рисков возникновения конфликтных ситуаций при увольнении других [2, с.118].

Успешное решение указанных задач требует разработки и реализации комплекса мер, которые направлены на обеспечение полного понимания сотрудниками текущей ситуации и перспектив ее развития в соответствии с планами руководства по преодолению кризиса; мотивирование сотрудников на необходимые компании действия.

Ряд аналитических исследований показал, что для подавляющего большинства сотрудников основным мотивом является уровень оплаты туда.

Материальное вознаграждение имеет решающее значение в трудовой мотивации, причем его смысл для сотрудника не исчерпывается только компенсацией затрат времени, энергии, интеллекта, которые расходуются работником при достижении целей организации. Денежное вознаграждение воспринимается работником как свидетельство его ценности для организации, влияющее на его самооценку и социальный статус [3].

В кризисных условиях внутренняя мотивация сотрудников претерпевает существенные изменения. В большинстве своем преобладает мотивация избегания неудач, страх увольнения, сокращения и сокращения дохода. В данной ситуации материальная мотивация должна строиться по следующим принципам:

1. Давать сотрудникам зарабатывать за счет переменной части дохода за достижение определенных целей организации при сокращении фиксированной части дохода. Переход от оплаты труда к оплате результата является одной из ведущих тенденций, так как зависимость переменной части дохода от результата является сильным мотиватором для работников.

2. Доводить до сведения всех сотрудников личных целей, связанных с целями бизнеса.

3. Разъяснить сотрудникам, из чего формируется их доход, за что они получают вознаграждение, при соблюдении каких условий они получат премию либо бонус.

Если поощрять каждое проявление активности сотрудника, то эффективность его труда увеличится и, как следствие, организация получит большую прибыль. Нужно помнить, что система материального стимулирования должна быть выгодна и компании, и сотруднику.

В целях обеспечения эффективности премирования должно соблюдаться следующее правило: сумма всех премиальных выплат при любом значении перевыполнения плановых показателей не может превышать сумму прибыли, полученной в результате применения данной системы.

4. Систематический контроль достижения целей сотрудниками в виде отчетов, совещаний и т.д.

Система материального стимулирования должна мотивировать сотрудников на выполнение целей, поставленных руководством. При этом поставленные цели должны быть сложными, но достижимыми, иначе сотрудники будут не мотивированы.

Возможности применения материальной мотивации довольно ограничены в условиях кризиса. Система мотивации неэффективна, если она не включает нематериальные мотивы, т.к. повышение зарплаты рано или поздно начинает оказывать обратное действие на сотрудников.

Применение нематериальной мотивации позволяет компании повысить интерес персонала к своему профессиональному уровню, уменьшить упаднические настроения в коллективе, укрепить лояльность сотрудников.

Существуют разнообразные методы нематериальной мотивации: доски и книги почета, конкурсы, переходящие кубки, памятные знаки, рейтинги, устные поощрения, корпоративные мероприятия и т.д.

Определенную эффективность имеет психологическая мотивация: искренность в похвале, уважение личности, возможности для роста, реалистичность целей и др. Выбор инструментов и правил во многом определяется организационной структурой компании, ее размерами, стадией жизненного цикла.

В условиях кризиса корпоративная культура увеличивает роль нематериальных активов. Методом мотивации при этом может быть совместная формулировка миссии организации.

Формулирование миссии организации – процесс коллективный. Если руководство включает персонал в обсуждение таких вопросов, то, в первую очередь, оно получает цель, а затем и мотивацию персонала, который ценит то, что к ним прислушиваются.

Если у организации уже сформулирована миссия, то ее можно дополнить новыми слоганами, отражающими настрой коллектива. Если компания имеет большой опыт работы, то следует напомнить сотрудникам про успехи прошлого. Рекомендуется опираться на сотрудников, которые преодолели прошлый кризис. Именно к их словам прислушается более молодое поколение.

В кризисных условиях целесообразно сохранить корпоративные мероприятия, которые вызывают у персонала теплые эмоции. Нужно сделать их менее затратными. Существует и такое понятие, как тим-билдинг – сплочение коллектива посредством совместных поездок в дома отдыха или санатории, участие в экскурсиях и общих мероприятиях.

Существует и такой метод нематериальной мотивации, как поощрение руководства (устные и письменные благодарности). Данный метод актуален не только в кризисной ситуации. Здесь важно отметить равную роль как материального, так и нематериального поощрения. Невозможно заменить один вид другим, т.к. удовлетворенность персонала работой зависит практически в равной степени от обоих факторов. Один из самых эффективных способов поощрения работников без денежных затрат – публичное

выражение признательности за их усилия (буклеты с размещением фотографий лучших сотрудников организации; внутрифирменная газета с результатами работы; оглашение достижений работника на собраниях; рассылка поздравительных сообщений на электронную почту и др.). Также примером нематериального поощрения могут стать различные конкурсы, звания «Лучшего сотрудника», подарочные сертификаты небольшого номинала и пр. Однако нужно учитывать тот факт, что не каждому сотруднику такой способ мотивации будет эффективен (в силу различных причин – острая потребность именно в деньгах, нежелание «выставлять себя и свои достижения напоказ» и, наконец, просто пресыщенность такого рода стимуляцией). Кроме того, критерии оценки результатов работы сотрудников зачастую могут быть необъективны или мало проработаны, что влечет за собой неудовлетворенность и недоверие к подобным соревнованиям. Таким образом, при должной организации и грамотном определении критериев оценки, такой способ мотивации сотрудников будет эффективным и, что немаловажно в условиях кризиса, малозатратным.

В ситуации кризиса необходимо информировать сотрудников о реальной обстановке в компании и мерах, предпринимаемых руководством, по выходу из кризиса. Сотрудники не меньше, чем руководство, переживают за будущее компании, в которой они работают и в которую вкладывают немало сил и энергии. В ситуации кризиса посредством СМИ и так называемого «сарафанного радио» очень быстро распространяется информация о массовых увольнениях и сокращениях. Это приводит к повышению стрессовой ситуации в коллективе, что сказывается на эффективности работы фирмы, т.к. сотрудники больше думают о своем будущем и необходимости искать новое место работы. Люди боятся неопределенности, поэтому руководству, стремящемуся вывести компанию из кризиса, очень важно информировать сотрудников о состоянии дел и выражать уверенность в завтрашнем дне. Кроме того, очень часто работники имеют свои собственные идеи по улучшению состояния компании, которые способны действительно повысить эффективность деятельности. В связи с этим, руководству очень важно регулярно общаться и обмениваться мнениями с сотрудниками. Это можно сделать различными способами: личный контакт, обращение, распространяемое по электронной почте, или взаимодействие с «рабочими советами».

Способ общения зависит от специфики компании и численности персонала. Но, каким бы ни был способ во время проведения разъяснительной работы с кадрами, необходимо отметить:

- характеристику ситуации, в которой находится компания;
- наиболее вероятный вариант развития событий в случае, если не будут приняты антикризисные меры;
- запланированные меры по преодолению кризиса и ожидаемые результаты от их реализации;
- программу вывода компании из кризиса и роль сотрудников в ее успешной реализации.

Мотивация персонала является важнейшим фактором поддержания стабильности работы компании в кризисных условиях. Компании, активно использующие различные способы стимулирования работников, остаются конкурентоспособными на рынке и сохраняют кадровый потенциал.

При выборе способов мотивации руководителю необходимо исходить из материально-финансовых возможностей компании, корпоративных целей и ожиданий работников. В зависимости от кадрового состава, его численности возможно применение материальных и нематериальных способов стимулирования работников к труду.

Оптимальным вариантом мотивирования сотрудников в кризис является сочетание материальных и нематериальных методов.

Список литературы

1. Министерство труда и социальной защиты Республики Беларусь: ситуация в сфере занятости и безработицы в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://mintrud.gov.by/ru/sostojanie/. – Дата доступа: 06.03.2016.
2. Николаев, Д. О. Проблемы управления персоналом в условиях кризиса / Д. О. Николаев // Горный информационно-аналитический бюллетень (научно-технический журнал). – 2011. – № 3. – С. 118–123.
3. Сосновый, А. П. Разработка внутрифирменных систем оплаты труда, мотивации и стимулирования персонала / А. П. Сосновый // Московский психологический журнал. №8 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://magazine.mospsy.ru/nomer8/s12.shtml/. – Дата доступа: 06.03.2016.

The article examines the problem of personnel motivation in an unstable economic situation. Features of motivation in crisis conditions, methods of material and non-material motivation are considered. Current changes are taking place on this topic.

Гагалушко Анастасия Николаевна, студентка 3 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь, E-mail: gagalushkoanastasiya@gmail.com.

Котова Ольга Витальевна, студентка 3 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь, E-mail: O-l-chik93@mail.ru.

Научный руководитель **– *Шамов Олег Владимирович***, кандидат технических наук, доцент кафедры экономики и управления на предприятии Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 338

О.В. Гелажина

ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ НА ПРИМЕРЕ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В данной статье рассмотрены проблемы эффективности использования основных средств на примере торгового предприятия. Проанализированы основные показатели, характеризующие эффективность основных средств. Выявлены проблемы, обоснованы направления повышения эффективности использования основных средств торгового предприятия.

Проблема повышения эффективности использования основных средств предприятий занимает центральное место в рыночных отношениях. От эффективности основных средств зависит место предприятия на рынке, его финансовое состояние, конкурентоспособность.

Торговля – отрасль народного хозяйства и вид экономической деятельности, направленный на осуществление купли-продажи, обмена товаров, а также непосредственное обслуживание покупателей.

Торговля имеет высокую значимость для экономики. Она является связующим звеном между производителями и потребителями, неотъемлемым источником налоговых поступлений в бюджет государства.

Многие торговые предприятия в процессе своей деятельности сталкиваются с определенными проблемами, которые оказывают отрицательное воздействие на эффективность работы предприятия в целом. К этим проблемам можно отнести такие, как:

- материальные и товарные потери в процессе своей деятельности;
- отсутствие инвестиций в основной капитал предприятия;
- отсутствие квалифицированного персонала;

- отсутствие автоматизированных систем управления.

В период ограниченности финансовыми ресурсами предприятию приходится проводить оценку своей деятельности, искать пути и проводить мероприятия по повышению своей эффективности.

Одним из важнейших факторов увеличения товарооборота предприятия и, в последствии, получения прибыли является обеспеченность основными средствами в необходимом количестве и ассортименте и эффективное их использование.

При проведении анализа эффективности использования основных средств необходимо рассмотреть их наличие, движение, структуру, техническое состояние. В связи с эти проведем анализ эффективности использования основных средств на примере торгового предприятия «А».

Наличие основных средств торгового предприятия «А» за 2015–2016 гг. представлено в таблице 1 на основании данных бухгалтерского баланса .

Таблица 1. – Анализ состава и структуры основных средств торгового предприятия «А»

Группы основных средств и их наименование	Стоимость основных средств в 2015 г.		Стоимость основных средств в 2016 г.		Изменения	
	Сумма, млн. руб	Удельный вес, %	Сумма, млн. руб	Удельный вес, %	Сумма, млн. руб	Удельный вес, %
Здания и сооружения	127 730	85,7	120 404	83,89	-7 326	-1,81
Передаточные устройства	6	-	71	0,01	+65	+0,01
Машины и оборудование	19 927	13,4	21 033	14,7	+1 106	+1,3
Транспортные средства	1 016	0,7	1 689	1,2	+673	+0,5
Инструмент, инвентарь и принадлежности	261	0,2	298	0,2	+37	-
Прочие основные средства	29	-	32	-	+3	-
Всего основных средств	148 969	100	143 527	100	-5 442	-

Источник: собственная разработка на основании данных торгового предприятия

В ходе анализа устанавливается значение каждой группы основных средств в абсолютной сумме и удельный вес в общей стоимости, а также изменения их в динамике.

На основании проведенного анализа получено, что важное место в структуре основных средств торгового предприятия «А» в рассматриваемом периоде занимали здания и сооружения, доля которых уменьшилась в течение года на 1,81 %, что составило на конец 2016 года 120 404 млн. руб. Следует отметить, что на их долю в 2015–2016 гг. приходилось 85,7 % и 83,89 % соответственно.

Установлено, что успешному развитию торгового предприятия в рассматриваемом периоде способствовало увеличение групп основных средств в 2016 году – машины и оборудование – на 1 106 млн. руб. или 1,3 %, транспортные средства – на 673 млн. руб. или 0,5 %.

Большое значение для анализа эффективности основных средств имеет анализ их движения и технического состояния, который проводится по данным бухгалтерской отчетности. Для этого рассчитываются следующие коэффициенты:

— обновления – характеризует долю новых основных средств в общей их стоимости на конец года;

— выбытия – характеризует степень интенсивности выбытия основных средств;

— прироста – характеризует уровень прироста за определенный период; износа;

— годности[1, с. 152].

Рассчитаем данные показатели и осуществим сравнительный анализ в таблице 2.

Таблица 2. – Анализ движения и технического состояния основных средств торгового предприятия «А»

Показатели	За 2015 год	За 2016 год	Изменения в 2016 по сравнению с 2015 годом, + -
Коэффициент обновления	0,069	0,077	+0,008
Коэффициент выбытия	0,094	0,093	- 0,001
Коэффициент прироста	- 0,025	- 0,016	+0,009
Коэффициент износа	0,025	0,001	-0,024
Коэффициент годности	0,639	0,634	-0,005

Источник: собственная разработка на основании данных торгового предприятия

Данные таблицы 2 показывают, что за отчетный 2016 год по сравнению с предыдущим годом техническое состояние основных средств в торговом предприятии «А» улучшилось за счет их обновления на 0,008. Данные показатели свидетельствуют о разностороннем процессе развития технической базы предприятия «А», так как одновременно происходит пополнение ее новыми объектами основных средств и выбытие излишних, физически изношенных или морально устаревших.

В ходе анализа движения основных средств торгового предприятия за два года следует обратить внимание на соотношение показателей обновления и выбытия. Превышение первого над вторым означает, что в процессе удовлетворения потребностей в нематериальных благах преобладают экстенсивные методы. Для расширения сферы использования интенсивных методов хозяйствования необходимо ускорение выбытия основных средств.

Внедрение новой техники, передовой технологии, механизации и автоматизации торговых процессов с целью увеличения объема розничной торговли и повышения производительности труда приводят к росту основных фондов предприятия, укреплению его материально-технической базы.

Эффективность использования основных фондов характеризуется такими показателями, как: фондоотдача, фондоемкость.

Фондоотдача показывает, сколько готового продукта приходится на 1 рубль основных фондов. Чем выше значение фондоотдачи , тем эффективнее используются на предприятии его основные средства. Соответственно, увеличение показателя в динамике расценивается положительно. Если же имеет место обратная ситуация – это серьезный повод задуматься о причинах нерационального использования основных

средств. Ведь со временем проблемы могут привести само предприятие к значительным убыткам.

Фондоемкость – величина, обратная фондоотдаче. Она показывает долю стоимости основных производственных фондов, приходящуюся на каждый рубль выпускаемой продукции. Фондоотдача должна иметь тенденцию к увеличению, а фондоемкость – к снижению.

На основании данных статистической отчетности выполним анализ показателей эффективности использования основных средств торгового предприятия «А» (см. таблицу 3).

Таблица 3. – Анализ показателей эффективности использования основных средств торгового предприятия «А»

Показатели	2014 год	2015 год	Изменения	
			Сумма, млн. руб	% вып. плана
Объем продукции (выручка) в действующих ценах, млн. руб.	195 269	189 844	- 5 425	97,2
Объем продукции (выручка) в сопоставимых ценах, млн. руб.	195 269	169 322	-25 942	86,7
Среднесписочная численность работников, чел.	567	508	- 59	89,6
Производительность труда одного среднесписочного работника, млн. руб.	344,4	333,3	-11,1	96,8
Среднегодовая стоимость основных средств, млн. руб.	147 386	144 649	-2737	98,1
Фондоотдача основных средств, млн. руб.	1,33	1,17	- 0,16	88,0
Фондоемкость основных средств, млн. руб.	0,75	0,85	+0,10	113,3

Источник: собственная разработка на основании данных торгового предприятия

Эффективное использование основных средств приводит к увеличению объема производства, повышению фондоотдачи, снижению затрат и увеличению прибыли предприятия. Данные таблицы 3 показывают, что фондоотдача основных средств торгового предприятия «А» снизилась на 0,16 млн. руб., фондоемкость основных средств возросла на 0,10 млн. руб. Данные изменения показателей свидетельствуют о неэффективном использовании основных средств предприятием.

Совершенствование всех видов структур предприятия обеспечивает лучшее использование фондов, повышение отдачи при одинаковой их стоимости. Повысить фондоотдачу новых объектов позволяет ускорение их освоения. Для этого необходимо обеспечить отсутствие строительных неполадок и дефектов оборудования, заблаговременную подготовку кадров, улучшение снабжения, соблюдение проектных сроков ввода мощностей.

Любой комплекс мероприятий по улучшению использования основных средств, разрабатываемый во всех звеньях управления, должен предусматривать обеспечение роста объемов реализации продукции, прежде всего, за счет более полного и эффективного использования внутрихозяйственных резервов и путем более полного использования машин и оборудования, ликвидации простоев, сокращения сроков освоения вновь вводимых в действие мощностей, потому как в условиях рыночной

экономики только сильное предприятие с мощной технической базой, современным оборудованием в состоянии выжить.

Список литературы

1. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г. В. Савицкая. – М. : ИНФРА – М, 2003. – 400 с.

In this article, the problems of the effectiveness of the use of fixed assets on the example of a trading enterprise are considered. The main indicators characterizing the effectiveness of fixed assets are analyzed. The problems are identified and the directions of increasing the efficiency of the use of the fixed assets of the trading enterprise are justified.

Гелажина Ольга Владимировна, студентка 5 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления на предприятии Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь, golga1992@mail.ru.

Научный руководитель – ***Гораева Татьяна Юрьевна,*** кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 338.2

Е.С. Гринюк

АНАЛИЗ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ РУП «БЕЛТЕЛЕКОМ»

Проанализированы услуги предприятия и конкурентная среда. Исследованы возможности и угрозы предприятия для достижения основной цели: не только удержания нынешней позиции, но и дальнейший рост и перспективное решение существующих проблем путем совершенствования качества услуг, систем менеджмента и маркетинга, освоения новейших технологий.

Республиканское унитарное предприятие электросвязи «Белтелеком» – ведущая телекоммуникационная компания с многолетней историей, персонал которой обеспечивает и развивает важные для государства, общества, частных и корпоративных клиентов технологии связи.

Сегодня компания «Белтелеком» включает в себя 9 филиалов и 3 производства в составе головного структурного подразделения предприятия.

Бренд-портфель компании складывается из бренда «Белтелеком», которым представлена голосовая связь, передача данных, хостинг и ряд других услуг, а также брендов byfly (высокоскоростной доступ в Интернет) и ZALA (интерактивное и эфирное телевидение). Byfly – это сильный и самостоятельный бренд, в торговом портфеле которого собраны оптимальные предложения по доступу в Интернет для корпоративного и домашнего пользования. Сегодня byfly – это проводной и беспроводной доступ в сеть Интернет, обеспечивающий высокую скорость передачи данных, комфортное пользование услугой дома и на работе. Для удобства своих клиентов «Белтелеком» содержит сеть сервисных центров на территории всей страны. В столице, областных и районных центрах работает 143 сервисных центра компании. И сегодня, благодаря усилиям компании «Белтелеком», современные телекоммуникационные услуги доступны на территории всей страны. Самой популярной услугой РУП «Белтелеком» является доступ в Интернет. Рассмотрим, какой вид подключения к сети Интернет является самым распространенным по территории Беларуси. Для начала исследуем отличия между коммутируемым, широкополосным и беспроводным доступами. Коммутируемый доступ – это сервис, позволяющий компьютеру, используя модем и телефонную сеть общего пользования,

подключаться к серверу доступа для доступа в сеть Интернет. Широкополосной доступ обеспечивает во много раз большую скорость обмена данными и не монополизирует телефонную линию в отличие от коммутируемого доступа, помимо этого широкополосный доступ обеспечивает непрерывное подключение к Интернету. Беспроводной доступ – это технология, позволяющая создавать вычислительные сети, полностью соответствующие стандартам для обычных проводных сетей, без использования кабельной проводки.

Таблица 1 – Количество физических лиц с выходом в сеть Интернет в Республике Беларусь, единиц

Число физических лиц, единиц	по видам подключения к сети Интернет							
	по коммутируемому доступу		по широкополосному доступу		по беспроводному доступу		по другим видам доступа	
	единиц	%	единиц	%	единиц	%	единиц	%
9 107 953	8 705	0, 1	2 771 569	30, 4	6 327 653	69,49	26	0,01

Источник: собственная разработка автора на основании данных [1]

Таблица 2 – Количество юридических лиц и индивидуальных предпринимателей с выходом в сеть Интернет в Республике Беларусь, единиц

Число физических лиц, единиц	по видам подключения к сети Интернет							
	по коммутируемому доступу		по широкополосному доступу		по беспроводному доступу		по другим видам доступа	
	единиц	%	единиц	%	единиц	%	единиц	%
1 192 179	2 506	0,21	138 485	11,62	1 051 172	88,17	16	0,01

Источник: собственная разработка автора на основании данных [1]

Из таблиц 1 и 2, следует, что подключение по коммутируемому доступу, как устаревший вид услуги, имеет ничтожно малую долю. А с 01.02.2017 Белтелеком прекращает коммерческое предоставление услуг «Коммутируемый беспарольный доступ в сеть Интернет» и «Коммутируемый доступ в сеть Интернет с использованием предоплаченных Интернет-карт» [2].

Среди физических лиц стационарный широкополосный доступ выхода в сеть Интернет составляет более 30 %, в то время как в предпринимательской сфере он занимает всего 11 %. Лидирующие позиции занимает беспроводной доступ в сеть Интернет имеющий удельный вес среди физических лиц почти 70 % и 88 % в сфере предпринимательства. Это можно объяснить появлением бесплатных точек доступа в кафе, торговых центрах, на заправках. Соотношение объемов пользования получения доступа в сеть Интернет по видам подключения представлено на рисунке 1.

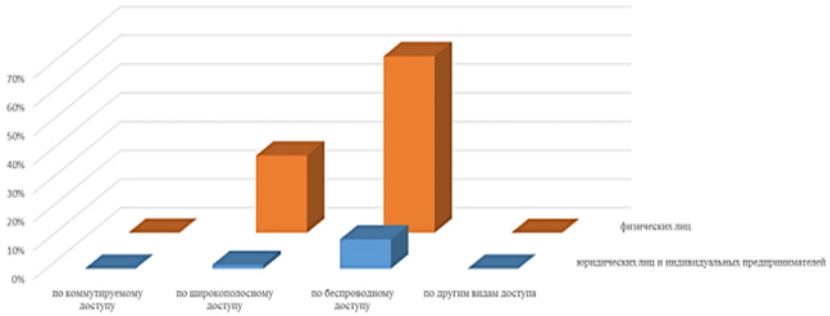


Рисунок 1 – Доля различных видов подключения в сеть Интернет в Республике Беларусь.

Источник: собственная разработка автора на основании данных [1].

В Беларуси действуют множество компаний-посредников, оказывающих услуги по доступу в Интернет как физическим лицам, так и корпоративным клиентам. До 01.04.2012 лишь одна компания в стране – государственное предприятие «Белтелеком» – имела техническую возможность и монопольное право на организацию межсетевых соединений сетей провайдеров внутри страны и предоставление доступа провайдерам в международные линии электросвязи. С 01.04.2012 «Белтелеком» осуществляет межсетевые соединения сетей провайдеров внутри страны наравне с недавно созданным РУП «Национальный центр обмена трафиком» (НЦОТ) [3].

В данной таблице представлена информация о провайдерах, предоставляющих услуги Интернет в районных центрах, областях и столице Беларуси различного характера.

Таблица 3 – Провайдеры, предоставляющие услуги Интернет в Республике Беларусь различного характера

Регион	Провайдеры
Брест и область	Элнет, CityLine, WikiLink, Деловая сеть, МТС Ethernet, Velcom, Мир, life, МТС, Белтелеком (byfly)
Витебск и область	МТС Ethernet, Velcom, Мир, life, МТС, Белтелеком (byfly), Гарант
Гомель и область	МТС Ethernet, Velcom, Мир, life, МТС, Белтелеком (byfly), Гарант
Гродно и область	Гродненские информационные сети, Гарант, МТС Ethernet, Velcom, Мир, life, МТС, Белтелеком (byfly)
Минск и область	Velcom, PLA-NET.BY, АлтоЛан, Космос ТВ, life:), МТС, Белтелеком (byfly), НИКС, МТИС, TerraNet, Деловая сеть, Айчына Плюс, МТС Ethernet, Атлант Телеком, Infolan.by, ТСМ, QLINE, NetBerry, UNET.BY, ADSL.BY (Белинфонет), Anitex, Локальные сети УП, IP TelCom, Vesso-Bel, Solo, ONENET.BY, FlyNet
Могилев и область	Баснет, Альтернативная цифровая сеть, Деловая сеть, Трансгелеком

Источник: собственная разработка автора на основании данных [4]

Количество поставщиков услуг доступа в сеть Интернет в нашей стране имеет тенденцию к незначительному снижению. В 2014 году их было 237, в 2015 году – 177. Оказание услуг передачи данных широкому кругу абонентов осуществляется примерно 60 операторами электросвязи.

В 2015 году увеличилось число операторов электросвязи, оказывающих услуги доступа в сеть Интернет по стационарным сетям посредством технологии Ethernet (27 из 54). 26 операторов предоставляли услуги с использованием технологии ADSL.

Положительными фактами, характеризующими развитие рынка Интернет-услуг в Республике Беларусь, в том числе услуг широкополосного доступа в сеть Интернет, являются рост доли лиц, ежедневно пользующихся услугами сети Интернет и пользующихся ими дома, постепенное выравнивание возрастной и образовательной структуры пользователей [5].

Маркетинговая среда делится на внутреннюю и внешнюю по отношению к организации. *Внутренняя среда* – это сама организация, ее цели, организационные структуры, которые определяют характер принятия решений, а также работники организации, частично собственники капитала и целый ряд других факторов. Особенностью факторов внутренней среды является то, что они контролируемы, так как само предприятие определяет их характеристики. Анализ внутренней среды необходим для достижения эффективности использования ресурсов, достижения поставленных рыночных целей в существующей внешней среде.

Макросреда функционирования организации состоит из демографических, экологических, экономических, технологических, политических, юридических, социальных и культурных факторов, т. е. факторов косвенного воздействия. На эти факторы отдельно взятое предприятие не может оказывать влияния. Анализ макросреды необходим для своевременного принятия управленческих решений и возможности подстроиться под действия макросреды, чтобы снизить ее негативное влияние и вовремя использовав предоставляемые ею возможности. [6, с. 23]

SWOT-анализ деятельности РУП «Белтелеком» представлен в таблице 4.

Таблица 4 – SWOT-анализ РУП «Белтелеком»

Сильные стороны: - передовые технологии подключения - разумная ценовая политика - высокие скорости и качество - единый номер договора - обширная мультимедийная зона - устойчивое положение на рынке	**Слабые стороны:** - незначительное влияние мониторинга общественного мнения (реальных и потенциальных потребителей) - не выгодные условия на подключение услуг по отдельности
Возможности: - появление новых технологий предоставления услуг доступа в интернет - расширение зоны покрытия - рост потребности населения в предоставляемых услугах - инвестиционный потенциал отрасли (наличие инвесторов, спонсорского капитала)	**Угрозы:** - низкий уровень развития коммуникационной инфраструктуры вне города - усиление конкуренции - предполагаемое насыщение существующего сегмента рынка - возникновение новых потребностей клиентов в более совершенных услугах, технологиях

Источник: собственная разработка на основе данных РУП «Белтелеком»

Результаты анализа внешних и внутренних факторов деятельности организации позволяют выделить несколько основных проблем, стоящих перед РУП «Белтелеком» и требующих решения на современном этапе:

1) совершенствование качества услуг исходя из результатов анализа требований потребителей как основного конкурентного преимущества на рынке услуг Интернет-провайдеров;

2) непрерывное освоение инновационных технологий, разработок в сфере Интернет;

3) систематический сбор и анализ информации о динамике потребностей действительных и потенциальных клиентов предприятия;

4) увеличение объемов реализации услуг;

5) разработка и реализация новых видов услуг с целью обновления ассортимента и дальнейшей дифференциации услуг и, что соответствует результатам анализа

конкурентов, активизация рекламной деятельности на основе разработки целостной концепции рекламной кампании, определения ее основных целей, мероприятий, средств;

6) освоение новых территорий подключения.

Следовательно, стратегия компании РУП «Белтелеком» должна быть нацелена не только на удержание нынешней позиции, но и на дальнейший рост и перспективное решение существующих проблем путем совершенствования качества услуг, систем менеджмента и маркетинга, освоения новейших технологий при использовании собственных сильные сторон и возможностей внешней среды, поскольку имеет место такой фактор, как наличие немалого количества конкурентов в этой сфере.

По данным сайта компании, главная ее цель – лидерство на рынке интернет и кабельного телевидения и если учесть то, что потенциальный потребитель услуг компании – любой обладатель компьютера и телевизора. Т.к. в основном пользователи компьютеров (а значит, потенциальные интернет-пользователи) – люди работающие, активные, для привлечения новых абонентов и удержания пользователей компании следует развивать им соответствующие услуги – игры, программное обеспечение, возможность обмена аудио- и видеофайлами, форум знакомств и т.д. Зрители кабельного телевидения разнородны, вкусы у всех разные, поэтому в этом направлении необходимо непрерывно совершенствовать спектр разнообразных каналов – от информационно-аналитических до детских, и полностью переходить на цифровое вещание, т.к. по сравнению с кабельным качество картинки и звука намного выше.

Также хочется отметить следующее, в целом оценивая маркетинговую деятельность компании как весьма успешную, в значительной степени способствующую прочному положению компании на рынке, на мой взгляд, важным условием узнаваемости компании является наличие единого бренда.

Список литературы

1. Официальный сайт Министерства связи и информатизации Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Минск, 2016-2017. Режим доступа: http:// http://www.mpt.gov.by. – Дата доступа: 06.03.2017.

2. Официальный сайт РУП «Белтелеком» [Электронный ресурс]. – Минск, 2010. Режим доступа: http://www. http://beltelecom.by. – Дата доступа: 07.03.2017.

3. Официальный сайт РУП «НЦОТ» [Электронный ресурс]. – Минск, 2014. Режим доступа: http://www. ncot.by. – Дата доступа: 07.03.2017.

4. Официальный сайт провайдеров Республики Беларусь [Электронный ресурс]: – Минск, 2014.– Режим доступа: http://www.provaiders.by. – Дата доступа: 23.02.2017.

5. Катниев, Ф. Маркетинговая концепция управления на предприятиях / Ф. Катниев // Маркетинг. – 2014. – № 1 (158). – С. 80–82.

6. Котлер, Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии. Как создать, завоевать и удержать рынок/ Ф. Котлер – М. : АСТ, 2011. – 427 с.

The company's services and competitive environment are analyzed. The possibilities and threats of the enterprises for achieving the main goals are investigated: not only keeping in the current state, but also further growth and perspective solution that allows improving the quality of services, management and marketing systems, mastering the latest technologies, using our own strengths and opportunities of the external environment.

Гринюк Екатерина Сергеевна, студентка 5 курса специальности «Менеджмент (инновационный)» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: ekaterina4m@gmail.com.

Научный руководитель – ***Рабцевич Валентина Вениаминовна***, доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 331.101.3

М.И. Гулич

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ СИСТЕМЫ ОПЛАТЫ ТРУДА ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ

На примере РУП «Белпочта» проанализирована система оплаты труда работников предприятия. Определены ее особенности, предложены направления по совершенствованию инновационной системы оплаты труда персонала РУП «Белпочта» с учетом того, что механизм регулирования заработной платы в странах с рыночной экономикой основывается на сочетании трех важнейших звеньев: рынка труда, государственного вмешательства, а также применения коллективных договоров, заключаемых между профсоюзами и работодателями

Заработная плата представляет собой неотъемлемый элемент социально-экономической политики государства, главный источник повышения благосостояния работников, основное средство побуждения членов общества к высокопроизводительному и качественному труду.

Принципиальную роль и особое место в регулировании труда и в трудовых отношениях занимают вопросы оплаты труда. Проблема оплаты труда – одна из самых трудноразрешимых в экономике любого типа. К тому же это не только экономическая, но и в не меньшей степени социальная проблема, источник социальных напряжений в обществе.

Организация оплаты труда по праву занимает одно из центральных мест во всей системе организации предприятия.

Особое значение на современном этапе приобретает правильная организация оплаты труда, обоснование факторов формирования показателей, входящих в состав фонда заработной платы. Фонд оплаты труда является неотъемлемой частью финансовой системы предприятия. Планирование фонда оплаты труда – неотъемлемый процесс, определяющий положение предприятия на рынке и его внутреннюю среду на будущий период.

Таким образом, очевидна важность построения эффективной системы оплаты труда на предприятии. Данными аспектами обусловлена актуальность выбранной темы научной работы.

Политика в области заработной платы является составной частью управления организацией, и от нее в значительной мере зависит эффективность ее работы, так как она является одним из важнейших стимулов в рациональном использовании рабочей силы. Механизм регулирования заработной платы в странах с рыночной экономикой основывается на сочетании трех важнейших звеньев: рынка труда, государственного вмешательства, а также применения коллективных договоров, заключаемых между профсоюзами и работодателями. Каждое из данных звеньев занимает определенное место в общей системе регулирования оплаты труда, имеет свои объекты и конкретный инструментарий. Их взаимодействие строится с учетом многих факторов, среди которых особая роль принадлежит специфике социально-трудовых отношений в каждой стране.

Для улучшения системы оплаты труда целесообразно, в первую очередь, разработать объективную систему оценки персонала.

Для этого РУП «Белпочта» можно предложить внедрение методики оценки потенциала кадров, включающей оценку стоимости кадрового потенциала предприятия, расчет оценочной стоимости работника, гудвил кадрового потенциала работника.

Стоимость кадрового потенциала предприятия – совокупная оценочная стоимость всех работников предприятия.

Гудвил человеческого капитала работника – коэффициент, который отображает реальную, рыночную, индивидуальную стоимость работника, умеющего выполнять те или иные функции, решать те или иные задачи.

В данном исследовании предлагается гудвил человеческого капитала рассчитывать как сумму индексов, учитывающих прибыль предприятия, общие затраты на персонал и профессиональный уровень сотрудников (формула 1):

$$Гчк = Ипр + Ист + Кпп, \quad (1)$$

где Ипр – индекс прибыли человеческого капитала, отражающий изменение за год соотношения прибыли предприятия и номинального фонда рабочего времени работника,

Ист – индекс стоимости человеческого капитала, отражающий изменение за год соотношения общих расходов предприятия на персонал и номинального фонда рабочего времени работника;

Кпп – коэффициент профессиональной перспективности работника.

Коэффициент профессиональной перспективности работника учитывает его образование, стаж, возраст и эффективность деятельности (формула 2):

$$Кпп = [Кобр \times (1 + С/4 + В/18)] \times Котр \times Иэф, \quad (2)$$

где Кобр – коэффициент уровня образования, составляющий:

0,15 – для лиц, имеющих незаконченное среднее образование,

0,60 – для лиц со средним образованием,

0,75 – для лиц со среднетехническим и незаконченным высшим образованием,

1,00 – для лиц с высшим образованием по специальности,

1,5 – для лиц, имеющих ученую степень или степень MBA;

С – стаж работы по специальности (показатель делится на 4 в виду того, что влияние стажа на результативность труда в четыре раза меньше, по сравнению с влиянием образования);

В – возраст (показатель делится на 18, т.к. влияние возраста на результативность труда в 18 раз меньше, чем влияние образования);

Котр – коэффициент, учитывающий специфику отрасли (для предприятий промышленности принимается равным 1);

Иэф – индекс эффективности деятельности персонала.

Для оценки эффективности деятельности различных категорий работников могут быть разработаны соответствующие критерии. Оценка осуществляется по пятибалльной системе, где оценка «5» означает – очень хорошо; «4» – хорошо; «3» – удовлетворительно; «2» – неудовлетворительно; «1» – очень плохо.

Предлагаемая методика расчета стоимости кадрового потенциала предприятия позволит, с одной стороны, произвести все необходимые математические расчеты и выйти на конкретные цифры, а с другой стороны она достаточно проста, примитивна и не требует ни специального программного обеспечения, ни больших временных затрат.

По матрице оценки должностной позиции оценивается должность определенного сотрудника. Оценку осуществляет сам работник и его непосредственный начальник, после чего находится среднее арифметическое значение – это и будет оценка должностной позиции в баллах.

В итоге полученные баллы суммируются, и производится перевод полученного показателя в индекс (формула 3):

$$Иэф = \frac{X - X\min}{X\max - X\min}, \quad (3)$$

где Х – показатель, равный количеству набранных баллов;

X max – максимальное количество баллов;

X min – минимальное количество баллов.

Согласно предложенным критериям, максимальное количество баллов для руководителя – 80, минимальное – 39; для специалиста указанные значения составляют соответственно 125 и 62; для рабочего – 55 и 21.

РУП «Белпочта» можно предложить *организовать систему оплаты труда работников на основе бестарифной системы* как альтернативы тарифной системе оплаты труда.

Бестарифная система оплаты труда позволяет повысить материальную заинтересованность работника и стимулирующую роль заработной платы, индивидуализировать оплату труда. Бестарифная система оплаты труда основана на распределении между работниками средств, составляющих фонд заработной платы на предприятии, в зависимости от различных критериев. Бестарифная система оплаты труда предполагает использование иного термина, нежели тарифная ставка (оклад). Однако данная терминология сохранена и в Указе 181, и в Рекомендациях. Более того, ст. 61 ТК содержит положение, в соответствии с которым оплата труда работников производится на основе часовых и (или) месячных тарифных ставок (окладов), определяемых в коллективном договоре, соглашении или нанимателем. Данная норма требует в обязательном порядке определение нанимателем тарифной части заработной платы.

Однако при использовании определенных моделей бестарифной системы оплаты труда индивидуальная заработная плата представляет собой долю работника в заработанном всем коллективом фонде оплаты труда. При этой системе не устанавливается твердого оклада или тарифной ставки, а, как правило, эта доля определяется на основе присвоенного работнику коэффициента, который учитывает уровень его трудового участия.

Индивидуальная заработная плата работника РУП «Белпочта» фактически представляет собой долю работника в фонде оплаты труда и зависит от таких факторов, как коэффициент квалифицированного уровня работника, коэффициент трудового участия и фактически отработанное время.

Коэффициент квалифицированного уровня работника РУП «Белпочта» (далее – ККУ) является величиной относительно постоянной и отражает уровень сложности труда, выполняемого работником, его принадлежность к той или иной квалификационно-должностной группе.

Квалифицированный уровень определяется как частное от деления фактической заработной платы работника за прошедший период на сложившийся на предприятии минимальный уровень заработной платы за тот же период.

Затем все работники РУП «Белпочта» распределяются по десяти квалификационным группам исходя из квалификационного уровня работников и квалификационных требований к работникам различных профессий. Для каждой из групп устанавливается свой квалификационный уровень. При этом коэффициент 1,0 устанавливается неквалифицированным рабочим.

Коэффициент трудового участия (далее – КТУ) характеризует личный вклад каждого работника в общие результаты труда. При его исчислении применяются повышающие (например, за достижения в работе) и понижающие (например, за нарушение трудовой дисциплины) показатели КТУ для определения индивидуальной заработной платы. В качестве базового значения применяется 1.

Однако РУП «Белпочта» важно учесть, что бестарифная система оплаты труда не является совершенной, при всех достоинствах существуют и слабые стороны. При бестарифной системе оплаты труда присвоение индивидуальных коэффициентов может стать сугубо субъективным процессом, если работник, разрабатывающий модель формирования заработной платы в организации, отнесется к данной обязанности халатно

и распределит работников по квалификационным группам, а также установит квалификационный уровень каждой группе без учета необходимых обоснованных критериев, требований, условий, таких как, например: профессиональные знания, трудовые навыки, должностные обязанности, квалификационные требования и т.п.

Второй вопрос при применении бестарифной модели формирования заработной платы возникает при установлении периодичности определения КТУ. Оценку КТУ целесообразно осуществлять столько раз, сколько в организации выплачивается заработная плата. Например, если в РУП «Белпочта» выплачивается аванс по итогам работы в первой половине месяца и производится окончательный расчет в следующем месяце, то КТУ следует также определять два раза.

Заработная плата, сформированная на основе тарифной системы, не связана с результатами деятельности организации, она выплачивается независимо от итогов ее хозяйственной деятельности. Эта особенность тарифов в значительной степени снижает их стимулирующую роль, с одной стороны, однако эта же особенность тарифов увеличивает уровень правовых гарантий их выплаты. Бестарифная система оплаты труда обеспечивает материальную заинтересованность работников, но уровень правовых гарантий при этом ниже.

В связи с этим Указ 181 содержит норму, согласно которой наниматель обязан соблюдать для работников гарантии в области оплаты труда, предусмотренные законодательством о труде.

Заработная плата *при бестарифной системе оплаты труда* работников РУП «Белпочта» определяется следующим образом:

1. Рассчитывается количество баллов, заработанных каждым работником:

$$Mi = ККУ \times N \times КТУ, \quad (4)$$

где ККУ – коэффициент квалифицированного уровня;
КТУ – коэффициент трудового участия;
N – количество отработанных человеко-часов.

2. Определяется общая сумма баллов, заработанная всеми работниками:

$$M=\sum Mi \quad (5)$$

3. .Рассчитывается доля фонда оплаты труда, приходящаяся на оплату одного балла (руб.):

$$d = ФОТ/M \quad (6)$$

4. Рассчитывается заработная плата отдельного работника:

$$З/П \text{ отдельного работника} = d \times Mi. \quad (7)$$

Следует отметить, что опыт использования бестарифной системы оплаты труда на предприятиях Республики Беларусь позволил сделать вывод о ее эффективности. Внедрение бестарифной системы оплаты труда сможет обеспечить рост производительности труда работников предприятия в среднем на *3–4 %,* что повлечет увеличение размера выручки и прибыли предприятия.

Список литературы

1. О некоторых мерах по совершенствованию государственного регулирования оплаты труда :Указ Президента Республики Беларусь № 181 от 10.05.2011. [Электронный ресурс] // Эталон – Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2016.

2. Веснин, В. Р. Управление персоналом: теория и практика: электронный учебник / В. Р. Веснин. – М. : Кнорус, 2011. – 215 с.
3. Головачев, А. С. Организация, нормирование и оплата труда: учеб. пособие для студентов экономических специальностей учреждений, обеспечивающих получение высшего образования / А. С. Головачев . – Минск : Новое знание, 2012. – 605 с.
4. Потемкин, В. К. Управление персоналом / В. К. Потемкин. – Минск : Аспект-Бел, 2014. – 251 с.

Googly example of «Belpochta» the system of remuneration of employees of the company. It describes the features of the proposed directions for improving the innovation system of remuneration of the staff of RUE «Belpochta» given the fact that the mechanism of regulation of wages in the countries with market economy is based on the combination of three major units: labour market, government intervention, and the application of collective agreements concluded between trade unions and employers

Гулич Мария Ивановна, студентка 5 курса специальности «Менеджмент» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: melnichak.m@mail.ru.

Научный руководитель – ***Рабцевич Валентина Вениаминовна,*** доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 338.001.36

И.А. Гуриненко

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассмотрены некоторые методы оценки конкурентоспособности предприятия, которые позволят осуществить качественный анализ конкретных конкурентных позиций. Сделан вывод о необходимости грамотного подбора методов для каждого конкретного предприятия при оценке конкурентоспособности.

Понятие конкурентоспособности, основные проблемы, актуальность.

В процессе разработки повышения конкурентоспособности фирмы происходит формирование более совершенных целей развития и стратегического мышления ее руководителей.

Конкурентоспособность товара на рынке является решающим фактором коммерческого успеха предприятия.

Конкурентоспособность – понятие относительное, поэтому ее оценку следует проводить в комплексе, включая анализ ее слабых и сильных сторон. Необходимую комплексную оценку можно получить, используя специальные разработочные таблицы, в которых содержатся данные о предприятии и ее основных конкурентах. Анализ позволит установить истинное положение предприятия на рынке, определить ключевые факторы успеха.

Поиск собственного отличительного преимущества может, в конечном счете, обернуться увеличением прибыли и продаж, овладением новым сегментом рынка. Отличительное преимущество должно обеспечивать потребителям четкую ориентацию на товар среди множества других.

Термин «конкурентоспособность» вошел в экономический оборот сравнительно недавно, но уже достаточно четко сформировались два подхода к его определению: со стороны товара и со стороны деятельности предприятия. Но единой точки зрения по каждому из них до сих пор нет. В частности, под конкурентоспособностью понимают:

1) со стороны товара:

– характеристика товара, которая отличает его от товаров-конкурентов как по степени соответствия конкретной общественной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение;

– совокупность потребительских и стоимостных характеристик товара, определяющих его сравнительные позиции на рынке сбыта;

– соответствие товара условиям рынка не только по своим техническим, экономическим и иным характеристикам, но и по коммерческим и другим условиям их реализации;

2) со стороны предприятия:

– возможность предоставлять покупателям преимущества по цене, качеству и условиям поставки;

– преимущества по факторам производства (расходы на рабочую силу и оплату кредитов, производительность труда, стоимость сырья, амортизация основного капитала, налогообложение, качество изделий и др.) и реализации (цена, сроки поставки, гарантии, послепродажное обслуживание, условия кредитования и др.);

– способность продать товар на рынке или способность организации постоянно увеличивать свою долю на рынке [1, с. 9].

Одной из основных целей любого предприятия в рыночной экономике является повышение своей конкурентоспособности и выпускаемой продукции. Таким образом, задача количественного измерения и анализа конкурентоспособности – одна из актуальных задач в системе управления любого предприятия. В рыночных отношениях только то предприятие получает возможность дальнейшего развития, которое осуществляет эффективную экономическую деятельность. Этот принцип обуславливает необходимость разработки стратегии обеспечения конкурентоспособности предприятия, ее постоянного анализа и оценки.

На микроуровне необходимо различать два понятия конкурентоспособности. Так, многие авторы связывают конкурентоспособность предприятия только с конкурентоспособностью продукции, полагая ее базовым понятием в системе конкурентоспособности, считая при этом остальные аспекты ее производными. Этот подход к оценке конкурентоспособности отражен в публикациях Л.Е.Басовского [2, с. 38] и О.С.Виханского [3, с. 126]. Однако понятие конкурентоспособности предприятия гораздо многомернее и трактуется в научной литературе весьма неоднозначно.

В то же время, конкурентоспособность продукции и предприятия соотносятся между собой как часть и целое. Конкурентоспособность продукции – одна из важнейших характеристик, которая обеспечивает конкурентоспособность предприятия. Как отмечает Ю.А. Гончаров, между этими категориями существует тесная взаимосвязь [1, с. 86]. Возможность предприятия конкурировать на определенном товарном рынке непосредственно зависит от конкурентоспособности товара и совокупности экономических методов деятельности предприятия, оказывающих воздействие на результаты конкурентной борьбы. Необходимо сказать, что конкурентоспособность продукции является необходимым, но не достаточным условием конкурентоспособности предприятия [1, с. 96].

Классификация методов оценки конкурентоспособности предприятия. На сегодняшний день существует множество методов оценки конкурентоспособности предприятия, которые можно классифицировать следующим образом:

Таблица – Методы оценки конкурентоспособности предприятия

Название метода	Краткая характеристика метода	Достоинства и недостатки метода
1. Матричные методы: 1). матрица «рост рынка/доля на рынке» (матрица BCG); 2). матрица «привлекательность сегмента/конкурентоспособность сегмента» (матрица GE/McKinsey); 3). матрица «стадия развития рынка/конкурентная позиция» (модель Hofer/Schendel); 4). модель «перспективы отрасли/сила позиции бизнеса» (модель Shell/DPM); 5). матрица «стадия жизненного цикла продукции/конкурентная позиция» (модель ADL/LC); 6). матрица Портера.	Оценка начинается с построения специальной матрицы в определенной системе координат; по оси абсцисс откладывают темпы роста или сокращения объема продаж; по оси ординат располагается относительная доля, которую предприятие занимает на рынке. Согласно этой методике, самими конкурентоспособными считаются те экономические субъекты, которые функционируют на быстрорастущем рынке и занимают существенную его долю.	**Достоинства:** обеспечивает высокую адекватность оценки. **Недостатки:** не дает возможности провести анализ причин сложившейся ситуации, что усложняет процесс разработки управленческих решений, требует наличия точной маркетинговой информации, а это сопряжено с необходимостью таких исследований.
2. Методы, которые основываются на процедуре оценивания конкурентоспособности производимого предприятием товара или оказываемой услуги	Главная идея таких методик в том, что конкурентоспособность предприятия и товара находятся в прямой зависимости, т.е. с ростом конкурентоспособности товара, растет конкурентоспособность предприятия. При расчете показателя конкурентоспособности по каждому виду производимой продукции используются экономические и параметрические индексы конкурентоспособности	**Достоинства:** методы основаны на важном показателе – это конкурентоспособность товара или услуги предприятия. **Недостатки:** конкурентоспособность фирмы подменяется конкурентоспособностью товара.
3. Методы, в основу которых положена теория эффективной конкуренции	Теория эффективной конкуренции состоит в том, что самыми конкурентоспособными являются те предприятия, в которых лучше налажена работа всех служб и подразделений. Причем считается, что на эффективность функционирования любой из служб оказывает влияние множество факторов, т.е. ресурсов предприятия. Оценка эффективности работы служб подразумевает оценку эффективности использования ими ресурсов. Все сформулированные в процессе предварительного анализа способности предприятия в дальнейшем проходят оценку экспертами с точки зрения имеющихся ресурсов.	**Достоинства:** учет разнообразных элементов предприятия. **Недостатки:** в основу методики положена идея о том, что уровень конкурентоспособности предприятия можно определить посредством простого сложения способностей предприятия к достижению конкурентных преимуществ. Но сумма разнообразных элементов предприятия чаще всего не приводит к тому же результату, как и вся система в целом.
4. Методы, основанные на комплексном подходе к оценке	В данной методике считается, что конкурентоспособность предприятия это величина интегральная по отношению к текущей конкурентоспособности и	**Достоинства:** дает возможность учесть не только существующий уровень конкурентоспособности, но и его возможную динамику. **Недостатки:** в ходе анализа

	конкурентному потенциалу. В рассматриваемом случае текущая и возможная конкурентоспособность и их соотношение в рамках интегрального показателя конкурентоспособности в зависимости от используемого метода могут отличаться.	используются рассмотренные выше методы, а это значит, что недостатки тех методов сохраняются.

Источник: собственная разработка на основании [4, с. 18]

Разбор существующих методов оценки конкурентоспособности. Матричные методы оценки являются достаточно простыми и дают наглядную информацию. Более того они основаны на рассмотрении процесса конкуренции в развитии и в случае наличия правдивой информации дают возможность осуществить достаточно качественный анализ конкурентных позиций.

Методы, которые базируются на проведении оценки конкурентоспособности продукции, связывают посредством понятия «эффективного потребления» конкурентоспособность предприятия и конкурентоспособность товара.

Так, подход, рассмотренный Ю.А. Гончаровым [1, с. 88] заключается в определении соотношения издержки/цены, загрузки производственных мощностей, объемов выпуска продукции, нормы прибыли и т.д. Согласно этому подходу, конкурентоспособными являются те предприятия, где лучше организованы производство и сбыт товара, эффективное управление финансами.

Преимущество данного подхода заключается в использовании показателей, которые дают возможность сделать выводы о некоторых направлениях хозяйственной деятельности предприятия. Недостатком же данного метода обычно называют то, что при оценке не учитываются такие важные критерии определения конкурентоспособности предприятия, как наличие конкурентоспособного потенциала, показателей экологичности производства, социальной эффективности и имиджа предприятия [1, с. 89].

Рассмотрим методы, которые базируются на теории эффективной конкуренции. В соответствии с ней самыми конкурентоспособными считаются фирмы, в которых наилучшим образом налажена работа всех подразделений и служб. Оценка эффективности работы любой такой структуры подразумевает оценку эффективности использования ею ресурсов.

Такая методика оценивания применяется чаще всего в оценке промышленных предприятий и включает все самые важные оценки хозяйственной деятельности, исключая дублирование конкретных показателей, дает возможность создать общую картину конкурентного положения фирмы на внутреннем и внешнем рынке быстро и точно.

Реализация комплексных методов оценивания конкурентоспособности предприятия осуществляется с использованием метода интегральной оценки.

Так, например, в работе О.С.Виханского [3, с. 6] за основные показатели конкурентоспособности предприятия предлагается принимать показатели: экономического потенциала и эффективности деятельности; уровня управления; производственного и сбытового потенциалов; научно-исследовательского потенциала; финансового положения; репутации предприятия, его рыночной стратегии и инновационной деятельности; состояния и квалификации трудовых ресурсов.

В работе О.А. Старовойтенко [5, с. 53] конкурентоспособность рассматривается как многомерная концепция в рамках комплекса маркетинга, а для ее измерения используются переменные конкурентных преимуществ, адаптивности и результатов экономической деятельности предприятия. Для измерения конкурентных преимуществ предлагается использовать следующие переменные: конкурентное ценообразование; преимущества в

издержках; качество, дизайн, упаковка, эксплуатационные характеристики продукта; послепродажное обслуживание; скорость реакции на запросы потребителей; имидж; ассортимент продукции; контакты с поставщиками; широта распределительной сети; реклама; техника личных продаж; система маркетинговой информации; маркетинговые исследования.

Таким образом, методы, основанные на комплексном подходе к оценке, включают две составляющие: во-первых, критерий, характеризующий степень удовлетворения потребностей потребителя, во-вторых, критерий эффективности производства. В качестве сильных сторон данных методов необходимо отметить простоту при осуществлении расчетов и возможность однозначно интерпретировать их результаты. Вместе с тем, важным недостатком является неполная характеристика деятельности предприятия.

Выбор методики: Осуществив анализ разработанных на сегодня методов оценивания уровня конкурентоспособности предприятия, мы пришли пришел к выводу, что не существует идеальной методики комплексного оценивания конкурентоспособности предприятия. Выделенные недостатки имеющихся подходов к оцениванию конкурентоспособности предприятий обусловливают сильно ограниченные возможности практического применения большей их части. Например, от метода, посредством которого осуществляется оценка конкурентоспособности фирмы непроизводственной сферы, существенно зависит надежность полученных результатов, простота их идентификации и возможности дальнейшего применения [6, с. 191].

Для корректной оценки и дальнейшего повышения конкурентоспособности предприятия разработано множество методов, которые могут применяться как по отдельности, так и в комплексе, в зависимости от задач, поставленных перед началом проведения оценки. Многообразие существующих сегодня методов дает возможность подобрать наиболее эффективный и простой метод оценивания для каждого конкретного предприятия.

Список литературы

1. Гончаров, В. И. Менеджмент: учеб. пособие / В. И. Гончаров. – Минск : Мисанта, 2003. – 624 с.

2. Басовский, Л. Е. Стратегический менеджмент: учебник / Л Е. Басовский. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 365 с.

3. Виханский, О. С. Стратегическое управление: учебник / О. С. Виханский. – М. : Экономистъ, 2005. – 296 с.

4. Дудникова, О. В. Пути повышения конкурентоспособности предприятия / О. В. Дудникова. – М.: Инфра-М, 2016. – 88 с.

5. Старовойтенко, О. А. Инновационный менеджмент: курс лекций / О. А. Старовойтенко. – М., 2008. – 283 с.

6. Поляничкин, Ю. А. Методы оценки конкурентоспособности предприятий / Ю. А. Поляничкин // Бизнес в законе. – 2012. – №3. – С. 191–194.

The article deals with several methods of valuation of competitiveness of the enterprise that will make a qualitative analysis of the specific competitive position.

Гуриненко Иван Андреевич, студент 3 курса специальности «Экономика и управление и предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: 747-e@mail.ru.

Научный руководитель – ***Рабцевич Валентина Вениаминовна,*** доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 005.8

И.С. Донских

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ

В статье рассматриваются в числе методических аспектов управления проектами алгоритм этапов реализации работы над проектами, а также планы действий по разработке каждой фазы алгоритма, кроме того, специфические приемы осуществления проектной деятельности.

Каждый проект независимо от сложности и объема работ, проходит в своем развитии определенные фазы: от состояния, когда «проекта еще нет», до состояния, когда «проекта уже нет». Однако универсального подхода в разделении процесса реализации проекта на этапы не существует [1, с.189].

Можно выделить несколько фаз реализации проектов на предприятии: прединвестиционную, инвестиционную и эксплуатационную. Также следует отметить предпроектную стадию которая находится за пределами жизненного цикла проекта, но оказывает огромное влияние на его успех и эффективность. Фазы реализации проектов на предприятии схематично представлены на рисунке 1.

Рисунок 1 – Схематическое изображение жизненного цикла проекта

Источник: [2, с. 28]

Именно на предпроектной стадии появляются на свет первоначальные идеи, которые в дальнейшем имеют шансы стать идеями проекта, бизнес-идеями. Предпроектная стадия окружает проект, идея проекта может появиться в любой момент работы над проектом, на любой фазе жизненного цикла.

На этой стадии осуществляются научные исследования и опытно-конструкторские разработки, которые могут быть не связаны с конкретным проектом. Крупные фирмы и транснациональные корпорации нередко не только финансируют НИОКР, осуществляемые в научных центрах и университетах, но и сами содержат серьезные исследовательские центры и лаборатории, стремясь получить результаты, способные стать бизнес-идеей, идеей проекта, который принесет корпорации прибыль, престиж и повышение курса акций.

Важным процессом при этом является процесс коммерциализации идеи, исследований и разработок. Здесь чисто научные идеи приобретают черты бизнес-идей. Коммерциализация идей исследований и разработок заключается в оценке (в первую очередь экономической) потенциала и эффекта, который может быть получен в результате практического осуществления идеи, результатов НИОКР. Оценка должна осуществляться на всех этапах предпроектной стадии и затем на всех фазах и стадиях разработки конкретного проекта, переходя в систему экономических и финансовых расчетов [2, с. 28].

Бизнес-идея – это та точка, в которой предпроектная стадия переходит в первую фазу жизненного цикла проекта. Любой конкретный проект находит свою бизнес-идею

именно на данной предпроектной стадии, если эта идея обладает научной новизной и еще не задействована в ранее осуществленных проектах. Исходя из этого, те хозяйствующие субъекты, которые хотят быть впереди и использовать научный потенциал для улучшения своего бизнеса, извлечения дополнительной прибыли и получения других положительных результатов, стараются быть в курсе самых новых научных достижений. Они постоянно отслеживают и оценивают, что из этих достижений можно использовать в своем бизнесе для его улучшения. Эти хозяйствующие субъекты «снимают сливки» с самых новых научных разработок [1, с. 29].

На *прединвестиционной* фазе инициатор проекта должен осуществить исследование рынков сбыта, сырьевых зон, баланса производства и потребления, анализ альтернативных проектов, подготовку исходных данных для финансово-экономических расчетов, т.е. обосновать концепцию проекта. Конечным итогом данной фазы является создание бизнес-плана с технико-экономическим обоснованием проекта и схемой его финансирования.

Бизнес-план (в иных литературных источниках технико-экономическое обоснование – Feasibility Study) должен дать всю необходимую информацию для принятия решения об инвестировании. Поэтому все аспекты и особенности проекта должны быть четко определены и критически оценены, причем альтернативные варианты здесь уже не излагаются и не анализируются. Все это делается на стадии ПТЭО и при исследовании возможностей.

Бизнес-план – это четкое описание уже обоснованного варианта, где излагается принятая стратегия маркетинга, указывается достижимая доля рынка, необходимые производственные мощности, месторасположение (размещение) предприятия, применяемые сырье и материалы, технология и оборудование, а также воздействие объекта на окружающую среду, если это имеет существенное значение и такое воздействие имеет место.

Здесь определяются объемы необходимых инвестиций, включая и оборотный капитал, издержки, поступления от продаж (объемы реализации) и прибыль [2, с. 35].

После запуска проекта он вступает в *инвестиционную* фазу. Управляемыми параметрами проекта на этом этапе являются:

- объемы и виды работ по проекту;
- стоимость, издержки, расходы по проекту;
- временные параметры, включающие сроки, продолжительность и резервы выполнения работ, а также взаимосвязи работ;
- ресурсы, требуемые для осуществления проекта, и прочее.

На стадии реализации проекта заключаются контракты, ведется строительство объекта (реконструкция), производство новой продукции и т.д. Осуществляется мониторинг эффективности реализации проекта, страхование рисков, контроль за использованием средств на непредвиденные расходы и при необходимости – корректировка бюджета.

В основе современных методов управления проектами лежат методики структуризации работ и сетевого планирования, разработанные еще в конце 50-х годов XX века в США.

Сетевое планирование – набор методов, который предназначен для управления расписанием проекта. Его основной инструмент – сетевой график. Построение и применение сетевого графика описывается следующим алгоритмом.

Определение перечня операций (элементарных работ), из которых состоит проект:

- оценка длительности операций.
- выявление зависимостей работ.

Теперь можно построить сам сетевой график проекта, который отражает последовательность выполнения работ.

В сетевом графике работы изображают стрелками, а каждая стрелка должна начинаться и завершаться событием, которое изображают кружком. Чтобы отразить взаимосвязи, вводят фиктивные работы (отображаются пунктиром). Пример сетевой модели представлен на рисунке 2.

Рисунок 2 – Сетевой график проекта типа «работа-событие»

Следующим шагом обычно является построение диаграммы Гантта, которая дает нам возможность наглядно представлять календарный график нашего проекта. Создание элементарной диаграммы Гантта осуществляется с помощью различных программных приложений (элементарные – Microsoft Office Visio, Microsoft Office Project).

Диаграмма Гантта является старейшим методом календарного планирования проектов (разработана в 1917 г.), тем не менее она активно используется и по сей день.

Диаграмма Гантта представляет собой линейный график, задающий сроки начала и окончания взаимосвязанных действий, образующих единый процесс, который необходимо выполнить для достижения цели проекта. Этот метод целесообразно использовать при планировании инвестиционной фазы проекта. Благодаря своей наглядности, он позволяет выделить параллельные и последовательные этапы инвестиционной деятельности и максимально сократить время инвестиционной фазы. Это становится тем более актуально, если вспомнить, что на этом этапе еще не начато производство продукции, а, следовательно, все условно-постоянные затраты (такие, как аренда и заработная плана административного персонала) приводят к увеличению убытков предпроизводственного этапа и требуют вложения дополнительных финансовых ресурсов для своего покрытия. Таким образом, использование метода построения диаграммы Гантта позволяет оптимизировать последовательность осуществляемых операций с точки зрения времени, и тем самым сократить объемы требуемых ресурсов и увеличить производительность. Пример диаграммы Гантта представлен на рисунке 3.

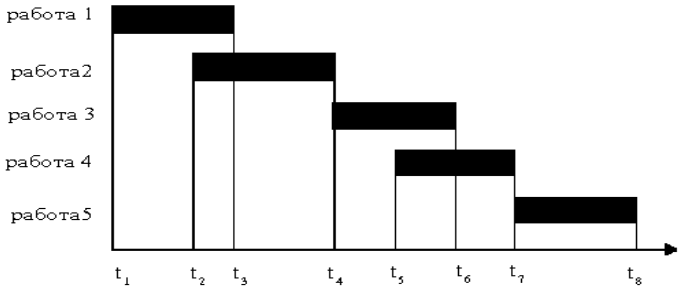


Рисунок 3 – Пример диаграммы Гантта

Источник: [2, с. 49]

Результат инвестиционной фазы – ввод проекта в эксплуатацию. Основные задачи эксплуатационной фазы – разобраться со всеми «хвостами» по проекту: закрыть

контракты, разрешить конфликты, вознаградить персонал, который был временно привлечен к работе над проектом, проанализировать итоги проекта, как положительные, так и отрицательные, для закрепления достигнутого успеха или предотвращения ошибок в будущем.

Фаза эксплуатации обычно делится в зависимости от степени освоения производственной мощности. Вначале часто возникают проблемы освоения технологии и оборудования, недостаточной производительности из-за нехватки квалифицированного персонала, малого опыта рабочих и специалистов. Поэтому производственная мощность лишь постепенно достигает расчетной величины. В зависимости от конкретных условий процесс может растянуться на полгода, год и даже более.

Фаза эксплуатации протекает длительное время (годы и десятилетия) до тех пор, пока не выявится необходимость каких-либо изменений в конструкции изделия, технологии производства, оборудовании. После этого проект переходит в преобразовательную фазу, т.е. по существу в новый проект [2, с. 37].

Эксплуатация для проектно-зависимой организации означает переход к режиму постоянной операционной деятельности, когда реализованные в проекте инновации и нововведения начинают работать в основном виде экономической деятельности предприятия и приносят доход. Управление здесь должно осуществляться по всем направлениям – финансы, маркетинг и т.д. Конечной стадией эксплуатационной фазы (иногда ее называют ликвидационной) является отказ от дальнейшего использования нововведения (демонтаж оборудования, продажа нематериальных активов, переход на новые методы хозяйствования и т.п.).

Если анализ эксплуатации объекта показывает нецелесообразность и неэффективность его дальнейшего существования, то проект вступает в ликвидационную фазу. В этой фазе объем выпуска продукции снижается до нуля, проводится демонтаж оборудования, его распродажа или утилизация, расформировывается коллектив, распродается имущество и, если необходимо, ликвидируется субъект хозяйствования. Все это осуществляется по правилам ликвидации предприятий [2, с. 37].

На *стадии завершения* проекта осуществляется его сдача, приемка, анализ эффективности проекта, а также анализ использования средств на непредвиденные расходы и анализ фактических проявлений рисков и неопределенности по результатам проекта [3, с. 139].

Таким образом, построение четкой методологии управления проектами в организациях способствует переходу от интуитивного, лишенного стандартизированных схем управления к проектному менеджменту, что приводит к устранению различных ошибок в принятии и реализации управленческих решений.

Список литературы

1. Медынский, В. Г. Инновационный менеджмент: учебник / В. Г. Медынский. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 295 с.

2. Гейзлер, П. С. Управление проектами: учеб. пособие / П. С. Гейзлер, О. В. Завьялова. – Минск : БГЭУ, 2005. – 255 с.

3. Титович, А. А. Менеджмент риска и страхования: учеб. пособие / А. А. Титович. – 2-е изд., испр. – Минск : Выш. шк., 2011. – 287 с.

In the article considered number of methodological aspects of project management, which include the execution of design works, as well as action plans for their development, in addition, specific techniques for the implementation of project activities.

Донских Иван Сергеевич, магистрант специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: ivan_danskikh@tut.by.

Научный руководитель – ***Рабцевич Валентина Вениаминовна,*** доктор исторических наук,

профессор, профессор кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 332.025

А.В. Дубровская

УПРАВЛЕНИЕ РЫНКОМ НЕДВИЖИМОСТИ

Актуальность темы исследования связана с тем, что достижение максимального эффекта от владения объектами недвижимости возможно только при грамотном управлении. В статье рассмотрены теоретические основы управления недвижимостью, раскрыты сущность и цели управления; проанализированы методы и функции управления недвижимостью; исследованы вопросы, связанные с оценкой экономической эффективности управления недвижимостью.

Недвижимость занимает важное место в экономике нашей страны, являясь составной частью ее национального богатства. Во многих сферах бизнеса недвижимое имущество выступает в качестве средства производства. Недвижимость является привлекательным объектом для инвестиций. Но владение недвижимостью – это не только обладание благом, но и необходимость его сохранения и эффективного использования, что возможно только при грамотном управлении. В связи с этим возникает необходимость проведения анализа существующих методов управления и экономических аспектов управления недвижимостью.

С точки зрения экономики, под управлением понимают «сознательное целенаправленное воздействие со стороны субъектов, руководящих органов на людей и экономические объекты, осуществляемое с целью направить их действия и получить желаемые результаты» [1, с. 426].

Таким образом, управление подразумевает наличие следующих элементов:

- объект управления (недвижимость);
- субъект управления;
- цель управления;
- желаемый результат;
- способ воздействия.

В соответствии с законодательством к недвижимости относятся «земельные участки, участки недр и все, что прочно связано с землей, т.е. объекты, перемещение которых без несоразмерного ущерба их назначению невозможно, в том числе здания, сооружения, объекты незавершенного строительства» [2].

Объекты недвижимости обладают основными признаками, позволяющими отличить их от прочего имущества (движимого, нематериальных ценностей, финансовых активов и пр.): стационарность (неподвижность), материальность, долговечность. Кроме основных признаков, объекты недвижимости имеют частные признаки, которые представлены в таблице 1.

В качестве объекта управления в зависимости от конкретной ситуации может выступать отдельный объект недвижимости (торговое здание, земельный участок и пр.) или совокупность объектов (имущественный комплекс предприятия, муниципальный жилой фонд и пр.). Субъектами управления недвижимостью являются собственники недвижимости и уполномоченные ими физические или юридические лица; однако самые широкие возможности управления имеют собственники недвижимости.

Таблица 1 – Общая классификация объектов недвижимости

Признак классификации	Виды объектов недвижимости
Воспроизводимость в натуральной форме	Естественные объекты: земля, водные объекты, леса
	Искусственные объекты: здания, строения, сооружения
Функциональное назначение	Гражданские объекты (жилые и общественные)
	Производственные объекты
	Сельскохозяйственные объекты
Готовность к эксплуатации	Готовые к эксплуатации объекты
	Незавершенное строительство
	Объекты, требующие реконструкции или капремонта
Целевое назначение земель	Земли населенных пунктов
	Сельскохозяйственные земли
	Земли промышленности и иного специального назначения
	Земли водного фонда
	Земли лесного фонда
	Земли природоохранного, рекреационного и историко-культурного назначения
	Земли запаса

Источник: собственная разработка автора на основании [2]

Собственность представляет собой «принадлежность вещей, материальных и духовных ценностей определенным лицам, юридическое право на такую принадлежность и экономические отношения по поводу принадлежности, раздела, передела объектов собственности» [, с. 382]. Собственность находит свое проявление в отношениях владения, пользования, распоряжения объектами собственности, ответственности за их сохранность и рациональное применение, эти данные представлены на рисунке 1.

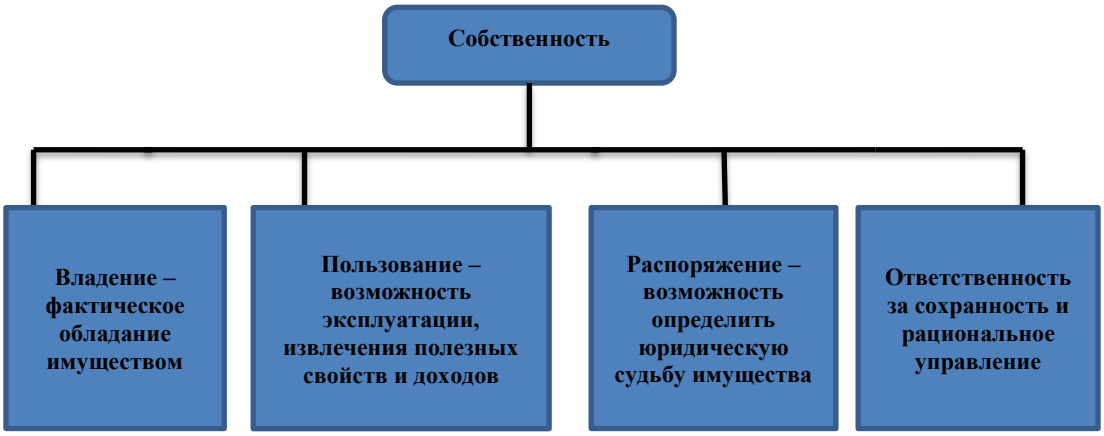


Рисунок 1 – Содержание отношений собственности

Источник: собственная разработка автора

Собственник может передать объект недвижимости в доверительное управление. По договору доверительного управления имуществом одна сторона (учредитель управления) передает другой стороне (доверительному управляющему) на определенный срок имущество в доверительное управление, а другая сторона обязуется осуществлять управление этим имуществом в интересах учредителя управления или указанного им лица [2]. В процессе доверительного управления собственник должен иметь возможность

контролировать деятельность управляющего с точки зрения достижения целей управления.

В процессе управления собственники объектов недвижимости и уполномоченные ими лица пытаются достичь определенных целей:

• экономические цели – получить определенные финансовые результаты, создать условия для экономического развития государства, региона, муниципального образования;

• потребительские цели – осуществление жилищного строительства, реконструкция зданий и сооружений, коммерческая недвижимость;

• социальные цели – реализация проектов с социальной направленностью, защита окружающей среды, использование материалов и конструкций с учетом интересов местных заказчиков, эффективное налогообложение [3, с. 92].

Цели управления должны отвечать определенным требованиям. Во-первых, цель должна характеризоваться количественной и качественной оценкой, стоимостными и нестоимостными измерителями, т. е. быть измеримой [4, с. 836]. Во- вторых, цель должна быть реальной, что означает поэтапную достижимость с учетом возможностей и существующих ограничений. В-третьих, цель управления должна быть четкой и конкретной, т. е. точная и ясная формулировка содержания, объема и времени.

Поставленные цели достигают путем решения стратегических, тактических и оперативных задач:

• стратегическая задача – повышение рыночной стоимости объектов недвижимости путем определения справедливой базы для арендных платежей, развития инфраструктуры города и др.;

• тактическая задача – выбор метода управления по конкретным объектам недвижимости: продажа, аренда, передача в хозяйственное ведение, оперативное управление, доверительное управление и др.;

• оперативная задача – поддержание объектов недвижимости в нормальном эксплуатационном состоянии путем проведения технического обслуживания, включая текущий и капитальный ремонты [5].

Вопросы эффективного управления недвижимостью наиболее актуальны для крупных собственников – государства, муниципальных образований и частных корпораций. В процессе управления недвижимостью субъекты управления реализуют функции планирования и программирования, маркетинга, мониторинга, аудита, регистрации, учета, контроля и оценки. При управлении объектами недвижимости собственники могут использовать недвижимое имущество в качестве вклада в уставный капитал, создавать унитарные предприятия и учреждения, приватизировать, сдавать в аренду и использовать другие способы управления. При выборе метода управления для конкретного объекта недвижимости необходимо проанализировать преимущества и недостатки каждого метода, которые представлены в таблице 2.

Анализ системы управления недвижимостью невозможен без оценки экономической эффективности управления. Эффективность системы управления подразумевает «достижение возможно большего и лучшего результата при заданном уровне расходов на управление или достижение заданного результата при возможно меньших расходах на управление» [1, с. 490].

Для оценки экономической эффективности управления государственной и муниципальной недвижимостью используется система экономических и финансовых показателей, отражающих состояние и тенденции использования имущества.

В эту систему входят:

• структурно-функциональные показатели недвижимого имущества;

• увеличение доходов бюджета от использования недвижимого имущества;

• сближение ставок за аренду государственного и муниципального имущества и рыночных ставок арендной платы [6].

Таблица 2 – Сравнительная характеристика методов управления недвижимостью

Метод	Преимущества	Недостатки
Создание государственных и муниципальных предприятий	Получение доходов в долгосрочном периоде в виде части прибыли. Решение задач по социально-экономическому развитию территории.	Отсутствие доходов в краткосрочном периоде. В некоторых случаях поддержка нерентабельных предприятий.
Создание государственных и муниципальных учреждений	Решение задач в сфере образования, здравоохранения, культуры, спорта.	Низкое качество услуг, низкая эффективность использования имущества.
Приватизация нежилых объектов недвижимости	Единовременное получение крупной денежной суммы. Получение в будущем дохода в виде налога на имущество.	Потеря возможных доходов от использования имущества в будущем.
Внесение недвижимости в уставный капитал хозяйственных обществ	Получение доходов в долгосрочном периоде в виде дивидендов. Возможность получения дохода от продажи пакета акций в будущем.	Отсутствие доходов в краткосрочном периоде. Солидарная ответственность по обязательствам акционерного общества.
Аренда	Стабильный источник доходов. Возможность использования объекта в будущем для нужд собственника.	Потеря доходов в виде налога на имущество. При долгосрочной аренде и фиксированной арендной плате – потери от инфляции.
Доверительное управление	Использование и развитие объекта в интересах собственника.	Недостаток управляющих, обладающих квалификацией и опытом
Концессия	Решение задач по социально-экономическому развитию территории. Текущие доходы. Возможность использования объекта в будущем для нужд собственника.	Сложность подготовки концессионного соглашения и обеспечения взаимовыгодных условий.

Источник: собственная разработка автора на основании [6]

Структурно-функциональные показатели характеризуют объем и структуру недвижимого имущества. Увеличение стоимости недвижимого имущества свидетельствует о расширении имущественного потенциала и является положительной тенденцией.

Формирование доходов бюджета от использования недвижимого имущества происходит по следующим направлениям:

• доходы от приватизации недвижимого имущества;

• доходы от сдачи в аренду земельных участков;

• доходы от сдачи в аренду недвижимого имущества (зданий и помещений);

• доходы от перечисления части прибыли государственных и муниципальных унитарных предприятий.

Экономическую эффективность управления государственной и муниципальной недвижимостью отражает такой показатель, как сближение ставок за аренду государственного и муниципального имущества и рыночных ставок арендной платы.

По итогам проведенного исследования можно сделать следующие выводы. Управление недвижимостью представляет воздействие собственника или уполномоченного им лица на экономические, правовые, технические и прочие характеристики объекта недвижимости для достижения определенных целей. Особенно актуальными вопросы управления недвижимостью являются для крупных собственников: государства, муниципальных образований, частных корпораций, в распоряжении которых находятся сложные многофункциональные имущественные комплексы. В процессе управления необходимо осуществлять планирование и программирование, маркетинг, мониторинг, аудит, регистрацию, учет, контроль, оценку стоимости недвижимости.

Анализ системы управления недвижимостью невозможен без оценки экономической эффективности управления. Особенность оценки эффективности управления недвижимостью в том, что она должна учитывать не только экономические критерии, но и качество выполнения социальных функций. Учет результатов исследования позволит повысить эффективность управления недвижимостью.

Список литературы

1. Оценка бизнеса: учебник / под ред. А. Г. Грязновой, М. А. Федотовой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 278 с.

2. Гражданский кодекс Республики Беларусь (ГК РБ):. Ст. 68 ГК РБ 218-З от 7.12.1998 г.

3. Игнатов, Л. Л. Экономика недвижимости / Л. Л. Игнатов. – М. : Изд-во МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2003. – 288 с.

4. Горемыкин, В. А. Экономика недвижимости: учебник / В. А. Горемыкин. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательско- торговая корпорация «Дашков и К», 2008. – 346 с.

5. Грибовский, С.В. Оценка стоимости в системе управления недвижимостью в Республике Беларусь // Некоммерческое партнерство «Сообщество специалистов-оценщиков «СМАО». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: http://smao. ru/ru/tp/methodic/article_186.html. – Дата доступа: 23.03.2017.

6. О Концепции управления государственным имуществом и приватизации в Республике Беларусь: постановление Правительства РБ от 09.09.1999 № 1024.

Relevance of a subject of a research is connected with the fact that achievement of the maximum effect of ownership of real estate objects is possible only in case of competent management. In article theoretical the basics of real estate administration are covered, the essence and the purposes of management are disclosed; methods and management functions by the real estate are analysed; the questions connected with assessment of cost efficiency of real estate administration are researched

Дубровская Анастасия Валерьевна, студентка 2 курса специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: nastya.dubrovskaya.98@mail.ru.

Научный руководитель – ***Сушко Виктор Иванович***, кандидат экономических наук, доцент кафедры международного бизнеса и маркетинга Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 331.101.3

А.З. Жданук

СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ И ПРОЦЕССУАЛЬНЫЕ ТЕОРИИ МОТИВАЦИИ: СОВРЕМЕННОЕ РАЗВИТИЕ И ПРИМЕНЕНИЕ

Предметом данной статьи являются процессуальные и содержательные теории мотивации. Проанализированы труды А.Г. Поршнева, М. Мескона и других авторов в области мотивации и стимулирования труда. Данный анализ позволяет выявить основные факторы и способы стимулирования труда персонала, а также необходимость комбинировать и использовать все теории, так как они взаимно дополняют друг друга.

Проблема мотивации и стимулирования труда всегда была и остается актуальной. Издавна предпринимались попытки повысить производительность труда людей посредством их мотивации. Существуют два вида наиболее популярных теорий мотивации: содержательная и процессуальная.

Актуальность темы данной статьи заключается в том, что в современных условиях на предприятиях менеджеры обязаны знать и применять содержательные и процессуальные теории мотивации, а также другие способы стимулирования деятельности персонала. Для того чтобы в современных условиях эффективно управлять персоналом, необходимо совмещать различные теории мотивации и адаптировать их в производственные процессы.

Предмет исследования – содержательные и процессуальные теории мотивации.

Объект исследования – специфика современного использования содержательных и процессуальных теорий мотивации.

При написании статьи были проанализированы работы А.Г. Поршнева, М.М. Мескона и других современных авторов в области управления и стимулирования труда.

Цель данной работы состоит в том, чтобы выявить существующий опыт применения теорий в практике управления трудом персонала и выявить наиболее адекватные методы для настоящей ситуации; проанализировать современное развитие и применение содержательных и процессуальных теорий мотивации. Это позволит понять, как менеджеры анализируют и применяют данные теории в стимулировании труда персонала.

Мотивация – это деятельность, имеющая целью активизировать людей, работающих в организации, и побудить их эффективно трудиться для выполнения целей, поставленных в планах.

Мотивация – одна из основных функций деятельности любого менеджера, и именно с ее помощью оказывается воздействие на персонал предприятия [1, с. 73].

Пионером в области содержательных теорий мотивации был Абрахам Маслоу. В его работе были проанализированы человеческие потребности и их влияние на мотивацию. Система потребностей характеризуется постоянным изменением, так как, когда удовлетворяются одни потребности, другие потребности становятся актуальными [2, с. 279].

Рисунок 1 – Пирамида потребностей по А. Маслоу

Источник: [2, с. 279]

Проанализировав потребности персонала, менеджер может эффективно влиять на мотивацию сотрудника, применив при этом соответствующие методы мотивации. Но, можно сказать, что подход А.Маслоу имеет ряд особенностей при применении, так как человек одновременно может находиться на нескольких уровнях иерархии потребностей.

Поэтому менеджер, который ищет индивидуальный подход к мотивации каждого работника, сталкивается с очень трудной задачей. Но даже сегодня, несмотря на свои недостатки, теория иерархии потребностей широко применяется управленцами высшего звена.

Рассмотрим двухфакторную теорию мотивации, которую разработал Фредерик Герцберг. В результате исследований Герцберг выделил две группы потребностей: гигиенические и мотиваторы. Главная причина неудовлетворенности – это гигиенические факторы, а главная причина удовлетворенности – мотиваторы. Мотиваторы могут быть использованы для стимулирования более высокого уровня мотивации нежели гигиенические факторы, но только в том случае, если гигиенические потребности в достаточной мере удовлетворены [2, с. 306].

Гигиенические факторы наиболее эффективны тогда, когда по завершении работы, сотрудник получит дополнительную награду. Мотиваторы включают в себя: признание, ответственность, продвижение по карьерной лестнице. Исходя из этого, менеджеру необходимо обеспечивать человека необходимыми условиями и мотиваторами, иначе нельзя будет ожидать удовлетворенности персонала.

Двухфакторную модель трудно применять на практике в первозданном виде, потому что менеджерам сложно понять, в каких случаях необходимо применить гигиенические факторы, а в каких стоит предлагать своим сотрудникам мотиваторы. Поэтому сейчас внедряют новые технологии в старые модели. Одной из таких моделей является система KPI, в которой создается идеальная мотивационная среда, где эффективность сотрудников будет достигать наивысших показателей.

Рассмотрим теорию приобретенных потребностей, которую разработал Дэвид МакКлелланд. Теория предполагает, что определенные типы потребностей, удовлетворение которых важно для организации, приобретаются людьми в течение жизни под влиянием обучения, опыта, жизненных обстоятельств. Это потребности достижения, присоединения и власти [2, с. 328].

Рисунок 2 – Пирамида потребностей по Д. МакКлелланду

Источник: [2, с. 328].

Эту теорию можно использовать сейчас в любых отраслях и видах деятельности, так как если сотрудник мотивирован на достижение успеха, то в конечном итоге возрастут его производительность труда и стремление добиваться различных результатов. Но это будет работать, если потребности низших потребностей удовлетворены. Поэтому, с этой точки зрения, в самом начале нужно позаботиться о том, чтобы социальные потребности были удовлетворены.

Процессуальные теории не отрицают наличие потребностей, но в этих теориях анализируется то, как человек распределяет усилия для достижения целей и как выбирает конкретный вид поведения.

Рассмотрим теорию ожиданий, которую разработал Виктор Врум. В теории ожиданий, по мнению Врума, наличие потребности работника должно подкрепляться надеждой, что при правильном выборе поведения работник получит награду. При анализе мотивации теория ожиданий подчеркивает важность взаимосвязи: затраты труда – результаты – вознаграждение – удовлетворенность вознаграждением [2, с. 376].

Врум писал, что вознаграждение является ключевым составляющим. Если работник не будет получать желаемое вознаграждение за проделанную работу, его мотивация начнет ослабевать, соответственно снизится его энтузиазм. Поэтому современным менеджерам предстоит тщательно анализировать выполненную работу сотрудников и давать им соответствующее вознаграждение. Однако вознаграждение должно быть не только материальным, необходимо применять и нематериальные методы стимулирования. На этот аспект необходимо обратить внимание отечественным управленцам, так как зачастую на предприятиях практически отсутствует эффективная система стимулирования труда.

Своей работой Стейси Адамс дополнил процессуальную теорию ожиданий. Основное отличие – работники не только ожидают вознаграждения, но и соотносят собственное вознаграждение с вознаграждением других людей, выполняющих аналогичную работу. Работник проводит оценки, отвечая на два вопроса: « Что я даю организации?» и «Какое вознаграждение я получу, особенно по сравнению с вознаграждением других служащих, выполняющих такую же работу?». Затем происходит оценка того, справедливо ли его оценивает руководство [1, с. 73].

Если вознаграждение равно затратам, которые работник сделал, выполняя работу, можно сказать, что оно справедливое. В современных условиях менеджеру трудно справедливо оценить выполненную работу отдельно взятого сотрудника. Поэтому сейчас создаются прозрачные системы стимулирования труда, где оценивается вклад работника в общую работу. Тем самым людям становится ясней, как получить вознаграждение, и они стараются выполнить соответствующую работу. Тем самым обеспечивается высокая производительность труда и появляется энтузиазм.

Модель, которую разработали Лайман Портер и Эдвард Лоулер, – это совокупность теории ожиданий и теории справедливости.

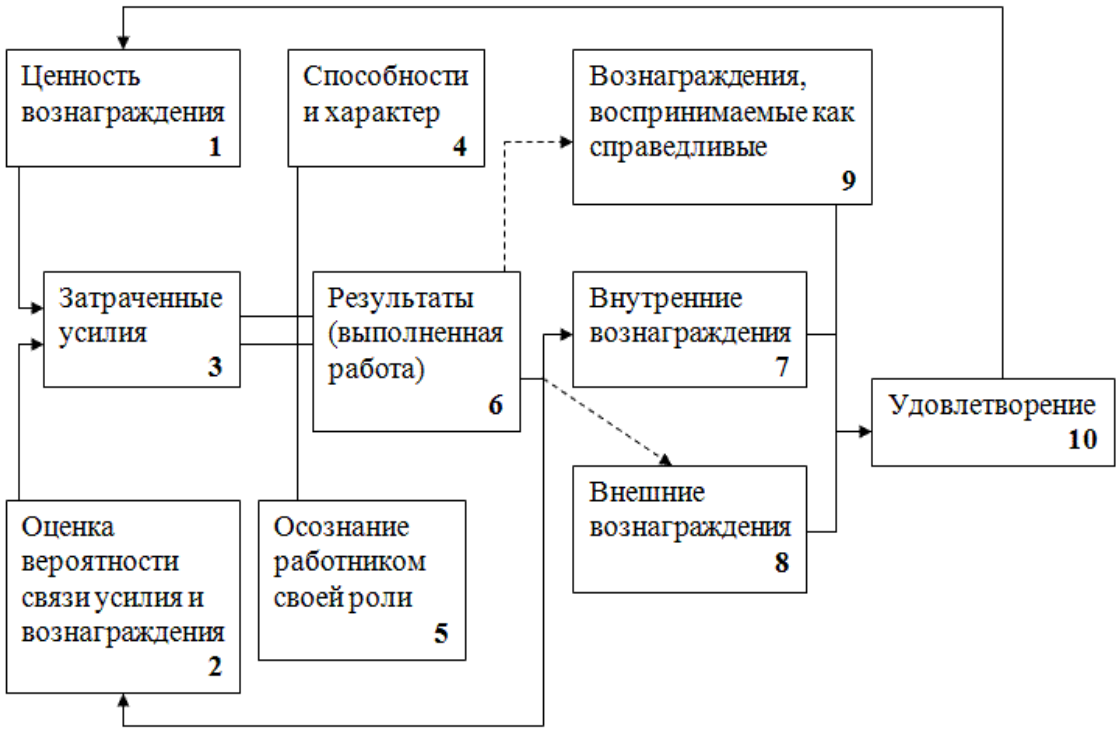


Рисунок 3 – Модель Л. Портера и Э. Лоулера

Источник: [1, с. 115]

Основная идея модели в том, что человек затрачивает усилия, чтобы достичь определенных результатов. При этом усилия зависят от того, насколько ценным будет вознаграждение. Значительное влияние на результаты оказывает осознание человеком своей роли в процессе труда [1, с. 115].

Один из наиболее важных выводов Портера и Лоулера состоит в том, что результативный труд ведет к удовлетворению. Это противоречит мнениям большинства менеджеров. Также можно добавить, что в модели Портера-Лоулера есть зависимость между заработной платой и производительностью труда, т.е. на некоторых работников можно влиять и мотивировать их, поднимая им заработную плату.

Анализ современной литературы показывает, что вышеизложенные содержательные теории мотивации выделяют факторы, которые влияют на мотивацию. А процессуальные теории объясняют причины возникновения того или иного поведения людей и способы удовлетворения их потребностей с целью повысить производительность труда, тем самым помогают добиться повышения всевозможных экономических показателей и достичь важные цели организации.

На современном этапе менеджеры осознают, что различные теории мотивации взаимосвязаны и взаимно дополняют друг друга, особо не противореча, поэтому формируются системы мотивации, обеспечивающие достижение целей организации посредством эффективной мотивации и стимулирования труда персонала. Менеджеры комбинируют теории мотивации, а также изучают и применяют труды современных авторов в области мотивации и стимулирования труда. Такими авторами являются Л. Выгодский, А. Леонтьев, Б. Ломов, А. Литвинюк с его мотивационным комплексом-набором причин, А. Кибанов и его труды, посвященные проблемам мотивации, а также другие отечественные и зарубежные авторы, чьи труды связаны с современным развитием мотивационных процессов.

Список литературы

1. Поршнев, А. Г. Управление организацией / А. Г. Поршнев. – Минск : ИНФРА-М, 2000. – 669 с.
2. Мескон, М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – Минск : Дело, 1992. – 704 с.
3. Менеджмент: учебно-методический комплекс для подготовки магистров; под общ. ред. А. Л. Гапоненко. – М. РАГС, Изд. Дом «ИНФРА-М», 2010. – 480 с.
4.

This article describes the procedural and substantive theory of motivation. Analyzed works Porshneva AG, Meskon M. and others in the field of motivation and stimulation of labor. This analysis allowed us to identify the key factors and ways to stimulate labor personnel, and it was found that it was necessary to combine and use all the theory, since they complement each other. Key words: motivation, theory, manager, management, needs.

Жданук Алексей Здиславович, студент 3 курса специальности «Менеджмент» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: alexeizhdanuk@mail.ru.

Научный руководитель – ***Рабцевич Валентина Вениаминовна***, доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 658.89

А.А. Завялова

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ В ОРГАНИЗАЦИИ

Данная статья посвящена вопросам взаимодействия с клиентами. В ней также идет речь о концепции маркетинга отношений и о качествах, которые должны быть присущи специалистам, работающим с клиентами. Представлены методы по привлечению и стимулированию как новых потребителей, так и уже имеющихся клиентов. Раскрывается сущность такого понятия, как «программа лояльности».

Существование и успех какой-либо организации во многом определяется способностью находить потребителя результатов ее деятельности и удовлетворять его запросы. Клиенты являются самым ценным активом компании, и управление отношениями с ними – центральная задача организации.

Организация процесса взаимодействия между фирмой и ее потребителями является одной из главных задач **концепции маркетинга отношений**. Данная концепция направлена на установление коммуникационных отношений, в которых общение с клиентом персонифицируется, и он рассматривается как важнейший ресурс организации.

Маркетинг отношений в большей степени нацелен на построение долгосрочных отношений с клиентами, это можно объяснить тем, что для организации более выгодно сохранение существующих клиентов, нежели привлечение новых [1, с. 26].

Важность маркетинга отношений высока, если:

1) продукт (услуга) имеют довольно сложный, комплексный характер, при этом продукт (услуга) предназначены какому-то конкретному виду потребителей;
2) потребители малоопытны в выборе покупки и ее использовании, и поэтому они вынуждены проявить доверие;
3) рынок динамичен;
4) покупка совершается в большей степени ради чувств, возникающих при ее приобретении;

5) потребитель удовлетворен прошлым взаимодействием и испытывает доверие к организации [1, с. 38].

Существует некая эволюция процесса взаимоотношений с потребителями (рисунок).

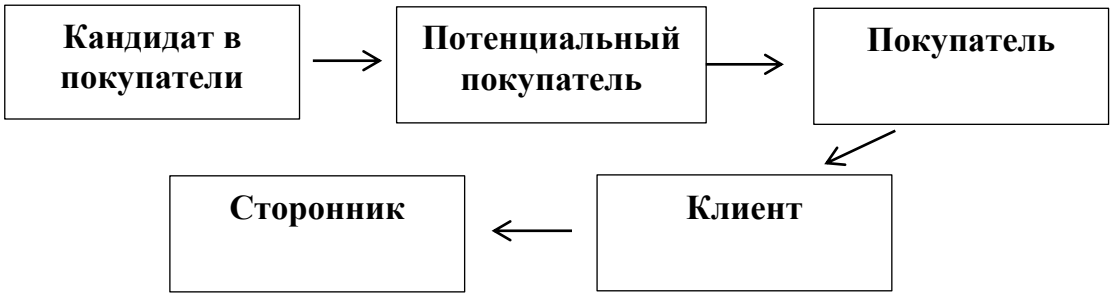


Рисунок – Эволюция потребителей

Источник: [1, с. 39]

Потенциальный покупатель – тот, кто может совершить покупку продукта (услуги).

Кандидат в покупатели – потенциальный покупатель, проявивший интерес к продукту (услуге).

Покупатель – потребитель, который купил продукт (услугу).

Клиент – покупатель, совершивший повторные покупки.

Сторонник – приверженный покупатель, постоянно совершающий покупки данного поставщика [1, с. 39].

Формирование взаимоотношений с потребителями повышает конкурентоспособность организации и двигает потребителей по иерархии вверх, от потенциального потребителя к кандидату в покупатели, затем к покупателю, клиенту и стороннику [1, с. 39].

В процессе привлечения и сохранения потребителей велика роль специалистов, которые осуществляют работу с ними. Навыки общения здесь сводятся не просто к коммуникабельности. Важно чтобы это общение способствовало достижению определенных результатов (приобретение товара (услуги), повторные визиты).

Специалист в данной области должен обладать не только профессиональными навыками, опытом практической работы, но и определенным мышлением. Для него важно понимать, почему люди приобретают тот или иной товар и для этого необходимо проанализировать мотивы, направляющие на такого рода действия. Мотивацией к покупке и потреблению служит удовлетворение потребностей. Специалисты, которые хорошо понимают потребности людей, располагают большими возможностями в работе с клиентами [2, с.393].

Однако существуют некоторые мотивационные приемы, которые позволяют организациям простимулировать потребность в каком-либо товаре и убедить потребителя в том, что приобретая именно данный продукт, он поступает умно и экономно. Данные приемы служат для привлечения новых потребителей:

1) Снижение цены. Ни для кого не секрет, что для многих из нас важно сохранить свои деньги и многие компании пользуются этим. Таким способом можно добиться повышения объема продаж, однако это не всегда решает проблему и доходы могут остаться на том же низком уровне.

Еще одно проблемой данного приема является то, что по статистике потребители купившие по «скидочной» цене какой-либо товар сегодня, вряд ли станут покупать его завтра.

Также существует утверждение о том, что снижение цены на продукт потребитель может счесть как сигнал о его качестве и это конечно ухудшит отношение к товару [3, с. 385].

2) Мотивация денежными возмещениями. Суть состоит в том, что потребители покупают товар за полную цену, но предоставив соответствующие документы, получают некоторое количество денег обратно [3, с. 385].

3) Купоны. Данный способ дает возможность получить определенного рода товар по скидке.

Был проведен эксперимент, показывающий, что купоны стимулировали покупателей к гораздо более серьезным незапланированным расходам, чем приобретение товара, на который распространялось действие этих купонов [3, с. 387].

4) Бесплатный подарок. Однако здесь нужно быть осторожным, существует гипотеза снижения ценности – товар, предлагаемый в качестве бесплатного подарка, воспринимается как менее ценный. Следует внимательно относиться к выбору партнера, вне зависимости от того, собираетесь ли вы продвигать свой товар или использовать свой товар для продвижения другого [3, с. 388].

Кроме привлечения и стимулирования к первой покупке, любая организация заинтересована в том, чтобы мотивировать потребителя на повторные покупки. Способствует этому программа лояльности, направленная на построение взаимоотношений с клиентами и мотивирование их к последующим покупкам.

В построении программы лояльности для начала нужно определить сферу деятельности, затем определить вид отношений с клиентов. Они бывают:

1) Выгодные. Клиенты получает для себя какую-то выгоду, которая стимулирует их для дальнейшего взаимодействия с организацией. Данный вид отношений позволяет удержать довольно широкую аудиторию [4, с. 90].

2) Дружеские. Основаны на приятном сервисном обслуживании и оказании «дружеской услуги» клиенту. Аудитория значительно сужается. Возможны только при наличии выгодных отношений [4, с. 90].

3) Родственные. Завязаны на взаимных действиях приватного характера, например, личные встречи, выезды на пикники и т. д. Аудитория при таких отношениях единична. Возможны только при наличии дружеских отношений [4, с. 91].

Далее нужно определиться с категорией товара (услуги), которую вы хотите предлагать. Выделяют три категории: low (дешевые), medium (средней стоимости), premium (дорогие и очень дорогие) [4, с. 91].

Существуют определенные разновидности программы лояльности. Из них можно выделить следующие:

1) Программы, предусматривающие материальное или психологическое вознаграждение. Такие программы предусматривают материальное и моральное поощрение постоянных клиентов [5, с. 38];

2) Программа с фиксированными и дифференцированными скидками. Здесь важно понимать, что фиксированные скидки менее эффективные, а дифференцированные стимулируют и дают больше возможностей [5, с. 40];

3) Программы, ориентированные на узкую аудиторию. Очевидно, что любая программа лояльности ориентирована на определенную аудиторию, но в то же время степень ориентированности может существенно отличаться, что может зависеть от статуса клиента [5, с. 44];

4) Программы, созданные на основе платежных карт. Данные программы реализуются совместно финансовым институтом (расчетной организацией) и какой-либо розничной компанией. Иногда компании, наряду с собственной системой лояльности, распространяют карту VISA, Master Card. Имеет место и сотрудничество банков и магазинов по выпуску кобрендинговых (совместных) карт [5, с. 45];

5) Программы, управляемые одной компанией и совместными компаниями. Множество компаний в настоящее время реализуют совместные лоялти-схемы, которые представляют собой совместные программы с участием наиболее мощных торговых и сервисных компаний [5, с. 50];

6) Программы независимых операторов и программы, созданные торговыми компаниями. В данном случае регулярно выпускаются каталоги предприятий. В которых дается подробная информация: названия, размер скидки, часы работы, виды платежей и краткая реклама. Каталоги могут быть снабжены картами-схемами, по которым покупатель легко найдет необходимую фирму. В дополнение ко всему может быть введена и бонусная система поощрения [5, с. 51];

7) Дисконтные и призовые программы. Простая скидка дает покупателю материальную выгоду, накопительная скидка позволяет участвовать в азартной игре. Получение приза или подарка одновременно дает материальную выгоду и, что не менее важно, эмоциональное удовлетворение. Для достижения как можно большего удовлетворения клиента лучше всего совместить призовую и накопительную схемы поощрения [5, с. 54].

При правильной разработке и использовании программы лояльности могут быть весьма эффективными. Данные программы позволяют выстраивать длительные отношения с клиентами. О пользе длительных отношений с постоянными клиентами говорит статистический материал. Так, объем продаж около 65 % приходится на уже имеющихся потребителей, а повторные визиты клиентов приводят к значительному повышению прибыли [4, с. 88].

Подводя итоги, можно сказать, что ориентация на потребителей включает в себя обширную область, к которой можно отнести сочетание предпринимательской, управленческой, психологической, коммерческой, социальной и других типов деятельности, направленных на удовлетворение потребностей и запросов потребителей. Работа в отношении клиентов нуждается в постоянном совершенствовании, поскольку на современном этапе довольно трудно уследить за изменениями во вкусах и потребностях, тем более, что существует масса конкурентов. Во взаимоотношениях с клиентами нужно быть весьма осторожными, важно учитывать требования и стремиться максимально удовлетворить каждое звено «потребительской цепочки».

Список литературы

1. Алешина, И. В. Поведение потребителей: учебник / И. В. Алешина. – М. : Экономисть, 2006. – 552 с.
2. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс: пер. с англ./ Ф. Котлер; общ. ред. С. Г. Божук. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2005. – 464 с.
3. Блэкуэлл, Р. Поведение потребителей / Р. Блэкуэлл, П. Миниард, Дж. Энджел. – 10-е изд. – СПб. : Питер, 2007. – 944 с.
4. Имшинецкая, И. Программа сотрудничества с клиентом или будто привлечь новоиспеченных и высчитать беспрерывных клиентов / И. Имшинецкая. – М. : РИП-холдинг, 2005. – 128 с.
5. Васин, Ю. В. Эффективные программы лояльности. Как привлечь и удержать клиентов / Ю. В. Васин, Л .Г. Лаврентьев, А. В. Самсонов. – 4-е изд. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 152 с.

This article is devoted to questions of interaction with customers. It also is a speech about the relationship marketing concept and the qualities that should be inherent to professionals working with clients. The methods to attract and stimulate both new customers and existing customers. The essence of such a thing as a «loyalty program».

Завялова Анастасия Александровна, студентка 2 курса специальности «Менеджмент» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: fight.back@mail.ru.

Научный руководитель – ***Рабцевич Валентина Вениаминовна***, доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 330

А.А. Каленик

УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ ТОВАРОВ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

Рассмотрены аспекты управления ассортиментом товаров в организациях розничной торговли, проведен анализ состава и структуры розничного товарооборота ОАО «Ясень» в ассортиментном разрезе, и сформулированы основные направления увеличения объема продаж.

Управление ассортиментом товаров в организациях розничной торговли является одним из самых сложных процессов, протекающих в их коммерческой деятельности, который направлен на достижение требований рациональности ассортимента с целью увеличения продаж.

Розничная торговля представляет собой завершающую форму продажи товаров конечному потребителю. Организации розничной торговли реализуют товары непосредственно населению, т.е. физическим лицам, применяя свои специфические формы и методы розничных продаж, и окончательно завершают процесс обращения товаров от изготовителя продукции. Поэтому результативность коммерческой деятельности розничной торговли существенно зависит от постоянно меняющих требований покупателей к ассортименту товаров и методам организации торговли.

В связи с этим процесс управления ассортиментом является центральным звеном в сложной и многоуровневой цепочке содержания коммерческой деятельности в организациях розничной торговли. От его результатов зависит, какой товар и в каком объеме будет предложен потребителю и, соответственно, будет реализован конечному потребителю.

В целом управление представляет собой систему мер воздействия на конкретный объект управления с целью достижения определенного эффекта (социального или экономического) при минимально необходимых затратах. Это является весьма обширным понятием управления, так как зависит от объекта управления, целей и задач управления и ряда других факторов.

Требования к рациональности ассортимента товаров изменяются в зависимости от конъюнктуры рынка: платежеспособности покупателей, социально-экономических, социально-культурных, правовых характеристик окружающей среды и других факторов.

Степень удовлетворения покупательского спроса высококачественными товарами и услугами, а также их ассортиментом определяет важную роль розничной торговли в любом государстве. Правильная организация коммерческой работы в рамках розничной торговли способствует росту товарооборота, достаточно полному удовлетворению совокупного спроса населения и, соответственно, получению коммерческого успеха.

Ассортимент товаров розничной торговли представляет собой набор товаров разных видов , формируемый по определенным признакам с целью удовлетворения потребностей конечных покупателей, т.е. населения.

Управлять товарным ассортиментом – значит постоянно предлагать рынку такой ассортимент товаров, который удовлетворяет покупателей с точки зрения широты, глубины, насыщенности и гармоничности [1, с. 178].

Под управлением ассортиментом товаров понимается разработка и применение мер, направленных на формирование оптимальной структуры ассортимента товаров, которая будет наиболее полно соответствовать текущим потребностям населения. Управление ассортиментом – деятельность, направленная на достижение требований рациональности ассортимента [2, с. 245].

В розничной торговле управление ассортиментом представляет собой комплексный процесс, включающий четыре классических функции управления, которые раскрывают сущность управления ассортиментом: планирование ассортимента; организация ассортимента; координация ассортимента; контроль за соблюдением ассортимента [3, с. 124].

В настоящее время при формировании ассортимента розничных торговых предприятий используются два метода, соответствующие современному состоянию экономики:метод ассортиментного перечня и метод потребительского комплекса.

Метод ассортиментного перечня предполагает наличие в продаже стандарта товарного предложения, заявленного в обязательном ассортиментном перечне. Метод ориентирован на удовлетворение твердо сформулированного спроса. Ассортиментные перечни для конкретных магазинов разрабатываются с учетом типа магазина, его торговой площади, месторасположения, ассортимента, наличия конкурентов, контингента обслуживаемого населения.

Ассортиментные перечни устанавливаются для предприятий торговли всех форм собственности и обязательны к исполнению. Указанные в перечне товары должны присутствовать в продаже в течение всего рабочего дня, они согласовываются со всеми заинтересованными службами и организациями и утверждаются руководителями предприятий розничной торговли.

Главная цель формирования ассортимента товаров – это наиболее полное удовлетворение покупательского спроса. Поэтому к управлению ассортиментом товаров в организациях розничной торговли предъявляются высокие требования по оптимизации товарного ассортимента с целью наилучшего удовлетворения спроса покупателей и повышения рентабельности на основе информации, полученной из внешних и внутренних источников.

Основными элементами управления являются установление требований к рациональности ассортимента, определение ассортиментной политики организации и формирование ассортимента.

Общие направления в формировании ассортимента товаров торговых организаций определяются их ассортиментной политикой.

В широком смысле ассортиментная политика представляет собой систему взглядов и комплекс мер по управлению торговым ассортиментом, которая включает общие направления формирования ассортимента торговой сети, соответствующие требованиям рынка и интересам экономики в целом [4, с. 97].

Ассортиментную политику организации можно представить следующими элементами:

- сегментация рынка и выбор целевых рыночных сегментов;
- изучение требований потребителей к товарам, методам продажи, сервису, услугам;
- определение ассортимента товаров, наиболее предпочтительного для потребителей и обеспечивающего экономическую эффективность деятельности организации;
- определение оптимального соотношения набора товаров, находящихся на разных стадиях своих жизненных циклов;
- разработка стратегии реализации товаров [4, с. 107].

В этой сфере представляется возможным отслеживать тенденции, происходящие в покупательском поведении, спросе потребителей различных сегментов рынка, и учитывать их при производстве и организации продажи, при выработке стратегии

поведения торговой организации на рынке и обеспечении конкурентных преимуществ. Соответственно размер розничного товарооборота напрямую зависит от предлагаемого покупателю ассортимента товаров.

В процессе управления ассортиментом тесно взаимоувязаны этапы коммерческой деятельности, такие как: информационное обеспечение, определение потребности в товарах, выбор партнеров для установления хозяйственных связей и каналов продвижения на рынок, установление хозяйственных связей между партнерами, организация оптовых закупок, рекламно-информационная работа, оказание услуг и управление товарными запасами.

В Республике Беларусь в соответствии с Постановлением Министерства торговли Республики Беларусь от 24.12.2014. № 41 «О мерах по реализации постановления Совета Министров Республики Беларусь от 23 декабря 2014 г. № 1227» структура (или ассортиментный состав) всего розничного товарооборота включает в себя три класса:

- продовольственные товары;
- непродовольственные товары;
- медицинские товары [5].

Эти товары в дальнейшем классифицируются на ассортиментные группы и подгруппы товаров, а затем идет соответствующий перечень видов товаров, входящих в данную подгруппу и группу товаров.

Проведено исследование управления торговым ассортиментом в ОАО «Ясень», который представляет собой номенклатуру товаров, подлежащих продаже в розничной торговой сети. Он включает ассортимент товаров, выпускаемых многими предприятиями, и представлен группой непродовольственных товаров.

Проведенный анализ розничных продаж ОАО «Ясень» в ассортиментном разрезе за 2013–2015 гг. наглядно представлен в таблице.

Таблица – Анализ состава и структуры розничного товарооборота ОАО «Ясень» в ассортиментном разрезе за 2013–2015 гг.

Товарные группы	2013 г.		2014 г.		Отклонение (+, -) от предыдущ. года		2015г.		Отклонение (+, -) от предыдущ. года	
	млн. руб.	уд. вес	млн. руб.	уд. вес	млн. руб.	пр. п.	млн. руб.	уд. вес	млн. руб.	пр. п.
А	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Парфюмерия и косметика	109	0,3	265	0,3	156	-	351	0,3	86	-
Бытовая мебель	6939	21,9	35516	39,4	28577	17,5	36802	36,2	1286	-3,2
Домашняя утварь и посуда	911	2,9	2575	2,9	1664	-	5142	5,1	2567	2,2
Осветительные приборы	1608	5,1	2798	3,1	1190	-2,0	3638	3,6	840	0,5
Бытовые не электрические товары	640	2	1678	1,9	1038	-0,1	3095	3,1	1417	1,2
Бытовые электротовары	4235	13,4	7643	8,5	3408	-4,9	8444	8,3	801	-0,2
Скобяные товары	525	1,7	1717	2	1192	0,3	2457	2,5	740	0,5
Краски, лаки, эмаль	2895	9,2	3760	4,1	865	-5,1	3342	3,3	-418	-0,8
Санитарно-техническое оборудование	1131	3,6	1844	2	713	-1,6	2141	2,1	297	0,1
Стройматериалы	9188	29	7625	8,5	-1563	-20,5	8925	8,8	1300	0,3
Часы	-	-	995	1,1	995	1,1	1354	1,3	359	0,2
Чистящие средства	2033	6,4	563	0,6	-1470	-5,8	946	0,9	383	0,3

Обои	-	-	1302	1,4	1302	1,4	1130	1,1	-172	-0,3
Цветы и удобрения	191	0,6	1077	1,2	886	0,6	1935	1,9	858	0,7
Прочие непродовольственные товары	1247	3,9	20698	23,0	19451	19,1	21892	21,5	1194	-1,5
Итого	31652	100,0	90056	100	58404	-	101594	100	11538	-

Источник: собственная разработка на основании данных организации

Как видно из данных таблицы, за период 2013 – 2015 гг. ОАО «Ясень» обеспечивало постоянную динамику увеличение общего объема продаж за счет соответствующего роста продаж практически по всем основным группам товаров, что позволило ОАО «Ясень» обеспечить рентабельность продаж за 2013 г.– 0,7 %, а за 2014 – 2015гг. – 1,3 %, т.е. рост на 0,6 процентных пункта.

Исключение составила группа товаров «краски, эмали и лаки», по которым произошло снижение удельного веса на 0,8 пункта, а также группе «обои» – на 0,3 пункта, что является негативным фактором и требует особого внимания.

Доминирующее положение и лидерами продаж в ассортиментной структуре являются товары по группе «бытовая мебель» и «строительные материалы», удельный вес которых в общем объеме продаж составляет около 50 %. На долю продаж по группе «бытовая мебель» приходилось в 2013г. 21,9 %, а в 2015 г. – 36,2 %, соответственно «строительные материалы» – 29,0 % и 8,8 %. т.е. в совокупности – 45 %.

Таким образом, можно сделать вывод, что ОАО «Ясень» применяет эффективную ассортиментную модель управления, которая предполагает координацию взаимосвязанных видов деятельности по комплексному исследованию рынка сбыта, сервиса, обслуживания, стимулированию спроса, рекламы и т.д.

Основными направлениями увеличения объема продаж на основании управления товарным ассортиментом являются:

- усиление контроля за товарными запасами;
- рационализация товародвижения;
- использование прогрессивных методов продаж;
- активизация работы по продаже бытовой мебели и бытовых электротоваров в кредит;
- рекомендация всем магазинам вести специальный учет неудовлетворенного спроса, куда заносить товары, за которыми обращался потребитель и не нашел в магазине;
- расширение связи с поставщиками с целью поиска новых товаров.

Правильная организация коммерческой работы в рамках розничной торговли способствует росту товарооборота, достаточно полному удовлетворению совокупного спроса населения и соответственно получению коммерческого успеха, что можно осуществлять путем управления ассортиментом товаров.

Список литературы

1. Брагин, Л. А. Организация и управление торговым предприятием / под ред. Л. А. Брагина ,Т. П. Данько. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 303 с.

2. Варли, Р. В. Основы управления розничной торговлей / Р. В. Варли. – М. : изд. дом Гребенникова, 2009. – 454 с.

3. Виноградова, С. Н. Коммерческая деятельность: учебник / С. Н. Виноградова, О. В. Пигунова. – 2-е изд., испр. – Минск : Выш. шк., 2012. – 351 с.

4. Леви, М. П., Основы розничной торговли / Б. А. Вейтц, М. П. Леви. – СПб. : Питер, 2008. – 448 с.

5. О мерах по реализации постановления Совета Министров Республики Беларусь от 23.12.2014г. №1127: постановление Министерства торговли Республики Беларусь от 24.12.2014

№41/ Национальный Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.pravo.by. – Дата доступа: 25.02.2017.

The aspects of management of assortment of goods in retail organizations, the analysis of the composition and structure of retail turnover of JSC «Yasen'» in the product section and the basic directions of increase in sales.

Каленик Александра Андреевна, студентка 4 курса специальности «Коммерческая деятельность» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: sasha100895@mail.ru.

Научный руководитель – ***Андрушко Раиса Вячеславовна,*** старший преподаватель кафедры международного бизнеса и маркетинга факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 338.24.01

А.В. Карпович

МЕНЕДЖМЕНТ ЗНАНИЙ КАК КОНКУРЕНТНАЯ СТРАТЕГИЯ

В данной статье рассмотрено понятие менеджмента знаний, его значение в современной экономике и бизнесе. Также выявляются источники информации и знаний; на примере демонстрируется их отличие друг от друга, и определяются направления использования знаний как в компаниях, так и в обществе.

Актуальность исследования определяется, прежде всего, тем, чток менеджмент знаний может понадобиться и помочь любому человеку как на работе, так и в обычной жизни.

Целью исследования является обоснование эффективности знаний в менеджменте, которые помогут построить правильную конкурентную стратегию компании.

Менеджмент знаний как управленческая технология по производству, распределению и использованию организационного знания стал активно внедряться западными компаниями в 90-х гг. XX в., зарекомендовав себя в качестве действенного инструмента по наращиванию конкурентоспособности. На сегодняшний день под определение «менеджмент знаний» подпадает практическая любая деятельность, связанная с созданием и обменом знаниями, навыками и опытом: от организационного обучения до разработки баз знаний [1, с. 2].

Понятие «менеджмент знаний», или управление знаниями, связано с современной управленческой наукой и практикой. В последнее время произошли изменения в экономике и бизнесе, которые стимулировали интерес к управлению знаниями[2, с. 120].

К ним можно отнести следующие факторы:

- знания становятся основным ресурсом экономического развития и роста;
- базирующиеся на знаниях отрасли становятся ведущими отраслями;
- знания занимают все больший удельный вес в структуре стоимости продуктов и услуг.

Менеджмент знаний в настоящее время является самостоятельным разделом менеджмента. Он дает сильное конкурентное преимущество любому социальному институту, особенно в экономике. Некоторые исследователи уже говорят об ориентации в большей степени на знание, а не ресурсы. Д. Тис в связи с этим констатирует, что «сущностью фирмы является ее способность создавать, передавать, агрегировать, интегрировать и эксплуатировать актив «знание». Знание составляет базу компетенций, а компетенции лежат в основе рыночных предложений фирмой товаров и услуг» [3, с. 102].

В литературе отмечается, что управление знаниями – систематический процесс поиска, использования и передачи информации, знаний. Это процесс, в ходе которого организация воспроизводит знания, накапливает и использует в интересах получения конкурентных преимуществ [4, с. 222]. Менеджмент знаний приводит к изменениям в образе мыслей многих менеджеров, к отходу от многих устаревших, ортодоксальных подходов. *Главная цель управления знаниями – это создание новых и более мощных конкурентных преимуществ.*

Данные – это совокупность разных объективных факторов. В корпорациях данными, например, являются структурированные записи о трансакциях (в частности, о продажах: сколько, когда и кто купил, сколько и когда заплатил и пр.). Из этих данных неясно, как следует оценить продажи, почему покупатель пришел именно сюда, и придет ли он еще раз, а самое главное – что надо делать [2, с. 121].

Информация – это своего рода послание, обычно в форме документа, или в видео-, или аудиоформе. Она имеет получателя и отправителя. Она информирует, т.е. «придает форму» факту путем изменения оценок или поведения получателя. Является ли послание информацией, определяет получатель. Именно он оценивает, насколько информирует его полученное сообщение и информирует ли вообще [2, с. 121].

Информация в организациях распространяется по сетям. Различаются жесткие и мягкие сети и их компоненты. Жесткие – это кабели, почтовые службы, компьютеры, адреса, в том числе электронные. Мягкие – процедуры распространения информации, включая совещания, тренинги, собрания и т.д.

Данные превращаются в информацию несколькими путями:

- контекстуализации: мы знаем, для чего эти данные нужны;
- категоризации: мы разбиваем данные на типы и компоненты;
- подсчета: мы обрабатываем данные математически;
- коррекции: мы исправляем ошибки и ликвидируем пропуски;
- сжатия: мы сжимаем, концентрирует, агрегируем данные.

Знания – форма существования и систематизации результатов познавательной деятельности человека. Понятие «знание» не относится к книге, документу или базе данных, даже если они являются продуктом труда знающего человека или группы знающих людей.

Таким образом, знание – это комбинация опыта, ценностей, экспертных оценок и контекстной информации, с помощью которой новый опыт соединяется в информацию. Знание существует в сознании тех, кто знает. В организациях оно фиксируется не только в документах, но и в процессах, процедурах, нормах, в целом в практической деятельности.

Точно так же, как информация возникает из данных, знания возникают из информации путем:

- сравнения, определения области сопоставления (с информацией о других, аналогичных объектах);
- установления связей (с другой информации об этом объекте);
- оценки (как можно оценить данную информацию и как ее оценивают другие);
- определения области применения информации к тем или иным решениям или действиям.

Знание превратилось в ключевой экономический ресурс и источник конкурентного преимущества. Новые продукты и технологии очень быстро заимствуются легальным или нелегальным способом. Таким образом, конкурентное преимущество заключается в умении создавать и управлять интеллектуальным капиталом. Речь идет о потенциальной возможности и умении компаний работать на опережении, не останавливаясь на достигнутом. Одной из самых известных компаний, которая очень быстро поняла все возможности менеджмента знаний и стала использовать методы управления знаниями, является компания Xerox. Компания Xerox является признанным лидером в области

управления знаниями. В компании результаты использования менеджмента знаниями являются источником ее конкурентного преимущества.

Рассмотрим пример, иллюстрирующий отличие знаний от информации и данных. У компании Chrysler имеется собрание компьютерных файлов, именуемое «Книгой инженерных знаний» и заключающее в себе исчерпывающие данные и информацию о создании автомобилей этой компании, чем может пользоваться каждый разработчик новых автомобилей. Когда управляющий получил данные о проведенных краш-тестов, то он отказался их поместить в файлы без соответствующей обработки. Он предложил ответить на следующие вопросы:

- почему эти тесты проводились;
- каковы результаты по сравнению с и проводившимися ранее аналогичными тестами данные компании и конкурентов;
- какие выводы были сделаны на основе результатов тестов относительно надежности конструкции автомобиля и его основных узлов.

Аналогичные вопросы трансформируют информацию в знания, более того, ответы на эти вопросы добавляют информации ценность, или, говоря другими словами, добавляют стоимость. Таким образом, на данном примере мы видим, как трансформация информации, или менеджмент знаний, создает стоимость[2, с. 122].

Так же на практике встречаются и такие примеры, когда при добавлении лишней и ненужной информации конечная теряет в своей цене.

Знанием обладают не только люди; знание – это также часть продукта или услуги. В современной экономике не существует граней между продуктом и услугой, а также между услугой и передачей знания.

Знания перестают быть относительно самостоятельным объектом экономического управления, который традиционно ограничивался в основном сферой НИОКР. Сегодня знания существуют во всех сферах и стадиях экономического процесса [2, с. 122].

Менеджмент знаний включает в себя следующие компоненты:

- стимулирование прироста знаний;
- отбор и аккумулирование значимых сведений из внешних по отношению к данной организации источников;
- сохранение, классификацию, трансформацию, обеспечение доступности знаний;
- распространение и обмен знаний, в том числе в рамках организации;
- использование знаний в деловых процессах, в том числе в процессе принятия решений;
- воплощение знаний в продуктах, услугах, документах, базах данных и программном обеспечении;
- оценку знаний, изменение и использование нематериальных активов организации;
- защиту знаний.

Внедрение систем управления знаниями на крупных предприятиях началось совсем недавно, но они уже считаются одним из главных факторов в борьбе с конкурентами. Согласно оценкам Gartner Group, в 2001 г. американские компании на построение таких систем потратили около 5 млрд долл. Наибольшую пользу управление знаниями способно принести в таких областях, как планирование, обслуживание клиентов, обучение персонала и сотрудничество в рамках проектов.

Одна из центральных идей управления знаниями – эффективное использование уже существующих знаний, для создания новых знаний.

Одна из основных опасностей при реализации того или иного проекта в рамках менеджмента знаний – это излишне технократический или попросту количественный подход [2, с. 125].

В настоящее время управление знаниями становится решающим фактором социально-экономического развития. Основой богатства стран, народов, территорий и

организаций было принято считать физический капитал. Это плодородные земли, полезные ископаемые, заводы, фабрики, оборудование и т.д. В современном обществе основой богатства становятся знания. Знание становится все более значимым фактором конкурентоспособности организаций, стран и регионов, оно становится ключевым ресурсом развития. Возрастает глобальная конкуренция, основанная на создании наукоемких и знаниеемких продуктов и услуг[5, с. 413].

Человечество вступило в эру, когда его будущее определяется тем, насколько широко и результативно используются знания. Существенным становится процесс не только создания новых знаний, но их передачи, тиражирования, трансформации и использования. В новых условиях начинают по-новому действовать коммерческие предприятия, государственные и общественные учреждения и организации, все участники процесса создания, трансформации и использования знаний.

Информационные технологии начинают играть ведущую роль в современном обществе. Эффективность общественного производства в значительной мере определяется степенью использования средств обработки информации (вычислительной техники, ксероксов, телефонов, программного обеспечения), плотностью потока изобретений новых продуктов и новых технологий с помощью компьютерных программ.

Переход к новому обществу, в котором знание становится ведущим фактором общественного производства, знаменует одновременно переход к новой структуре стоимости того, что мы потребляем. По существу, не столько изменения на макроуровне, сколько изменения на микроуровне определяют существенные сдвиги в экономических характеристиках современного общества. Изменяется структура себестоимости всех материальных продуктов.

Подводя итоги, можно сказать, что:

1. Знание в нашем мире становится основным средством для достижения социально-экономических целей. Такие традиционные факторы, как земля, труд и капитал, начинают действовать в современной экономике только при условии эффективного использования интеллектуального капитала. Развитие интеллектуального капитала становится основным фактором вновь создаваемой стоимости.

2. Конкурентные стратегии направлены на то, как вести конкурентную борьбу, как развивать собственные конкурентные преимущества и как сделать эти преимущества более стабильными и долгосрочными.

3. Управление знаниями – это управленческая деятельность, направленная на эффективное использование всех видов интеллектуальных активов с целью увеличения производительности и эффективности и повышения конкурентоспособности организации. Управление знаниями – это комбинация отдельных аспектов управления персоналом, инновационного и коммуникационного менеджмента, а также использования новых информационных технологий в управлении организациями. Управление знаниями может эффективно использоваться не только в коммерческих, но и в некоммерческих организациях.

4. Стратегии управления знаниями направлены на то, чтобы создать новую стоимость, реализованную в продуктах, людях и процессах с помощью рационального формирования и использования знаний в организациях. Основная цель этих стратегий – увеличение эффективности использования всех имеющихся ресурсов организации, получение лучших и более быстрых инноваций, улучшение обслуживания клиентов, снижение потерь от неиспользуемых интеллектуальных активов.

Список литературы

1. Голубкин, В. Н. Интеллектуальный капитал в эпоху глобализации мировой экономики / В. Н. Голубкин, Л. П. Клеева, Л. В. Патока. // Бизнес-образование. – 2005. – № 1 (18). – С. 2–17.

2. Гапоненко, А. Л. Стратегическое управление: учебник / А. Л. Гапоненко, А. П. Панкрухин. – М. : Омега-Л, 2004. – 472 с.

3. Бурманн, К. Нематериальные организационные способности как компонент стоимости предприятия // К. Бурманн // Проблемы теории и практики управления. – 2003. – № 3. – С. 102–105.

4. Гапоненко, А. Л. Управление знаниями. Как превратить знания в капитал / А. Л. Гапоненко, Т. М. Орлова. – М. : Эксмо, 2008. – 400 с.

5. Теория управления: учебник / под общ. ред. А. Л. Гапоненко, А. П. Панкрухина. – М. : РАГС, 2003. – 558 с.

This article discusses what «knowledge management» and what it is in the modern economy and business. Also it explains from where there is information and knowledge; the example demonstrates how they differ from each other, and explains why this knowledge is needed in companies and in society.

Карпович Александра Викторовна, студентка 2 курса специальности «Менеджмент» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: sasha.karpovich.00@mail.ru.

Научный руководитель – ***Рабцевич Валентина Вениаминовна***, доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 332.055.2

В.Б. Кисель

СОВРЕМЕННАЯ ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

В данной статье проанализирована динамика развития малого бизнеса в Гродненской области в современный период (2010–2015). Для анализа динамики развития малого бизнеса использован комплекс статистических показателей развития малого бизнеса, и на их основе выявлена тенденция развития малого бизнеса в Гродненской области.

Согласно многочисленным исследованиям, малый бизнес вносит существенный вклад в экономическое развитие региона. Поэтому в последнее время отношение государственных органов к проблеме развития малого бизнеса носит приоритетный характер. Развитие малого бизнеса в Гродненской области является стратегическим фактором, определяющим устойчивое развитие региона.

Малый бизнес в Республике Беларусь охватывает практически все отрасли и сферы деятельности, а также является наиболее подверженным изменениям и внедрению инноваций среди всех других видов бизнеса. Также развитие малого бизнеса влечет за собой развитие региона, что является одним из важнейших приоритетов экономической политики Республики Беларусь в переходном периоде. Малый бизнес является самой многочисленной и гибкой формой бизнеса.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что динамика развития малого бизнеса должна быть рассмотрена в отдельном ключе, что позволит выявить ее тенденцию. Объек исследования – малый бизнес Гродненской области.

Предметом исследования являются статистические показатели развития малого бизнеса Гродненской области в современный период (2010–2015 гг.). Нами был использован статистический метод, суть которого заключается в том, чтобы посредством статистических показателей определить динамику развития малого бизнеса Гродненской области. Цель данной работы – определить динамику развития малого бизнеса Гродненской области в современный период.

Информационной основой исследования послужил такой источник, как сборник: «Регионы Республики Беларусь 2016», статистика Министерства по налогам и сборам.

Дина́мика – состояние движения, ход развития, изменение какого-либо явления под влиянием действующих на него факторов.

Динамика развития малого бизнеса Гродненской нуждается в комплексной оценке путем сопоставления статистических показателей. Это позволит определить, какие факторы влияют на тот или иной показатель и какова сила их влияния.

Для оценки динамики развития малого бизнеса Гродненской области предлагается рассмотреть следующие показатели:

1) количество малых организаций, в том числе и по сферам деятельности в Гродненской области (необходимо определить их долю в общем количестве малых предприятий по Республике Беларусь; определить, в какой части Гродненской области сконцентрировано наибольшее число малых предприятий);

2) списочная численность работников малых предприятий;

3) объем производства выполненных работ и услуг;

4) инвестиции в основной капитал;

5) налоговые поступления малых предприятий.

Очевидно, что первым шагом необходимо рассмотреть динамику количества малых предприятий в Гродненской области. За период 2010–2015 годы количество малых организаций выросло на 15,29 % по сравнению с базовым годом. Динамика развития показывает, что наибольший прирост количества малых организаций произошел в 2013 году, максимально увеличившись при этом на 10,77 % по сравнению с 2012 годом [1].

Малое предпринимательство охватывает практически все отрасли и сферы деятельности. По итогам 2015 г. наибольшее количество малых предприятий занято в торговле, ремонте автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования – 34,63 %. В промышленности сосредоточено 15,2 %, строительстве – 8,03 %, транспорте – 18,5 %, сельском хозяйстве – 5,29 %, операции с недвижимым имуществом – 8,87 % от общего количества малых предприятий. Все остальные отрасли имеют достаточно низкий процент в общем количестве малых предприятий(ниже 5 %) [1].

Большая нужда населения Гродненской области в ремонте бытовых изделий, автомобилей и предметов личного пользования в целом схожа с ситуацией по стране.

При этом наибольший прирост наблюдается в сфере транспорта и связи (по сравнению с базовым годом, показатель увеличился на 72,16 %). Это обусловлено увеличивающимся потоком миграции и иммиграции в Гродненскую область и из нее.

Такая тенденция обусловлена тем, что Гродненская область является пограничной с Европейским союзом и в последние годы резко увеличилось количество выезжающих из страны и въезжающих в нее . Также увеличилось количество перевозок внутри страны. Это происходит естественным образом благодаря росту населения и другим демографическим и социальным показателям.

По состоянию на 2015 год, 41,33 % малых предприятий Гродненской области сосредоточены в ее областном центре – городе Гродно. В 2010 году это показатель составлял 45,72 %. Доля предприятий малого бизнеса постепенно увеличивается в районах, это говорит о том, что в последние годы больше людей открывают малый бизнес не в областном центре, а в районах. Тем самым увеличивается развитость инфраструктуры районов.

По данным государственной статистики, в 2015 году, в Гродненской области функционировало 8285 предприятий, что составляет 7,89 % от общего количества малых предприятий по Республике Беларусь. В 2010 году этот показатель был равен 8,53 % [1].

Такая тенденция обусловлена тем, что предприятия малого бизнеса в большинстве своем стараются начинать свою деятельность в условиях более развитой инфраструктуры и приближенности к потенциальному рынку спроса. Город Минск как раз и является таким центром с привлекательными условиями для старта и ведения бизнеса. Поэтому

доля малых предприятий в Гродненской области от их общего количества по стране падает, а малые предприятия постепенно концентрируют свою деятельность в Минске.

Списочная численность работников малых организаций в Гродненской области в 2015 году составила 58651 человек, что на 0,06 % меньше, чем в 2010 году. Однако стоит отметить, что в 2015 году произошел резкий спад списочной численности работников малого бизнеса на 7,77 % по сравнению с 2014 годом.

Такая тенденция связана в основном с автоматизацией производства и большим количеством IT-компаний в последнее время.

Объем производства выполненных работ и услуг в стоимостном выражении в 2015 году составил 14082,6 млрд рублей (до деноминации), что на 414,56 % больше, чем в 2010 году. Такой колоссальный рост произошел за счет грамотной политики государства в области поддержки малого бизнеса и в целом за счет определения правительством малого бизнеса как основы экономики [1].

Таким образом, малый бизнес Республики Беларусь представляет собой перспективный развивающийся сектор, постепенно увеличивающий свою роль и значение в обеспечении общего экономического роста страны.

Для повышения эффективности и широкого распространения предпринимательской деятельности государство создает информационные, консультативные, исследовательские и другие центры, инновационные и иные фонды, оказывая тем самым помощь в становлении данного сектора экономики.

Инвестиции в основной капитал в 2015 году составили 4772,1 млрд рублей, что в три раза больше, чем в 2010 году [1].

Инвестиции в основной капитал необходимы предприятиям, если предприятия заинтересованы в своем расширении и получении прибыли. Так, судя по показателю инвестиций в основной капитал, в Гродненской области за последние годы улучшился инвестиционный климат

На начало 2015 года налоговые поступления малых организаций Гродненской области в бюджет составили 229,7 деноминированных рублей, что составляет 14,1 % в общих налоговых поступлениях региона. Данный показатель является одним из самых низких по стране, однако с каждым годом он повышается за счет роста количества малых предприятий и роста их прибыли [2].

Согласно законодательству Республики Беларусь «О поддержке малого и среднего бизнеса», программа поддержки малого бизнеса одной из своих основных задач ставит уменьшение налогового бремени.

Постепенное изменение ситуации к лучшему возможно при грамотном снижении уровня налогообложения, усилении контрольных функций государства с сопровождающим обеспечением правоохранительными органами достаточных гарантий безопасности ведения малого бизнеса.

При увеличении числа добросовестных плательщиков увеличится объем финансовых поступлений в бюджет, а также значительная часть финансовых потоков будет выведена из теневого бизнеса.

Исходя из цели статьи, следует определить главные выводы.

Малый бизнес Гродненской области имеет положительную динамику развития по сравнению с 2010 годом. Практически по всем показателям наблюдается рост, однако стоит отметить резкий спад всех показателей в 2015 году по сравнению с 2014.

Стоит отметить колоссальный прирост в объеме выполненных работ и услуг (на 415,56 %). Такой огромный прирост стал возможным благодаря грамотной поддержке центра поддержки предпринимателей Гродненской области. Малый бизнес стал более осведомлен о ситуации в стране, о потенциальных рынках сбыта, проще говоря, информационное обеспечение малого бизнеса поднялось на более высокий уровень. Такой прирост обусловлен также развитием производственной и социальной

инфраструктурой региона за последние пять лет и переориентацией правительства на курс развития малого бизнеса и определением его как одной из важнейших частей экономики.

Также, инвестиции в основной капитал малого бизнеса в 2015 году увеличились в три раза, по сравнению с 2010 годом. Это стало возможным благодаря улучшению инвестиционного климата внутри Гродненской области.

Списочная численность работников предприятий малого бизнеса уменьшилась на 0,06 %. На фоне роста количества предприятий малого бизнеса и роста объема выполняемых работ и услуг можно судить о том, что повышается эффективность производства самих малых предприятий, увеличивается их технологичность, ручной труд все чаще заменяется машинным. Либо предприятия вообще не нуждаются в персонале – с такой ситуацией сталкиваются малые IT-компании.

Малый бизнес в Гродненской области развивается умеренными темпами. Это происходит из-за довольной развитой социально – экономической политики государства. Однако следует стимулировать малый бизнес в области высоких технологий.

Путей стимулирования может быть несколько. Во-первых, это непосредственная помощь государства. Во-вторых, развитию малого бизнеса способствуют и косвенные причины, т.е. для развития малого бизнеса требуется улучшать инфраструктуру, сеть транспортных коммуникаций и т.д.

В целом, экономическое положение сектора малого бизнеса в значительной степени определяется динамикой доходов населения, что говорит о такой ситуации, при которой предприятия малого бизнеса ориентированы на домашние хозяйства, т. е на спрос с их стороны.

Перспективы развития малого бизнеса в основном связаны с развитием иностранных инвестиционных вливаний, что, в свою очередь, связано с развитием инвестиционного климата. Благоприятной ситуации по улучшению инвестиционного климата способствует функционирование свободной экономической зоны на территории Гродненской области. Однако этого недостаточно, необходимы дополнительные меры по улучшению инвестиционного климата.

Многие предприятия малого бизнеса в современный период главной своей целью ставят сохранение бизнеса, а не его развитие. Это происходит на начальном этапе жизненного цикла хозяйствующих субъектов, сказывается также влияние современной экономической ситуации, которая сложилась в стране.

Список литературы

1. Регионы Республики Беларусь 2016 г. Статистический сборник / Главное статистическое управление Республики Беларусь, 2015. – 582 с.

2. Сведения о субъектах малого и среднего предпринимательства Республики Беларусь в 2015–2016 годах на 01.11.2016 / Министерство по налогам и сборам Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2016. – Режим доступа: http://www.nalog.gov.by/ru/svedeniya-predprinimatelstvo.– Дата доступа: 22.12.2016.

This article analyzes the dynamics of small business development in the Grodno region in the modern period (2010-2015). In order to analyze the dynamics of the development of small businesses this article used a set of statistical indicators of development of small business and, based on a trend of small business development in the Grodno region.

Кисель Вадим Борисович, студент 3 курса специальности « Менеджмент (по направлениям) факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: vadimkisel2409@gmail.com.

Научный руководитель – ***Рабцевич Валентина Вениаминовна,*** доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 339.138

И.В. Ключников

РОЛЬ БЕНЧМАРКИНГА В ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье определяется понятие бенчмаркинга, выявляются сильные стороны данного инструмента управления эффективностью организации, исследуется влияние бенчмаркинга и связанного с ним мониторинга на обеспечение модернизации системы менеджмента объекта управления.

Проблема оценки и разработки путей повышения эффективности системы управления предприятием становится одной из центральных проблем практики управления, поскольку руководство предприятия обязано построить процесс управления таким образом, чтобы обеспечить наиболее полное использование всех ресурсов и высокие конечные результаты деятельности.

Для осуществления этой функции организациям необходимо использовать инструменты конкурентной борьбы и такие методы управления, которые позволят предприятием совершенствоваться и взаимодействовать с другими предприятиями рынка. Среди таких инструментов большую популярность получил бенчмаркинг.

Сегодня с определенной точностью можно утверждать, что существует множество дефиниций этого понятия. Часть авторов определяют бенчмаркинг как непрерывный процесс, открывающий, изучающий и оценивающий все лучшее в других организациях с целью использования знаний в своей организации [1, с. 23]. Другие утверждают, что бенчмаркинг, во-первых, концепция, предполагающая естественное развитие у компаний стремления к непрерывному совершенствованию, и, во-вторых, сам процесс совершенствования. Причина популярности бенчмаркинга в настоящее время легко объяснима: он помогает относительно быстро и с меньшими затратами совершенствовать бизнес-процессы. Он позволяет понять, как работают передовые компании, и добиться таких же, а, возможно, и более высоких результатов.

Развитие бенчмаркинга способствует открытости и повышению эффективности управленческих решений в организации. Оно дает возможность получить ответы на вопросы, которые ставит практика деятельности организации, и несет неоспоримые преимущества. Ценность бенчмаркинга не только в том, что он позволяет изучать и перенимать передовой опыт бизнес-технологий современных организаций, но и в увеличении качества как продукции, так и управленческих процессов внутри организации на основе всестороннего и детального изучения достижений конкурентов. Правильное использование бенчмаркинга в качестве сравнительного инструмента дает организации возможность:

- определить приоритеты своей деятельности;
- определить уровень отставания работы организации от своих конкурентов;
- открыть новые технологии и методы управления;
- сконцентрировать внимание на основных факторах успеха организации;
- сократить расходы на процесс управления;
- улучшить главные финансовые показатели;
- сравнить уровень организации с лучшими в мире;
- контролировать уровень качества;
- свести вместе стратегический план и усилия организации, направленные на ее совершенствование.

Следует отметить, что вопросы бенчмаркинга рассматриваются в литературе преимущественно в применении к технико-технологическим и организационно-экономическим нововведениям в производственных отраслях. Бенчмаркинг как

относительно самостоятельный метод продвижения инноваций может иметь несколько разновидностей в зависимости от конкретных особенностей его проведения. Так, применительно к производственному комплексу, прежде всего следует различать внешний и внутренний бенчмаркинг.

Внешний бенчмаркинг – это сравнение данной организации с другими учреждениями в данном сегменте производства с целью поиска наилучших решений, новых видов продукции и технологий производства.

Внутренний бенчмаркинг – проведение сравнений внутри организации или ее подразделений. При проведении внутреннего бенчмаркинга организация находит необходимые эталонные процессы в рамках своих организационных границ, например, распространяет успешный опыт одного из структурных подразделений [2, с. 59].

В настоящее время существует много различных видов бенчмаркинга, среди которых наиболее часто применяются следующие: внутренний, внешний, конкурентный и функциональный.

Таблица – Характеристика отдельных видов бенчмаркинга.

Вид бенчмаркинга	Ряд возможных партнеров	Преимущества	Недостатки
Внутренний	Отделы и филиалы, занимающиеся аналогичными видами деятельности, выпуском аналогичной продукции	Простота сбора данных. Хорошие результаты в развитых передовых компаниях. Высокая точность сравнения	Внутренняя замкнутость, ограниченный обзор, необходимость различия в рабочих программах из-за исторических факторов и опыта руководства
Внешний	Партнеры, аналогичные предприятия. обслуживающие другие рынки	Доступ к информации, аналогичность технологий, соотносимость	Небольшие различия между предприятиями, находящимися в разных регионах, недостаточно широкие возможности процесса обучения
Конкурентный	Непосредственные конкуренты, обслуживающие тот же покупательский сегмент	Приемлемость для коммерческих организаций, конкуренты – это традиционный объект внимания и сбора информации, позиционирование товаров на рынке	Возможно излишнее внимание к факторам общей конкурентоспособности вместо поиска лучших методов, контроль со стороны антимонопольных органов, недоверие и страх перед конкурентами, препятствующими сбору данных
Функциональный	Организации, имеющие наилучшие товары, услуги и процессы	Высокий потенциал обнаружения инновационных методов, стимулирующие результаты, доступ к базам данных	Трудности адаптации методов к другой внешней и внутренней среде, большие затраты времени

Источник: [2, с. 57]

Необходимо иметь в виду, что бенчмаркинг в инновационной деятельности является достаточно новым направлением, служащим для оценки альтернативных вариантов

регулирования, выработки стратегий и повышения эффективности управления на основе продвижения подходов, успешно реализованных в других отраслях, внедрения новых продуктов, разработанных с помощью новых инновационных технологий.

При проведении внешнего бенчмаркинга инновационной деятельности важной составляющей является следование этапам бенчмаркингового сравнения, а также определенностью в достоверности полученной информации.

Для оценки стратегического управления на основе бенчмаркетингового сравнения целесообразно говорить об определении его этапов. При проведении бенчмаркинга можно выделить пять этапов [1, с. 27].

1. Определение объекта бенчмаркинга:

- устанавливаются потребности предприятия в изменениях, улучшении;
- проводится оценка эффективности деятельности предприятия;
- выделяются и изучаются основные операции, влияющие на результат деятельности предприятия, а также способ количественного измерения характеристик;
- устанавливается, насколько глубоким должен быть бенчмаркинг.

2. Выбор партнера по бенчмаркингу:

- необходимо установить, каким будет бенчмаркинг, внешним или внутренним;
- проводится поиск предприятий, которые являются эталонными (в случае общего бенчмаркинга) или предприятия одной отрасли (функциональный бенчмаркинг, с целью определения лучших бизнес-процессов внутри предприятий);
- нужно установить контакты с этими предприятиями;
- сформулировать критерии, по которым будет производиться оценка и анализ.

3. Поиск информации. Необходимо собрать информацию о своем предприятии и партнерах по бенчмаркингу. Для этого используются как первичные, так и вторичные данные. Полученная информация должна быть всесторонне проверена.

4. Анализ. Полученная информация классифицируется, систематизируется, выбирается метод анализа, оценивается степень достижения цели и факторы, определяющие результат.

5. Внедрение. Следует разработать план внедрения, процедуры контроля, оценивать и проанализировать процесс внедрения. Необходимо добиться, чтобы изменяемые процессы достигли наивысшей эффективности.

При применении бенчмаркинга необходимо использовать основные показатели и критерии оценки стратегического управления.

Так, эффективная система оценки стратегии требует наличия по крайней мере четырех основных элементов:

1. Мотивация для оценки. Прежде чем оценка сможет быть произведена, у топ-менеджера должно возникнуть желание оценить показатели или стратегию, которую он хочет реализовать. Такое стремление обусловлено осознанием того, что он должен достичь соответствия между организацией и предложенной стратегией. Есть и другой потенциальный мотивирующий фактор: если топ-менеджер надеется получить вознаграждение в зависимости от соответствия показателей поставленным задачам;

2. Информация для оценки. Другим требованием эффективной оценки является информация в удобной для использования форме, чтобы оценить предложенную стратегию, а также ее последствия после реализации. Для этого требуется эффективная система управленческой информации и, кроме того, полный и достоверный доклад о возможных результатах предложенных стратегий и результатах их реализации.

Такой формой для информации может выступать проведение бенчмаркингого сравнения, а также посредством SWOT-анализа – как метода стратегического планирования на основе выявления сильных и слабых сторон, что выступает факторами внутренней среды, а также выявление возможностей и угроз организации – факторов

внешней среды. На основе их проведения будут выявлены резервы развития и возможность их реализации для данной организации.

3. Критерии оценки. Оценивать стратегию необходимо по определенным критериям, которые могут быть сгруппированы следующим образом:

• последовательность. Стратегия не должна представлять взаимно непоследовательные цели и политику;

• согласованность/пригодность. Стратегия должна соответствовать внешней обстановке и происходящим в ней критическим изменениям;

• осуществимость. Стратегия не должна ни переоценивать доступные ресурсы, ни создавать нерешаемые проблемы в будущем;

• приемлемость. Стратегия должна соответствовать ожиданиям конкретных участников организации;

• преимущество. Стратегия должна обеспечивать создание и (или) поддержание конкурентного преимущества в избранной области.

4. Решения по результатам оценки стратегии. Оценка сама по себе не является завершающим этапом. Она должна направлять решения о выборе стратегии и способствовать определению действенности стратегии. Должны существовать соответствующие системы для корректирующих действий, основанные на оценке представленной информации.

Эффективность стратегического управления зависит от следующих факторов:

- качества целеполагания, т.е. ответственности запланированных целей требованиям внешней среды, возможностям и интересам предприятия персонала;

- силы и направленности мотиваций, которые мотивируют участников организации к достижению целей;

- адекватности выбранных стратегий поставленным целям.

Итак, бенчмаркинг является новым, инновационным направлением, служащим для оценки альтернативных вариантов регулирования, выработки стратегий и повышения эффективности управления на основе продвижения подходов, успешно реализованных в других отраслях, на других предприятиях, внедрения новых продуктов, разработанных с помощью новых инновационных технологий.

Список литературы

1. Градобоев, В. В. Бенчмаркинг в современной теории стратегического планирования / В. В. Градобоев // Вестник Московского университета. Сер. 6, Экономика. – 2008/ – № 6. – С.23–27.

2. Григ, Н. Бенчмаркинг – реальный опыт / Н. Григ // Стандарты и качество. – 2005. – № 9. – С. 56–60.

The article defines the concept of benchmarking, identifies the strengths of this tool to manage the effectiveness of the organization, examines the impact of benchmarking and related monitoring on ensuring the modernization of the management system of the management object

Ключников Илья Викторович, студент 2 курса специальности «Менеджмент» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: ilya-cerber@mail.ru.

Научный руководитель – ***Рабцевич Валентина Вениаминовна,*** доктор исторических наук, профессор кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 330.1

О.В. Котова, А.Н. Гагалушко

СТРУКТУРА ОСНОВНЫХ ФОНДОВ, АНАЛИЗ И ПУТИ УЛУЧШЕНИЯ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

В статье рассматривается экономическая сущность, состав и структура основных фондов предприятия. Дается классификация основных фондов и приводятся факторы, воздействующие на структуру основных фондов. Для обобщающей характеристики эффективности использования основных производственных фондов приводится система показателей, а также предлагаются пути повышения эффективности использования основных фондов предприятия.

На современном этапе развития экономики проблема эффективности использования основных фондов является актуальной, поскольку от истинной оценки эффективности их использования зависят конечные результаты деятельности предприятия: объем производства продукции, ее себестоимость, прибыль, рентабельность, устойчивость финансового состояния. Любое предприятие, вне зависимости от его принадлежности к той или иной организационно-правовой форме, владеет основными фондами, которые характеризуют его материальную базу и определяют технический уровень производства. Процесс труда содержит в себе два основных компонента: средства производства, которые в свою очередь делятся на предметы труда, средства труда, и рабочую силу. В современной экономике средства труда принято называть основными фондами предприятия.

Основные фонды – это совокупность материально-вещественных ценностей, действующих в натуральной форме в течение длительного времени и обеспечивающих функционирование предприятия, они переносят свою стоимость на вновь созданный продукт по мере износа и в процессе функционирования не изменяют своей натурально-вещественной формы.

Главным определяющим признаком основных фондов является способ постепенного перенесения стоимости на продукт: в течение ряда производственных циклов; частями: по мере износа.

Различают физический и моральный износ основных фондов.

Физический износ – это материальное изнашивание основных фондов, постепенная потеря их первоначального качества и потребительской стоимости, физических, механических, химических свойств.

Моральный износ – это уменьшение стоимости основных фондов до окончания срока службы вследствие снижения затрат на их воспроизводство, по мере того как новые виды основных фондов начинают производиться дешевле, имеют более высокую производительность и технически более совершенны.

Износ основных фондов учитывается по установленным нормам амортизации, сумма которой включается в себестоимость продукции.

Амортизация основных фондов – это постепенное перенесение их первоначальной стоимости по мере физического и морального износа на стоимость изготовляемой продукции. Общая сумма амортизации, переносимая на производимую продукцию, определяется как разница между первоначальной и ликвидационной стоимостью основных фондов [1, с. 91].

На всех уровнях хозяйствования первостепенное значение имеет функционально-видовая группировка средств труда. Динамика видовой структуры отражает изменения в технической оснащенности производства, темпах внедрения инноваций, развитии специализации, концентрации и комбинировании. В процессе воспроизводства основные

фонды могут принимать различную форму. Классификацию основных средств можно представить следующим образом (см. таблицу).

Таблица – Классификация основных средств

Признак классификации	Классификационные группировки
Функциональное назначение	Производственные Непроизводственные
Вещественно-натуральный состав	Здания Сооружения Передаточные устройства Силовые машины и оборудование Рабочие машины и оборудование Транспортные средства Инструмент Производственный и хозяйственный инвентарь Рабочий и продуктивный скот Многолетние насаждения Внутрихозяйственные дороги Прочие основные фонды
Участие в процессе производства	Наличные: установленные неустановленные Установленные: предназначенные к работе фактически работающие резервные находящиеся в плановом простое
Принадлежность	Собственные Заемные
Возрастной состав	До 5 лет От 5 до 10 лет От 10 до 15 лет От 15 до 20 лет Свыше 20 лет
Степень воздействия на предмет труда	Активные Пассивные
Использование в производстве	Находящиеся в эксплуатации Находящиеся в запасе (консервации) Находящиеся в плановом простое (ремонте)
Отраслевой признак	Основные фонды промышленности Основные фонды строительства Основные фонды транспорта

Источник: [1, с. 82].

Основными факторами, воздействующими на структуру основных производственных фондов, являются: характер выпускаемой продукции; объем выпускаемой продукции; уровень автоматизации и механизации; уровень специализации и кооперирования; климатические и географические условия расположения предприятия.

При современном высоком техническом уровне промышленного производства величина и прогрессивность основных производственных фондов и их техническое состояние в значительной мере определяют потенциальные возможности промышленного производства, его мощность. Из этого утверждения вытекает потребность в анализе основных фондов, который традиционно включает оценку их состояния и эффективности использования.

Алгоритм анализа основных фондов включает следующие процедуры:

- Анализ наличия и структуры основных средств;
- Анализ показателей движения основных средств;
- Анализ показателей использования основных средств;
- Анализ использования производственных мощностей.

Задачами анализа основных фондов предприятия являются:

- определение обеспеченности структурных подразделений и предприятия в целом основными фондами;
- уровень использования основных фондов по обобщающим и частным показателям;
- определение причин их изменения;
- расчет влияния использования основных фондов на объем производства продукции, рентабельность и т.п.;
- определение степени использования производственных мощностей организации;
- выявление резервов для увеличения эффективности использования основных средств.

Одним из главных показателей при анализе основных фондов является показатель среднегодовой стоимости основных фондов предприятия, он рассчитывается следующим образом:

$$Фср = Фпер + \frac{Фвв \cdot Чм}{12} - Фл \cdot \frac{12 - М}{12},$$

где Фср – среднегодовая стоимость основных фондов; Фпер – первоначальная (балансовая) стоимость основных фондов; Фвв – стоимость введенных основных фондов; Чм – число месяцев функционирования введенных основных фондов; Фл – ликвидационная стоимость; М – количество месяцев функционирования выбывших основных фондов.

На следующем этапе необходимо определить движение и техническое состояние основных средств (фондов), для чего рассчитывают *показатели движения:*

1) коэффициент поступления – отношение стоимости поступивших в отчетном году основных фондов к стоимости основных фондов на конец отчетного периода;

2) коэффициент выбытия – отношение стоимости выбывших основных фондов в отчетном периоде к стоимости основных фондов на начало анализируемого периода;

3) коэффициент обновления – отношение стоимости поступивших новых основных фондов к стоимости основных фондов на конец периода;

4) коэффициент ликвидации – отношение стоимости ликвидированных в отчетном периоде основных фондов к стоимости основных фондов на начало периода;

5) коэффициент прироста – отношение прироста основных фондов к стоимости основных фондов на начало периода;

6) коэффициент замены – отношение стоимости выбывших основных фондов к стоимости поступивших основных фондов.

Рассчитывать показатели целесообразно по основным фондам, находящимся в собственности предприятия в целом, а также отдельно по их активной и пассивной частям.

Показатели использования основных средств.

Главным показателем использования основных фондов является показатель **фондоотдачи**, рассчитываемый как отношение объема производства в стоимостном выражении к стоимости основных средств в отчетном периоде.

Кроме того, рассчитывается **фондоемкость**, обратный показатель фондоотдачи.

Следующим этапом анализа является определение фондовооруженности.

Фондовооруженность – это стоимость основных средств, приходящихся на одного рабочего, показатель позволяет проанализировать обеспеченность предприятия основными фондами. Фондовооруженность определяется как отношение среднегодовой стоимости всех основных средств (Фср) к среднесписочному количеству работающих на предприятии:

$$Ф_{воор} = \frac{Фср}{Р}.$$

Далее определяется **рентабельность основных производственных фондов** (Ро):

$$Р_О = \frac{П}{С_{о.ф.}},$$

где П – прибыль от реализации продукции за период, р.; $С_{о.ф.}$ – стоимость основных фондов основного вида деятельности, р. [2, с.187].

После анализа обобщающих показателей более подробно изучается степень использования производственных мощностей предприятия.

Степень использования производственных мощностей характеризуется показателями:

1) экстенсивной загрузки: $К_{экст} = \frac{\text{Фактический фонд рабочего времени оборудования}}{\text{Плановый фонд рабочего времени оборудования}}$;

2) интенсивной загрузки: $К_{интен} = \frac{\text{фактическая среднечасовая выработка}}{\text{плановая среднечасовая выработка}}$;

3) коэффициент интегральной загрузки, обобщающий показатель, комплексно характеризующий использование оборудования: $К_{интег} = К_{экст} \cdot К_{интен}$

Результаты анализа основных фондов можно дополнить расчетом частных показателей, характеризующих использование отдельных видов машин и оборудования. К примеру, анализируется **степень использования площадей предприятия.** Рассчитывается показатель, показывающий, сколько продукции, произведенной предприятием, приходится на 1 кв. метр общей площади предприятия:

$$Фпл = \frac{ВП}{\boldsymbol{S}},$$

где ВП – валовая продукция; S – общая площадь.

В процессе анализа основных средств выявляются и изучаются факторы, которые определенным образом влияют на результаты деятельности предприятия и, в частности, на эффективность использования основных фондов. Тем самым выявляются **пути и резервы увеличения эффективности использования основных средств**. Ими могут быть ввод в действие неустановленного оборудования, его замена и модернизация, сокращение целодневных и внутрисменных простоев, повышение коэффициента сменности, более интенсивное его использование, внедрение мероприятий по модернизации и техническому перевооружению.

Одной из важнейших задач повышения эффективности использования основных фондов является своевременный ввод в эксплуатацию новых основных фондов и производственных мощностей, быстрое их освоение.

Улучшение использования действующих основных фондов может быть достигнуто благодаря повышению интенсивности использования производственных мощностей и основных фондов, а также повышению экстенсивности их нагрузки.

Успешное функционирование основных фондов зависит от того, насколько полно реализуются экстенсивные и интенсивные факторы улучшения их использования.

Улучшение экстенсивного использования основных фондов предполагает увеличение времени работы действующего оборудования в календарный период и увеличение количества и удельного веса действующего оборудования в составе всего оборудования, имеющегося на предприятии и в его производственном звене.

Интенсивный путь использования основных фондов включает техническое их перевооружение, повышение темпов обновления основных фондов, совершенствование структуры основных фондов.

Интенсивное использование основных фондов в сочетании с мерами по совершенствованию организации производства, труда и управления является важным направлением повышения эффективности деятельности предприятий.

Таким образом, хозяйствующие субъекты должны постоянно анализировать наличие, движение, техническое состояние и эффективность использования основных фондов с целью определения влияния факторов на уровень фондоотдачи,

фондорентабельности и выпуск продукции, а кроме того, анализ позволяет вовремя обнаружить и скорректировать негативные отклонения, которые в дальнейшем могут повлечь серьезные последствия для предприятия.

Список литературы

1. Волков, В. П.Экономика предприятия: учеб. пособие / В. П. Волков, А. И. Ильин, В. И. Станкевич; под общ. ред. А. И. Ильина, В. П. Волкова. – М. : Новое знание, 2003. – 677 с.

2. Экономика предприятия: учеб. пособие с грифом Министерства образования Республики Беларусь / Л. Н. Нехорошева [и др.]; под ред. Л. Н. Нехорошевой. – Минск : БГЭУ. – 2008. – 831с.

The article considers the economic essence, composition and structure of the fixed assets of the enterprise. The classification of fixed assets is given and factors affecting the fixed assets are given. For general indicators of the effectiveness of the use of key indicators of the system of indicators, as well as to improve the efficiency of the use of fixed assets of enterprises.

Котова Ольга Витальевна, студентка 3 курса специальности «Экономика и управления и предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: O-l-chik93@mail.ru

Гагалушко Анастасия Николаевна, студентка 3 курса специальности «Экономика и управления и предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: Gagalushkoanastasiya@gmail.com

Научный руководитель – ***Протасеня Светлана Ивановна,*** старший преподаватель кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 005.5

О.В. Котова, А.Н. Гагалушко

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ПРИНЯТИЯ И ПОДДЕРЖКИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Рассмотрены вопросы, связанные с процессом принятия управленческого решения на предприятии. Представлено понятие термина «управленческое решение». Приведены различные методы, используемые в процессе принятия управленческого решения. Рассмотрены современные средства решения организационно-управленческих задач. Определена сущность управленческого решения, а также рассмотрена классификация систем поддержки принятия решений и определена их роль.

В процессе деятельности предприятий очень часто возникают такие ситуации, когда необходимо принятие решения, выбор из нескольких альтернативных вариантов развития событий. В условиях высокой степени неопределенности обеспечение и сохранение конкурентоспособности является основополагающей задачей управления. Именно поэтому принятие верного решения настолько важно и актуально. Успешность и результативность предпринимательской деятельности во многом определяется качеством стратегического и оперативного планирования, тесно связанным с оперативно-управленческими решениями. Как правило, любое управленческое решение направлено на рациональное распределение и использование различных видов производственных ресурсов. Именно поэтому разработка управленческих решений является весьма актуальной темой исследования, поскольку при планировании производственной деятельности возникает потребность нахождения и принятия управленческих решений для реализации поставленных целей и задач с минимальными издержками и потерями и максимальным экономическим эффектом.

Управленческое решение – это выбор альтернативы, осуществленный руководителем в рамках его должностных полномочий и компетенции и направленный на достижение целей организации [1, с. 45].

Термин «управленческое решение» имеет многоаспектный характер, поскольку принятие управленческого решения на предприятии можно охарактеризовать как:

- ✓ сознательную и целенаправленную деятельность, осуществляемую человеком;
- ✓ поведение, основанное на ценностных ориентациях, мировоззрении;
- ✓ процесс взаимодействия работников предприятия;
- ✓ выбор альтернатив в рамках социального, экономического, политического состояния внешней среды предприятия;
- ✓ часть общего процесса управления предприятием;
- ✓ неизбежную часть ежедневной работы менеджера;
- ✓ основу для осуществления других функций управления.

Все ситуации принятия управленческих решений можно разделить на две группы: традиционные (которые наиболее часто используются в практике управления) и нетрадиционные (требующие поиска решения).

Классификация методов принятия управленческих решений представлена на рисунке:

Рисунок – Классификация методов принятия управленческих решений

Источник: [2, с. 27]

Методов принятия управленческих решений довольно много. Более подробно рассмотрим основные современные методы принятия управленческих решений, предполагающих различные подходы к анализу решений и выбору из имеющихся альтернатив: метод сопоставления затрат и выгод, метод сопоставления преимуществ и недостатков, коэффициентный метод и вероятностный метод [3, с. 46].

Метод сопоставления затрат и выгод представляет собой количественную (денежную) оценку затрат и выгод от различных альтернатив и определение альтернативы, предполагающей максимальную выгоду при минимальных затратах. Важнейшим преимуществом данного метода является оценка эффективности каждого решения.

Метод сопоставления преимуществ и недостатков достаточно прост в применении и не требует вычислительной поддержки принятий решений. Он лучше всего подходит для задач с одним менеджером, принимающим решения, и несколькими альтернативами и критериями. Преимуществом этого метода является учет не только положительных, но и отрицательных последствий решений. С помощью данного метода могут сопоставляться плюсы и минусы имеющихся альтернатив посредством их

качественного сравнения. Так, альтернатива с самыми сильными плюсами и самыми слабыми минусами является предпочтительной. В рамках данного метода также может производиться анализ maximin и maximax, позволяющий избежать худшего из возможных результатов.

Коэффициентный метод основан на многофакторной теории полезности и предполагает присвоение каждому критерию весовых коэффициентов, отражающих его относительную важность. Так, может составляться рейтинг критериев или им могут присваиваться баллы на основе результатов экспертных оценок. Данный метод обладает таким преимуществом, как возможность ранжирования критериев.

Вероятностный метод предполагает не только определение возможных результатов реализации каждого из альтернативных решений, но и вероятности наступления данных результатов. В рамках данного метода оптимальным является решение, предполагающее получение наилучшего результата при наибольшей вероятности. Преимущество этого метода заключается в возможности принятия решений в условиях неопределенности и риска.

В качестве важнейшего недостатка метода сопоставления затрат и выгод и метода сопоставления преимуществ и недостатков отмечена невозможность выбора из альтернатив с одинаковым соотношением затрат и выгод или преимуществ и недостатков. Основным недостатком коэффициентного и вероятностного метода является наличие субъективного фактора при присвоении коэффициентов и оценке вероятности.

На основе описанных выше методов в настоящее время разработано множество комбинированных методов, сочетающих в себе элементы нескольких или всех из них.

Обработка многочисленных и противоречивых альтернатив и выбор лучшей является сложным и ответственным процессом. Именно поэтому появляются новые, современные средства решения организационно-управленческих задач – системы поддержки принятия управленческих решений.

Система поддержки принятия решений (англ. Decision Support System, DSS) – компьютерная автоматизированная система, целью которой является помощь людям, принимающим решение в сложных условиях, для полного и объективного анализа предметной деятельности. Система поддержки принятия решений возникла в результате слияния управленческих информационных систем и систем управления базами данных [4, с. 24].

Система поддержки принятия решений позволяет руководителям использовать свои знания, опыт и интересы, объективные и субъективные модели, оценки и данные для реализации компьютерных методов выработки решений и выполняет следующие *функции*:

1) анализ обстановки (ситуации);
2) генерация возможных управленческих решений (сценариев действий);
3) оценка сгенерированных сценариев (действий, решений) и выбор лучшего;
4) обеспечение постоянного обмена информацией об обстановке принимаемых решений и согласование групповых решений;
5) моделирование принимаемых решений (когда это возможно);
6) компьютерный анализ возможных последствий принимаемых решений;
7) сбор данных о результатах реализации принятых решений и оценка результатов.

Одной из важнейших особенностей информационных технологий поддержки принятия управленческих решений является качественно новый подход к взаимодействию компьютера и человека.

Принятие решения является итерационным процессом, в котором принимают участие:

- ✓ сама система поддержки принятия управленческих решений как вычислительное звено и объект управления;

✓ лицо, оценивающее полученный результат и на его основании принимающее решение.

Информация для базы данных может поступать от различных источников:

- данные от информационной системы операционного уровня для эффективного использования должны быть предварительно обработаны;
- для принятия управленческих решений необходимы данные о внутреннем состоянии системы, например, движение персонала, работа различных отделов и т.п., которые также необходимо обрабатывать и вводить в систему;
- данные от внешних источников имеют большое значение при принятии решений на управленческих уровнях. Обычно данные такого рода приобретаются у организаций, специализирующихся на их сборе;
- к прочим внутренним источникам данных относят документы – приказы, записи, выписки и т.п. Если такие данные записать в систему и привязать к таким важным элементам, как поставщики, потребители, виды услуг, то система получит мощный источник информации.

По взаимодействию с пользователем выделяют три вида систем поддержки принятия управленческих решений:

- пассивные (помогают в процессе принятия решений, но не могут выдвинуть конкретного предложения);
- активные (непосредственно участвуют в разработке правильного решения);
- кооперативные (предполагают взаимодействие системы поддержки принятия управленческих решений с пользователем. Выдвинутое системой предложение пользователь может доработать, усовершенствовать, а затем отправить обратно в систему для проверки. После этого предложение вновь представляется пользователю, и так до тех пор, пока он не одобрит решение).

По способу поддержки различают следующие виды принятия управленческих решений :

- модельно-ориентированные системы, используют в работе доступ к статистическим, финансовым или иным моделям;
- системы, основанные на коммуникациях, поддерживают работу двух и более пользователей, занимающихся общей задачей;
- системы, ориентированные на данные, имеют доступ к временным рядам организации. Они используют в работе не только внутренние, но и внешние данные;
- системы, ориентированные на документы, манипулируют неструктурированной информацией, заключенной в различных электронных форматах;
- системы, ориентированные на знания, предоставляют специализированные решения проблем, основанные на фактах.

Система поддержки принятия управленческих решений позволяет облегчить работу руководителям предприятий и повысить ее эффективность. Подобные системы значительно ускоряют решение проблем в бизнесе. Системы поддержки принятия управленческих решений способствуют налаживанию межличностного контакта. На их основе можно проводить обучение и подготовку кадров. Данные информационные системы позволяют повысить контроль над деятельностью организации. Наличие четко функционирующей системы поддержки принятия управленческих решений дает большие преимущества по сравнению с конкурирующими структурами. Благодаря предложениям, выдвигаемым системой поддержки принятия управленческих решений, открываются новые подходы к решению повседневных и нестандартных задач.

С помощью системы поддержки принятия управленческих решений можно проследить за всеми доступными информационными активами, получить сравнительные значения объемов продаж, спрогнозировать доход организации при гипотетическом

внедрении новой технологии, а также рассмотреть все возможные альтернативные решения.

Список литературы

1. Новиков, Ф. А. Учебно-методическое пособие по дисциплине «Управление проектами и разработкой программного ПО» / Ф. А. Новиков, Э. А. Опалева, Е. О.Степанов. – СПб. : СПбГУИТМО, 2008. – 256 с.

2. Трофимова, Л. А. Методы принятия управленческих решений: учеб. пособие / Л. А. Трофимова, В .В. Трофимов. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2012. – 101 с.

3. Глазова, М. В. Современные методы принятия управленческих решений в предпринимательских структурах, ориентированных на устойчивое развитие в условиях кризиса / М. В. Глазова // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 3, Экономика. Экология. – 2016. – № 2 (35). – С. 43–51

4. Попов, А. Л. Системы поддержки принятия решений: учебно-методическое пособие / А. Л. Попов. – Екатеринбург: Урал. гос. ун-т, 2008. – 80 с.

The issues related to the process of making managerial decisions at the enterprise are considered. The concept of the term «management decision» is presented. Various methods are presented that can be used in the process of making managerial decisions. Modern means of solving organizational and management problems are considered. The essence is defined, as well as a classification of decision support systems and their role in modern conditions.

Котова Ольга Витальевна, студентка 3 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: O-l-chik93@mail.ru.

Гагалушко Анастасия Николаевна, студентка 3 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: Gagalushkoanastasiya@gmail.com.

Научный руководитель – ***Шамов Олег Владимирович,*** кандидат технических наук, доцент кафедры экономика и управление на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 338.3

А.А. Кохановская

СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ЛИДСКОГО ФИЛИАЛА ГРОДНЕНСКОГО ОБЛПОТРЕБОБЩЕСТВА

В статье раскрыта система ключевых показателей эффективности деятельности предприятия. Анализ эффективности деятельности предприятий независимо от субъекта оценки осуществляется с помощью финансовых показателей. Проанализированы методики оценки финансового положения организации различными авторами, и предложена наиболее оптимальная система показателей эффективности деятельности организации.

Ликвидность рассматривается как общий коэффициент покрытия – показывает достаточность оборотных средств у предприятия, которые могут быть использованы им для погашения своих краткосрочных обязательств. Рассчитывается как отношение текущих активов (оборотных средств) к текущим пассивам (краткосрочным обязательствам).

Коэффициент текущей ликвидности. Этот показатель отражает оборотные активы (активы, которые, как ожидается, будут потребляться или конвертироваться в денежные средства в течение одного года), которые приходятся на рубль текущих обязательств.

Величина данного показателя:

- на 1 января 2016 г.: $К_1$=стр.290/стр.690=39675/66054=0,601
- на 31 декабря 2014 г.: $К_1$=стр.290/стр.690=44187/65419=0,675
-

Коэффициент абсолютной ликвидности. Соотношение денежных средств к сумме текущих обязательств обычно представляет собой надежную меру ликвидности отдельного предприятия в кризисной ситуации. Коэффициент абсолютной ликвидности, в свою очередь, отражает то, какие есть у предприятия ресурсы исключительно денежного характера, или же те, что близки к ним по скорости оборачиваемости [1, с. 66].

Величина данного показателя:

- на 1 января 2016 г.: $К_{абс}$=(стр.260+стр.270) /стр.690=1592/66054=0,024
- на 31 декабря 2014 г.: $К_{абс}$=(стр.260+стр.270) /стр.690=2940/65419=0,045
-

Анализ коэффициентов ликвидности представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Анализ коэффициентов ликвидности

Показатели ликвидности	Значение показателя		Изменение показателя	Расчет, рекомендуемое значение
	31.12.2014	01.01.2016		
Коэффициент текущей ликвидности	0,675	0,601	-0,074	Отношение текущих активов к краткосрочным обязательствам. Нормальное значение: 1,5 и более.
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,045	0,024	-0,021	Отношение высоколиквидных активов к краткосрочным обязательствам. Нормальное значение: 0,2 и более.

Источник: собственная разработка на основании данных, взятых из документации организации

На 1 января 2016 г. значение коэффициента текущей ликвидности (0,601) не соответствует норме. При этом нужно обратить внимание на имевшее место за весь анализируемый период негативное изменение – коэффициент снизился на -0,074.

Коэффициент абсолютной ликвидности является наиболее жестким критерием ликвидности, показывая, какая часть краткосрочных заемных обязательств может быть при необходимости погашена немедленно (норматив 0,2–0,25). В 2016 году коэффициент текущей абсолютной ликвидности по Лидскому филиалу Гродненского облпотребобщества составил 0,024 (при нормативе не менее 0,2–0,25), что показывает очень слабую способность немедленного погашения обязательств. Практически такая же ситуация складывалась и в 2015 году – показатель абсолютной ликвидности был равен 0,045, соответственно, что намного менее норматива. При этом за весь анализируемый период коэффициент снизился на -0,021.

Причинами малой ликвидности могут быть: невыполнение плана по товарообороту; повышение затрат на реализацию; невыполнение плана прибыли – недостаток собственных источников самофинансирования; высокий процент налогообложения. Одной из причин ухудшения ликвидности может быть неправильное использование оборотного капитала: отвлечение средств в дебиторскую задолженность, вложение в сверхплановые запасы и на прочие цели, которые временно не имеют источников финансирования.

Анализ рентабельности

Рентабельность комплексно отражает степень эффективности использования материальных, трудовых и денежных ресурсов, а также природных богатств.

Рассчитывается как отношение прибыли к активам, ресурсам или потокам, ее формирующим [2, с. 188].

Рентабельность продаж – важный показатель, отражающий долю прибыли в общей сумме выручки (оборота). Чаще в расчете используется прибыль до уплаты налогов – операционная прибыль. Это представляется обоснованным, так как величина налогов не находится в прямой связи с эффективностью деятельности, а рентабельность, в первую очередь, показатель экономического эффекта.

Величина данного показателя:

- за январь – декабрь 2014 г.:

$Р_{пр}$=(стр.060/стр.010)*100%=(7144/215241)*100%=3,319%

- за январь – декабрь 2015 г.:

$Р_{пр}$=(стр.060/стр.010)*100%=(10624/230661)*100%=4,606%

Рентабельность затрат – показывает сколько предприятие (организация) имеет прибыли с каждого рубля, затраченного на производство и реализацию продукции.

Величина данного показателя:

- за январь – декабрь 2014 г.:

$Р_{з}$=(стр.060/стр.020+стр.040+стр.050)*100%=(7144/(166922+3402++37773))*100%=3,247%

- за январь – декабрь 2015 г.:

$Р_{з}$=(стр.060/(стр.020+стр.040+стр.050))*100%=(10624/(178382+2749+38906))*100%= 4,828%

Рентабельность операционной деятельности (окупаемость издержек) – предприятие имеет с каждого рубля, затраченного на производство и реализацию продукции. Рассчитывается в целом по предприятию как отношение прибыли от операционной деятельности до выплаты процентов и налогов к общей сумме затрат по операционной деятельности. показывает, сколько прибыли.

Величина данного показателя:

- за январь – декабрь 2014 г.:

$Р_{од}$=(стр.090/(стр.020+стр.040+стр.050+стр.080))*100%=3,549%

- за январь – декабрь 2015 г.:

$Р_{од}$=(стр.090/(стр.020+стр.040+стр.050+стр.080))*100%=5,098%

Анализ показателей рентабельности представлен в таблице 2.

Таблица 2 – Анализ рентабельности

Показатели рентабельности	Значение показателя		Изменение показателя
	2014	2015	
Рентабельность продаж	3,319%	4,606%	+1,287%
Рентабельность затрат	3,247%	4,828%	+1,581%
Рентабельность операционной деятельности	3,549%	5,098%	+1,549%

Источник: собственная разработка на основании данных, взятых из документации организации

Как видно из таблицы, рентабельность каждого показателя за 2015 г. выросла, как следствие прибыльности Лидского филиала Гродненского облпотребобщества».

Анализ коэффициентов оборачиваемости

Деловая активность (оборачиваемость) рассматривается как скорость оборота материальных и денежных ресурсов предприятия за анализируемый период или сколько рублей оборота (выручки) снимает с каждого рубля данного вида активов [3, с. 40].

Коэффициент оборачиваемости капитала. Характеризует эффективность использования предприятием всех имеющихся ресурсов независимо от источников их

привлечения. Этот коэффициент показывает, сколько раз за отчетный период совершается полный цикл производства и обращения или сколько денежных единиц от реализации продукции принесла каждая единица активов.

Величина данного показателя:

- на 1 января 2016 г.:

$К_{ок}$=стр.010 /((стр.300 гр.3+стр.300 гр.4)/2) = 1,601

- на 31 декабря 2014 г.:

$К_{ок}$=стр.010 /((стр.300 гр.3+стр.300 гр.4)/2)=1,494

Коэффициент оборачиваемости оборотных средств. Характеризует рациональность и интенсивность использования этих ресурсов в организации. Он демонстрирует, какой объем выручки от реализации продукции приходится на 1 руб. оборотных фондов, т.е. именно этот показатель нагляднее всего отражает отдачу, получаемую от оборотных средств.

Величина данного показателя:

- на 1 января 2016 г.: $К_{ооо}$=стр.010 /((стр.290 гр.3+стр.290 гр.4)/2) = 5,501
- на 31 декабря 2014 г.: $К_{ооо}$=стр.010 /((стр.290 гр.3+стр.290 гр.4)/2)=5,133

Анализ коэффициентов оборачиваемости представлен в таблице 3.

Таблица 3 – Анализ коэффициентов оборачиваемости

Показатели оборачиваемости	Значение показателя		Изменение показателя	Расчет, рекомендуемое значение
	31.12.2014	01.01.2016		
Коэффициент оборачиваемости капитала	1,494 (244 дн.)	1,601 (228 дн.)	+0,107	Отношение средней величины собственного капитала к среднедневной выручке.
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	5,133 (71 дн.)	5,501 (66 дн.)	+0,368	Отношение средней величины оборотных активов к среднедневной выручке. Нормальное значение: 146 и менее

Источник: собственная разработка на основании данных, взятых из документации организации

Как видно из таблицы, коэффициент оборачиваемости каждого показателя за 2015 вырос и имеет нормальное значение.

Анализ коэффициентов финансовой устойчивости

Коэффициент финансовой независимости. Показывает долю активов организации, которые покрываются за счет собственного капитала (обеспечиваются собственными источниками формирования). Оставшаяся доля активов покрывается за счет заемных средств [2, с. 123].

Величина данного показателя:

- на 1 января 2016 г.: $К_{фн}$=стр.490/стр.700=0,477
- на 31 декабря 2014 г.: $К_{фн}$= стр.490/стр.700=0,466

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами. Представляет собой долю собственных оборотных средств компании в ее оборотных активах. Рассматриваемый коэффициент показывает, достаточно ли у компании собственных средств, требуемых для обеспечения финансирования деятельности организации в текущем периоде.

Величина данного показателя:

- на 1 января 2016 г.:

$К_2$=(стр.490+стр.590-стр.190) /стр.290=(69256+9992-105627)/39675 = -0,665

- на 31 декабря 2014 г.:

$К_2$=(стр.490+стр.590-стр.190) /стр.290=(66418+11093-98743)/44187 = -0,481

Отрицательное значение этого показателя показывает отсутствие у фирмы собственного оборотного капитала, что означает формирование всей суммы оборотных средств, а в некоторых случаях даже части внеоборотных активов за счет заемных источников.

Для стабилизации и улучшения финансового положения организации необходимо грамотное управление оборотными активами фирмы.

Следует выявить существенные факторы и повысить обеспеченность компании собственными оборотными активами [3, с. 24].

Коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами. Показывает: способна ли организация погасить свои долги после продажи имеющихся активов и насколько фирма является независимой от кредиторов. Высчитывается как отношение суммы обязательств предприятия (долгосрочных и краткосрочных) и стоимости его активов по балансу. Таким образом, с помощью этого показателя структуры капитала определяется текущая финансовая устойчивость предприятия.

Величина данного показателя:

- на 1 января 2016 г.: $К_3$=(стр.690+стр.590) /стр.300=(66054+9992)/145302=0,523
- на 31 декабря 2014 г.: $К_3$=(стр.690+стр.590) /стр.300=(65419+11093)/142930=0,535

Рекомендуемое значение – 0,2-0,85. Коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами компании на начало периода составляет 0,535 – это значит, что предприятие сможет рассчитаться по всем своим долгам, продав 53,5 % своих активов, т.е. располагаемых активов у фирмы достаточно, чтобы покрыть свои обязательства. Однако на конец периода уменьшился данный коэффициент, что позволяет компании рассчитаться по всем своим долгам, продав на 1,2 % меньше своих активов.

Таким образом, было выявлено, что наиболее оптимальными показателями эффективности деятельности организации являются показатели ликвидности, рентабельности, финансовой устойчивости и деловой активности. В ходе исследования были проанализированы основные показатели социально-экономического развития Лидского филиала Гродненского облпотребобщества и выявлено, что у организации отсутствует собственный оборотный капитал. В целом деятельность организации протекает достаточно успешно, о чем свидетельствуют положительные показатели производственно-хозяйственной деятельности, а именно показатели рентабельности и коэффициенты оборачиваемости.

Список литературы

1. Мороз, А. И. Оценка эффективности управления в современных условиях развития экономики / А. И. Мороз // Экономика и управление. – 2010. – №1. – С. 65–70.
2. Головачев, А. С. Экономика организации (предприятия): учеб. пособие / А. С. Головачев. – Минск : Выш. школа, 2011. – 463 с.
3. Крейнина М. Н. Современные подходы к оценке эффективности деятельности организации / М. Н. Крейнина // Планово-экономический отдел. – 2008. – №11. – С. 35–45.

The article discloses a system of key performance indicators of the enterprise. Analysis of the effectiveness of enterprises regardless of the subject of evaluation is carried out using financial indicators. The methods for evaluating the financial situation of the organization by various authors have been analyzed and the most optimal system of performance indicators of the organization's activities has been proposed.

Кохановская Анна Александровна – студентка 3 курса специальности «Менеджмент» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail anna_kohanovskaya96@mail.ru.

Научный руководитель – ***Рабцевич Валентина Вениаминовна***, доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры экономика и управление на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 330.1

Л.А. Кравченко

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ ФОНДОВ

В статье выявлены основные проблемы и предложены пути повышения эффективности использования основных фондов предприятий Республики Беларусь.

В современных экономических условиях эффективное функционирование предприятия любой организационно-правовой формы вне зависимости от видов деятельности является обязательным условием его существования. Деятельность любого предприятия должна быть рентабельна, и целью любого производства является получение прибыли. Достижение этой цели зависит от большого числа факторов и связано с общей организацией производства, применением инновационных технологий, финансовыми возможностями, а также с технической оснащенностью предприятия. Основной признак предприятия – наличие в его хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленного имущества, при этом наибольший удельный вес в общей сумме основного капитала занимают, как правило, основные фонды.

Основные фонды предприятия, задействованные в производственном процессе, оказывают непосредственное воздействие на эффективность производства, качество работы и результаты всей финансово-хозяйственной деятельности хозяйствующих субъектов. Проблема повышения эффективности использования основных фондов и производственных мощностей предприятия занимает центральное место в рыночных условиях хозяйствования. От решения этой проблемы зависит место предприятия в промышленном производстве, его финансовое состояние и конкурентоспособность на рынке. Имея четкое представление о роли каждого элемента основных фондов в производственном процессе, физическом и моральном их износе, факторах, влияющих на использование основных фондов, можно выявить резервы и направления повышения эффективности использования основных фондов и производственных мощностей предприятия, снизить издержки производства, повысить производительность труда, увеличить объем выпуска продукции, что в конечном итоге приведет к увеличению доходов, а следовательно, и к повышению уровня рентабельности. Поэтому проблема повышения эффективности использования основных фондов должна стать одной из ключевых для любого предприятия [1, с. 61].

Основой для поиска резервов повышения эффективности использования основных фондов должны стать изучение конкретных недостатков в области их использования, проведение финансовыми службами предприятий глубокого факторного анализа, разработка и реализация целевых программ по интенсификации и развитию производства, поскольку имеющаяся на большинстве производственных предприятий техника, оборудование и другие фонды физически и морально изношены. Важным условием повышения экономической эффективности использования основных фондов является также совершенствование их структуры. Структура основных фондов производственных предприятий определяется экономическими и природными условиями, специализацией, а также общим уровнем развития материально-технической базы. Соблюдение

определенных пропорций между элементами основных фондов, обусловленных их ролью в производстве, – одно из основных условий эффективного функционирования предприятия [1, с. 101].

Структура основных фондов неодинакова для предприятий различных отраслей промышленности, что объясняется спецификой самих отраслей, технической оснащенностью предприятия, уровнем специализации, характером выпускаемой продукции и прочими особенностями и зависит от следующих факторов: сложности, габаритов, многодетальности и технологических особенностей выпускаемой продукции; типа производства; технического уровня применяемого оборудования; климатических условий и сезонности работы; периода освоения новых видов продукции; длительности финансового благополучия предприятия. Прогрессивной и оптимальной считается такая структура основных фондов, которая обеспечивает высокое качество выпускаемой продукции и максимальный уровень использования активной части при отсутствии простоев оборудования. Именно поэтому состояние и использование основных фондов – один из важнейших аспектов аналитической работы, так как именно они являются материальным воплощением научно-технического прогресса – главного фактора повышения эффективности любого производства.

Более полное и рациональное использование основных фондов и производственных мощностей предприятия способствует улучшению всех его технико-экономических показателей: росту производительности труда, повышению фондоотдачи, увеличению выпуска продукции, снижению ее себестоимости, экономии капитальных вложений. Таким образом, анализ использования основных фондов позволяет дать оценку, насколько эффективно предприятие использует свои производственные мощности, и выявить возможные резервы повышения этой эффективности.

Основные производственные фонды предприятий совершают хозяйственный кругооборот, который состоит из следующих стадий: износ основных фондов, амортизация, накопление средств для полного восстановления основных фондов, их замена путем осуществления капитальных вложений [2, с. 18].

По роли в производственном процессе основные фонды делятся на активную и пассивную части. Такое деление основных средств в значительной степени условно, но оно важно для того, чтобы не допускать излишнего роста пассивной части по сравнению с ее оптимально необходимой величиной. Активная часть основных производственных средств определяет производственную возможность предприятия по выпуску продукции, степень технической оснащенности технологических процессов, техническую вооруженность труда, качество выпускаемой продукции, уровень цен на нее, производительность и безопасность труда. К пассивной части основных производственных фондов относят те, которые создают условия для нормальной работы активной части – здания, сооружения, транспортные средства и т.д. Раньше считалось, что, чем выше активная часть в структуре основных производственных фондов, тем она лучше. Но техническая отсталость транспортных средств, передаточных устройств, неразвитость инфраструктуры (отсутствие рационально размещенных складских помещений, автомобильных дорог, водостоков, инвентаря) может не позволить использовать технические возможности активной группы. Поэтому прогрессивной и оптимальной считается такая структура основных производственных фондов, при которой обеспечивается высокое качество выпускаемой продукции, максимальный уровень использования активной части при отсутствии простоев оборудования из-за несвоевременной подачи воды, газа, эмульсии, воздуха, электроэнергии, транспорта.

Любой комплекс мероприятий по улучшению использования производственных мощностей и основных фондов, разрабатываемый во всех звеньях управления промышленностью, должен предусматривать обеспечение роста объемов производства продукции, прежде всего за счет более полного и эффективного использования

внутрихозяйственных резервов и путем более полного использования машин и оборудования, повышения коэффициента сменности, ликвидации простоев, сокращения сроков освоения вновь вводимых в действие мощностей, дальнейшей интенсификации производственных процессов.

Для повышения эффективности использования основных фондов и уменьшения степени их износа предприятия могут использовать такие пути, как:

- увеличение сменности работы оборудования;
- увеличение степени использования мощности оборудования;
- сокращение внутрисменных простоев;
- повышение квалификации пользователей;
- повышение уровня организации ухода за фондами;
- своевременное проведение капитального ремонта, а также планово-предупредительных мероприятий;
- повышение качества трудовой дисциплины;
- оптимальный состав станочного парка;
- обеспечение производства необходимым числом рабочих;
- обеспеченность материалами и инвентарем и т.д.

Важно отметить, что основу производственного потенциала Республики Беларусь составляет промышленность. На ее долю приходится 39,6 % основных производственных фондов. Ведущее место принадлежит машиностроению и металлообработке, химической и нефтехимической промышленности, легкой промышленности, на долю которых приходится 25,7 %, 13,9 % и 6,8 %, общего объема продукции промышленности и, соответственно, 29,2 %, 20,7 % и 5,4 % общей стоимости основных промышленно-производственных фондов. Однако техническая база промышленности устарела. На большинстве предприятий она представляет преимущественно традиционный IV технологический уклад, тогда как экономически развитые страны перешли на V–VI уклады. Износ активной части основных промышленно-производственных фондов по промышленности в целом достиг 80,2 %, т.е.намного превысил критически допустимый уровень. Большинство промышленных предприятий используют производственные мощности не в полном объеме. Дозагрузка их по большинству номенклатурных позиций является проблематичной, что обусловлено в первую очередь высоким моральным и физическим износом активной части основных фондов. Наращивание производственного потенциала предусматривается осуществлять за счет ускоренного обновления основных фондов, достижения на этой основе роста конкурентоспособности продукции и увеличения ее сбыта на внутреннем и внешних рынках. Для этого, прежде всего, необходимо направить значительную часть собственных средств предприятий для модернизации и технического перевооружения производства. На эти цели ориентированы меры по снижению издержек и налоговой нагрузки, применению новой амортизационной политики, увеличению рентабельности, внедрению энерго- и ресурсосберегающих технологий. Высокий износ активной части основных фондов обусловливает необходимость использовать для обновления не только собственные средства, но и внешние инвестиции. Привлечению иностранного капитала будут способствовать разработанные и принятые к исполнению инвестиционные программы и проекты. Позитивное влияние на процессы технологического перевооружения ожидается от развития лизинга. Для активизации процессов модернизации, учитывая недостаточный объем капиталовложений, осуществляемый в последние годы, необходимо обеспечить среднегодовой прирост инвестиций в основной капитал на уровне 8–10 %. Это позволит обновить изношенные производственные фонды современным технологическим оборудованием на 10–15 % ежегодно [1, с. 14].

В целях обновления производственного потенциала, прежде всего, на основе отечественных машин, оборудования и технологий продолжится работа по

стимулированию их разработок и внедрению на предприятиях, наполнению внутреннего рынка конкурентоспособными отечественными товарами взамен импортируемых из-за рубежа. Этому будет способствовать проводимая правительством Республики Беларусь защита отечественных производителей путем регулирования цен на импортные аналоги уровнем таможенных пошлин; ограничения импорта, если аналогичные товары производятся в Беларуси [1, с. 187].

Таким образом, важнейшими задачами по повышению эффективного использования производственного потенциала должны стать:

- ускорение процесса обновления основных промышленно-производственных фондов на базе внедрения прогрессивного оборудования, машин и механизмов, в том числе отечественного производства;
- разработка и внедрение эффективных механизмов привлечения инвестиций в промышленность в целях увеличения собственных средств предприятий, банковских кредитов, иностранных инвестиций;
- концентрация ресурсов на приоритетных направлениях, прежде всего, развития экспортоориентированных и импортозамещающих производств;
- разработка и реализация инвестиционных проектов, ориентированных на создание и выпуск конкурентоспособной на мировом рынке продукции;
- проведение сертификации продукции и производства;
- снижение налоговой нагрузки предприятий и принятие других мер государственного регулирования по активизации процесса инвестирования основного капитала промышленности.

Реализация намеченных задач позволит нарастить и модернизировать промышленный потенциал Республики Беларусь. Согласно проработкам министерств и концернов, износ активной части основных средств в машиностроении и металлообработке к 2020 г. снизится до 52%, в легкой промышленности – до 38 %.

Список литературы

1. Греховодова, М. Н. Экономика торгового предприятия: учеб. пособие / М. Н. Греховодова. – Ростов н/Д. : Феникс, 2004. – 192 с.

2. Хохлов, В. В. Оценка эффективности использования финансов предприятий в условиях рыночной экономики / В. В. Хохлов, П. А. Фомин. – М. : Высшая школа, 2005. – 268 с.

Article is devoted to identification of the main problems and the offer of ways of increase in efficiency of use of fixed assets of the entities of Republic of Belarus.

Кравченко Любовь Анатольевна, студентка 3 курса специальности «Экономика и управления и предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: lubasha23.96@mail.ru .

Научный руководитель – ***Протасеня Светлана Ивановна,*** старший преподаватель кафедры экономика и управление на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 005.5

Л.А. Кравченко, А.Л. Олефиренко

ЦЕЛЕВОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Рассмотрены вопросы, связанные с целевым управлением в организации. Представлены понятия «управление по целям», «система ключевых показателей», требования к ним, элементы целевого управления, причины изменения целей, их функции, задачи и классификация.

Управление по целям (management by objectives, или «MBO») исходит из идеи выделения самых главных, приоритетных целей фирмы, а также целей более низкого уровня, работающих на главные цели. При этом устанавливается персональная ответственность за осуществление к сроку всех необходимых шагов и за достижение целей. Выделяют следующие элементы целевого управления:

• определение целевого назначения организации;

• формирование целей организации;

• использование целей организации в качестве ориентиров для работников аппарата управления;

• участие исполнителей в формировании целей своего труда;

• согласование целей и мотивов трудового поведения работников организации;

• согласование систем стимулирования труда с результатами в достижении целей организации.

Многое зависит от того, насколько грамотно прописаны механизм и процедуры управления по целям. Результат будет зависеть от процедуры выявления и постановки целей, от того, как менеджеры определяют сферу ответственности подчиненных и ожидаемые результаты, какие процедуры используют в реализации целей подразделения, как строится работа с менеджерами и исполнителями по результатам оценки их деятельности.

Без должного механизма реализации целей акцент в управлении неизбежно переносится на текущие, чаще всего разного рода валовые показатели: показатели произведенной продукции или реализации либо показатели, существующие только на бумаге, предоставления которых требует отчетность. При таком подходе может быть упущено из виду главное. Напротив, механизм управления по целям позволяет выявить приоритеты и совместимость самих целей, установить понятный стандарт для измерения результатов и направить усилия всей команды на их достижение [1, с. 76].

Управление целями является систематическим и организованным подходом, который одновременно рассматривает как задачи планирования, так и всю деятельность предприятия по достижению оптимальных результатов при имеющихся ресурсах. Современный подход к управлению рассматривает управление по целям как элемент комплексной системы управления на основе долгосрочных стратегических целей, который включает управление процессами, систему сбалансированных показателей, бюджетирование.

Официальные цели являются общими целями организации, так как они выражены в уставе, годовых отчетах, публичных заявлениях ключевых руководителей и в других важных официальных документах. Оперативные цели означают цели, обретенные посредством реальной оперативной политики организации. Они показывают, что организация фактически собирается делать, независимо от того, что имеет в виду провозглашенные официальные цели.

Оперативные цели обеспечивают конкретное содержание официальных. Они отражают выбор среди конкурирующих ценностей. В некотором смысле они являются средством официальных целей. Оперативные цели могут развивать то, что не связано с официальными целями.

Разработка оперативных целей предполагает, что цели во времени меняются. Можно назвать 3 причины изменения целей организации. Первая состоит в том, что организации находятся в непосредственном взаимодействии с окружающей экономической средой. Конкуренция влияет на целевую структуру, так как организация оформляет свои действия, пытаясь гарантировать продолжение поддержки.

Вторая причина изменения целей состоит в том, что изменения происходят внутри организаций. Сдвиги в них иногда происходят в результате внешнего давления, а иногда

из-за внутренней динамики. Могут измениться экономические условия, и потребуется внедрять технологические разработки. Происходит смещение ценностей. Организационные цели приспосабливаются к этим условиям окружающей среды. Специфичность целей составляет вторую серьезную проблему.

Третья проблема в отношении целей включает размерность во времени. Какие цели предпочтительней, зависит от целевой функции для каждой организации. Если целевая функция означает быстрый возврат к инвестициям, то приоритет следует отдавать краткосрочным результатам. Организации, ориентированные на продолжительное производство, должны учитывать многолетние колебания в своей работе и средние показатели за долгосрочный период.

Деятельность любой организации оценивается с точки зрения ее эффективности. Вопросу оценки ее эффективности посвящено множество исследований. В подходе к организационной эффективности выделяют 3 главные проблемы.

Первая проблема заключается в том, что люди имеют разные формы связей с организациями, частью которых они являются. Вовлеченность людей в организации бывает отстраненной, расчетливой или моральной. Эти разные формы вовлеченности препятствуют возможности личной или целевой согласованности во многих типах организаций. Отмечено, что значительная часть персонала в большинстве организаций не осознает официальных или оперативных целей организации, поэтому согласие становится спорным пунктом.

Вторая проблема в том, что внимание на средствах достижения цели для людей оставляет в стороне деятельность или действия организации в целом или ее подразделений. Результаты деятельности организации сказываются на обществе, они могут быть нужны, полезны, но могут быть и вредны для окружающей среды. Они влияют на другие организации. Психологический подход также недооценивает реальность конфликтов между целями и решениями, которые приходится принимать под давлением окружающей среды. Например, существует положительная взаимосвязь между обязанностями работников по отношению к организации и такими показателями эффективности, как способность к адаптации, оборот и простои.

Третьим недостатком этой формы подхода является отсутствие внимания к факту воздействия на людей вне организации. Поскольку клиенты организаций могут совсем иначе оценивать эффективность организации, чем ее члены.

По одному из определений организации эффективны, если они могут удовлетворить соответствующим ограничениям и если результаты деятельности организации приближаются или превышают список рекомендаций для множественных целей. Ограничения включают политику и процедуры, установленные заранее. Они направляют принятие решения и поведение в организациях. Примеры ограничений – это сохранение определенной доли рынка, поддержание качества на определенном уровне или запрет на бизнес в других странах. Также эффективностью является достижение цели на вершине ограничения. Например, коммерческая фирма хочет увеличить свою прибыль (цель) и в то же в время сохранить качество услуги (ограничение). Ухудшение качества услуги будет способствовать меньшей эффективности, но и превышение стандарта качества услуги не приведет к ее повышению. Только увеличивая свою доходность и сохраняя качество услуги, организация будет эффективной. Эффективность основана на той степени, в которой достигается цель. В качестве ограничений могут выступать и ресурсы, поскольку уровень ресурсов, требуемых для работы, является ограничением для организации. Существует множество целей и ограничений, для которых временные рамки непостоянны, со временем изменяется и восприятие эффективности. Следовательно, цели, ограничения и рекомендации – постоянно изменяющиеся объекты [2, с. 134].

Для того чтобы определить уровень достижения стратегических и тактических целей, применяется система ключевых показателей (Key performance indicators, KPI). Их

использование дает организации возможность оценить свое состояние и помочь в реализации стратегии. Они позволяют производить контроль деловой активности сотрудников и компании в целом в реальном времени. Термин KPI имеет несколько определений. Основные из них:

- ключевые показатели эффективности;
- ключевые индикаторы эффективности;
- ключевые показатели результативности;
- ключевые показатели производительности;
- ключевые показатели исполнения;
- количественные производственные показатели;
- ключевые индикаторы производительности.

KPI – количественные показатели, выраженные в цифровой форме.

Основные требования к KPI:

- ограниченное количество;
- единство для всей организации;
- возможность дать показатель в цифровом выражении;
- возможность влиять на факторы;
- стимул для сотрудника.

Показатели служат инструментами измерения поставленных целей. Структура показателей для предприятия зависит от индустриальной специфики и задач его структурных подразделений.

KPI могут быть использованы для измерения работы каждого отдельного сотрудника, позволяя таким образом создать эффективную систему их мотивации и стимулирования.

Цели, стоящие перед организацией, можно классифицировать по источникам:

- внешние, учитывающие потребности более широкой социальной общности, в рамках которой организация функционирует;
- внутренние – цели самого коллектива, ориентирующие на удовлетворение потребностей организации.

При классификации целей по уровню выделяют:

- миссию;
- общеорганизационные и специфические цели.

Миссия создает у окружающих представление об организации, ее предназначении. В миссии находит отражение основа формулирования конкретных целей – общих и специфичных.

На основе миссии формируются общие цели, которые отражают важнейшие направления деятельности организации в целом.

Специфические цели разрабатываются в каждом подразделении и определяют основные направления его деятельности.

В рамках управления организацией выделяют следующие функции цели:

1. Цели выражают философию организации, концепции деятельности и развития.
2. Цели уменьшают неопределенность текущей деятельности как организации, так и отдельного человека, становясь для них ориентирами в окружающем мире. Они помогают сконцентрироваться на достижении нужных результатов.
3. Цели составляют основу критериев для выделения проблем, принятия решений, контроля и оценки сотрудников.

К целям предъявляются определенные требования:

- конкретность и измеримость;
- реальность для данных условий;
- гибкость, признанность, проверяемость;

- совместимость.

При этом каждый руководитель должен быть уверен, что все его личные планы нашли отклик в планах подчиненных. Цели каждого подчиненного должны способствовать достижению целей его начальника. Также при формировании целей необходимо учитывать стиль управления и культуру организации.

На основе целей организации формируются задачи, которые должны быть решены в процессе их достижения. Задача – это совокупность требований для принятия действий в конкретной ситуации [3, с. 203].

В дальнейшем по всем мероприятиям планового периода должен проводиться итоговый контроль, чтобы проследить ход выполнения тех или иных обязательств. Проверка и оценка после обозначенного периода проводится с тем, чтобы определить степень достижения целей, выявить причины возникших проблем и установить объем вознаграждения за эффективную работу.

Список литературы

1. Менеджмент: учебник / под ред. проф. М. М. Максимцова, проф. А. В. Игнатьевой. – М. : Издательское объединение «Юнити», 2003. – 304с.
2. Управление организацией: учебник / под ред. проф. А. Г. Поршнева, проф. З. П. Румянцевой, проф. Н. А. Саломатина. – М. : Инфра – М, 2004. – 298с.
3. Мескон, М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.. : Дело, 2006. – 264с.

Кравченко Любовь Анатольевна, студентка 3 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: lubasha23.96@mail.ru.

Олефиренко Алексей Леонидович, студент 3 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: realolefirenko@mail.ru.

Научный руководитель – ***Шамов Олег Владимирович,*** кандидат технических наук, доцент кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 338.24.01

В.Н. Кузнецова

УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ КОМАНДА КАК ФАКТОР ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

В данной статье раскрывается цель создания управленческих команд, их преимущество и место, занимаемое в современной управленческой структуре. Также анализируются способы и методы формирования команд, характеристики, которыми должны обладать члены управленческих команд.

.

Актуальность данной статьи определяется, прежде всего, изменениями, которые происходят в современной экономике. Тем самым требуются изменения в структуре управления организацией.

Целью представленной статьи является обоснование эффективности управленческих команд для организаций в современной экономической ситуации.

Одним из ключевых элементов любой современной организации является принятие управленческих решений. Но принятие столь важных для организации решений не следует сбрасывать на плечи одного единственного менеджера. И помощь приходит со

стороны создания управленческих команд. Все чаще предпочтение отдается именно такой структуре управления. И этому есть объяснение.

Не лишним будет вспомнить, что еще последователи научной школы управления (Фредерик У. Тейлор, Г. Гант, Ф. Гилбрейт) поняли, насколько важна функция управления в организации. Они признали и доказали, что управление – это самостоятельная и неотъемлемая часть любой организации. Но современный мир диктует свои условия. Единственному руководителю сложно справиться в одиночку со всеми сложностями принятия важных решений. Нет ни поддержки, ни помощи, ни совета. Поэтому актуальность создания в организации управленческой команды очевидна.

Для успешной деятельности и повышения результативности современной организации необходим переход от авторитарного и единоличного стиля управления к командному способу взаимодействия в управленческой среде. Объясняется это существенными изменениями в системе управления: нарастание информационных потоков; усложнение процесса принятия управленческих решений; смена ценностных ориентиров управленцев [1].

Есть несколько определений термину «команда». Но если говорить об управлении, то следующее определение лучше всего передает суть. *Команда* – это небольшое число людей с взаимодополняющими навыками, людей, которые собраны для совместного решения задач в целях повышения производительности и в соответствии с подходами, посредством которых они поддерживают взаимную ответственность. Члены команды взаимозависимы в работе, т. е. для достижения разделяемых целей они нуждаются в работе других членов [1]. Членов такой группы можно назвать единомышленниками с общими целями и ценностями. Каждый член группы очень важен для ее эффективной работы. Если убрать одно звено из этой цепи, то цельной она уже не будет. То есть каждый член группы вносит не менее ценный вклад в развитие и процветание организации, чем другие члены группы. И главный вывод из данного определения таков: члены команды взаимодополняют друг друга, при этом результат командной работы выходит более эффективным, чем индивидуальный результат.

Управленческая команда представляет собой социальную группу, в которой неформальные отношения между ее членами имеют большое значение, а реальная роль и влияние конкретной личности не совпадают с ее официальным статусом и весом [2]. Неформальные отношения в команде – важный пункт в эффективной работе членов группы. Ведь без доверия и взаимопонимания не выйдет настоящей и полноценной команды. Для эффективного принятия решений следует поддерживать положительный психологический климат в команде.

Из всего вышесказанного следует, что управленческие команды – это достаточно сложное образование с собственным жизненным циклом. *Управленческая команда* – взаимодействующая, сплоченная на базе разделяемой совокупности ценностей группа руководителей организации или ее подразделений, которые, самоорганизуясь, четко и гибко распределяя функции и ответственность, проявляя творчество, берут на себя обязательства по достижению общих целей и добиваются высоких результатов управления в нестандартных ситуациях [1].

Тот, кто создает предприятие не ради наживы, а ради идеи, с величайшей серьезностью отнесется к тем, кто будет работать с ним бок о бок. Собирая команду, необходимо учитывать абсолютно все. Прежде всего нужно обращать внимание на личные качества тех, кто станет частью управленческой команды [3, с. 105]. К формированию управленческой команды следует относиться со всей серьезностью. Ведь принятие правильного для организации решения полностью ложится на плечи этой группы. И успешное развитие организации в большой мере зависит от ее членов. Поэтому психологический климат в группе также немаловажен, как и профессиональные навыки таких руководителей.

Выбирая кандидатов в управленческую команду, нужно обращать внимание абсолютно на все, скрупулезно изучая личность потенциального работника. Прежде чем принять человека на работу, тщательно рассматривается его личное дело, в котором подробно указаны факты из биографии кандидата. Но на этом дело не закончится, потому что после изучения профессиональных качеств непременно устраивается собеседование [3, с. 83]. При подборе кандидатов на должность в управленческой команде следует обращать внимание даже на их внешний вид. И не говоря о том, что резюме должно быть настолько подробным, чтобы видеть всю подноготную будущего участника управленческой команды. Немаловажное замечание: претендентов на такую важную должность нужно выбирать как можно тщательнее. Для этого проводят личное собеседование с каждым кандидатом, где и устанавливаются не только профессиональные, но и личные качества человека.

Также существует целый ряд характеристик, которыми должен обладать кандидат на должность в управленческой команде. И количество их немалое. Конечно, из всего множества таких характеристик есть несколько самых важных при наборе команды, но на собеседовании кандидату не будет предлагаться «пометить галочкой вариант, который больше всего подходит». Естественно, члены команды в идеале должны обладать всеми характеристиками из списка. Быть и самыми талантливыми, и самыми умными, творческими, работящими, надежными. Все эти качества можно будет увидеть только непосредственно в работе индивида. Но и можно объяснить, откуда такое стремление к совершенству. Ведь принятие жизненно важных решений целиком и полностью зависит от членов управленческой команды.

Дело в том, что в природе фактически не существует готовых команд ни в спорте, ни на производстве. Они могут быть только «выращены», построены в ходе взаимодействия людей. В процессе общения возникают согласование и корректировка каждым из участников команды своих действий. Происходит саморазработка общих представлений о том, что такое работа в команде. Фактически создаются нормы, которые структурируют общение между людьми и обеспечивают кооперацию или взаимодоговоренность в команде [2]. Конечно, профессиональные и эмоциональные связи между членами группы устанавливаются постепенно. Ведь команда должна быть сплоченной, а ее члены должны подсознательно понимать и чувствовать, что от них хотят коллеги. Тогда эффективность работы возрастет в разы. Если говорить о спорте и взять для примера такую командную игру, как футбол, то можно заметить, что члены такой группы работают в тандеме. Но для возникновения сплоченной работы сколько прошло тренировок, сколько было сделано ошибок, сколько было споров и недопонимания прежде, чем команда стала одним целым. После всего и создаются нормы общения между членами группы, которые помогают эффективно взаимодействовать друг с другом. Наличие общей цели, доверие членов команды друг к другу, взаимопомощь, взаимопонимание и уверенность в успехе – все это является необходимым для эффективной работы управленческой команды.

Когда команда составлена и все расставлены по своим местам, следует подумать о ее эффективной работе. Для повышения эффективности управленческих команд необходимо использовать закономерности их формирования, функционирования и развития. Выделяют следующие признаки управленческой команды: постоянство состава, регулярность совместной работы, предмет работы, командные правила, общее дело. Управленческая деятельность команды базируется на специфической функции – командной выработке решения, в отличие от управленческого аппарата. Каждая команда имеет особую внутреннюю координацию действий, основанную не на жесткой иерархической структуре подчинения и контроля, а на гибкой взаимосвязи между всеми участниками команды [1]. Тут можно сказать, что управленческая команда эффективна, когда нет выраженного доминанта среди ее членов, когда коллеги друг друга слушают, понимают и уважительно относятся к мнению каждого, ведь видение окружающего мира

строго индивидуальное. А личностное восприятие мира играет не последнюю роль в принятии решения. Единственный руководитель на предприятии будет опираться только на свое видение проблемы, а члены команды будут искать компромисс, который приведет к успешной деятельности компании. В этом и заключается гибкая взаимосвязь между членами управленческой команды.

Подводя итоги, можно констатировать следующее: управленческую команду любой организации следует рассматривать как многоуровневую команду руководителей, члены которой осознают взаимозависимость и необходимость сотрудничества согласно утвержденной структуре управления, имеют твердую установку на совместную, эффективную творческую управленческую деятельность и способны сплотить индивидуальные идеи и опыт каждого для получения высоких результатов и достижения единой цели в успешном развитии организации [1].

Итак, управленческая команда – это эффективный механизм управления в организации со своими нормами, обычаями, целями, ценностями, психологическими установками и т. д.. Целый живой организм со своим укладом вещей. А любой организм является сплоченной системой, где каждый отдельный элемент стоит на своем месте и выполняет отведенные ему функции. Взаимосвязь, взаимопомощь, взаимодополнение определяют ключевые слова любой команды. Управленческая команда, подобно живому организму, направляет все свои силы на достижение общего и успешного результата организации.

Список литературы

1. Алямкина, Е. А. Управленческая команда как условие эффективного управления образовательной организацией / Е. А. Алямкина, И. Н. Красильникова, М. Н. Красильникова // Современные проблемы науки и образования. – 2016. – № 3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=24739. – Дата доступа: 03.03.2017.

2. Сущность управленческой команды. [Электронный ресурс] / Учебные материалы для студентов. – 2013-2017. – Режим доступа: http://studme.org/165401156579/menedzhment/suschnost_upravlencheskoy_komandy. Дата доступа: 03.03.2017.

3. Огарев, Г. 36 законов эффективного управления компанией / Г. Огарев. – М. : Рипол Классик, 2002. – 276 с.

A teamwork is an essential part of every organization. It is an important component of effective work in organizations between the members of management team. Mutual help, support, understanding, confidence. These words are key for members of management team.

Кузнецова Вероника Николаевна, студентка 2 курса специальности «Менеджмент» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: kvn241296@mail.ru

Научный руководитель – ***Рабцевич Валентина Вениаминовна***, доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 633.521(476)

Р.В. Ларченко, Т.М. Петракович

РАСЧЕТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ СМЕНЫ НА УБОРКЕ УРОЖАЯ

В данной статье проведены расчеты по выявлению существующих потерь рабочего времени, на примере определены наиболее значимые направления их ликвидации.

Организация труда в хозяйствах предусматривает учет и анализ затрат труда для эффективного использования рабочего времени, а также причин, порождающих его потери. Выявление потерь рабочего времени и их ликвидация – важная работа, в результате которой вскрываются резервы роста производительности труда [1, с 54–55]. Эта работа является лишь подготовкой к правильной организации трудовых процессов [2, с. 66–67].

С целью изучения существующей организации трудовых процессов и разработки мероприятий по ее совершенствованию были проведены фотохронометражные и технологические наблюдения на тереблении льна на предприятиях северо-восточной части Беларуси.

Нами были рассчитаны коэффициент продолжительности времени смены, и коэффициент использования рабочего времени.

$$K_{пр} = \frac{T_{см.ф}}{T_{см.р}},$$

где $K_{пр}$ – коэффициент продолжительности времени смены;

$T_{см.ф.}$ – фактическая продолжительность времени смены;

$T_{см.р.}$ – проектная продолжительность времени смены (600 мин.).

$$K_{пр} = \frac{580,45}{600} = 0,96$$

Коэффициент свидетельствует о том, что механизаторы сокращают свой рабочий день по различным причинам [3, с. 60–61].

Рассчитан коэффициент использования рабочего времени смены.

$$K_{исп} = \frac{T_{о.ф.}}{T_{см.ф}},$$

где $K_{исп}$ – коэффициент использования рабочего времени смены;

$T_{о.ф.}$ – фактическая продолжительность времени основной работы;

$T_{см.ф.}$ – фактическая продолжительность времени смены.

$$K_{исп} = \frac{214,77}{580,45} = 0,37$$

Согласно расчетам величина коэффициента составила 37 %.

Имеют место самые непроизводительные затраты времени смены – это простои (по техническим неисправностям трактора, льнокомбайна, по организационным причинам, а так же из-за метеорологических условий), которые составляют 129,22 мин. или 22,24 % в структуре времени смены.

Анализ структуры простоев времени смены показал, что имеются значительные резервы их сокращения.

Таблица 1 – Структура простоев времени смены

Элементы простоев	мин.	%
По техническим неисправностям трактора	15,14	11,7
По техническим неисправностям с.-х. машины	24,19	18,7
По организационным причинам: ожидание транспорта	11,8	9,1

По метеорологическим причинам (непогода, роса)	16,66	12,9
Из-за нарушения трудовой дисциплины	17,17	13,4
Прочие простои	44,16	34,2
ИТОГО	129,12	100

Источник: собственная разработка автора

В структуре простоев простои по техническим неисправностям составляют 30,4 %. Это говорит о том, что техника для уборки в хозяйстве имеет высокий износ и требуют более тщательной подготовки к работе. Однако имеют место потери времени по метеорологическим и организационным причинам, которые составляют соответственно 12,9 и 9,1 % в структуре простоев. Простои по метеорологическим причинам связаны с обильной росой в утренние часы, в то время как простои по организационным причинам обусловлены неудовлетворительной организацией труда на уборке льна и явно недопустимы. Также имеют место и прочие простои. Наличие огромных потерь рабочего времени смены приводит к снижению производительности труда. Ликвидация простоев является огромным резервом роста производительности труда.

Для более детального анализа использования рабочего времени и существующей организации труда был проведен расчет проектного баланса времени смены и его структуры на тереблении льна-долгунца льнокомбайном ЛК–4А и трактором МТЗ-82. Для этого мы использовали данные наблюдательных листов и нормативные таблицы.

1. Продолжительность времени смены ($T_{см}$) должна быть равна 7-ми часам (420 мин.) при шестидневной рабочей неделе.
2. Время организационно-технического обслуживания агрегата на загоне составит порядка 20 минут.
3. Время на отдых и личные надобности исполнителя согласно справочных нормативов составит 20 минут. В структуру данного времени войдут два перерыва по 10 минут: через 2 часа после начала и за 1,5 часа до конца работы. Содержание перерывов должна составить производственная гимнастика: 2 раза по 5 минут. На личные надобности отводится 10 минут в смену.
4. Время на подготовительно-заключительные работы принимается по операциям:

- время на ежесменный технический уход, по нормативам, для трактора МТЗ-82 составит 18 минут при механизированной заправке, для льноуборочного комбайна ЛК-4А – 25 минут;
- время на переезды агрегата в начале и конце смены нормируются и оплачиваются отдельно.

5. Время нерегламентированных ненормируемых перерывов (простоев) и случайной работы не проектируется.
6. После установления по проекту продолжительности подготовительно-заключительного времени, времени организационноготехнического обслуживания и времени на отдых и личные надобности находим, сколько времени приходится на оперативную работу (основная + вспомогательная).

Согласно проведенным расчетам было установлено, сколько времени приходится на оперативную работу (основная + вспомогательная):

$$T_{оп.пр} = T_{см} - (T_{ПЗ} + T_{ОБС} + T_{ОТЛ}),$$

где $T_{оп.пр}$ – время оперативной работы агрегата;

$$T_{оп.пр} = 420 - (43 + 20 + 10 + 20)$$

$$T_{оп.пр} = 327 мин.$$

Чистое время по проекту определяем по формуле:

$$T_o = \frac{T_{оп.пр}}{1 + \tau_{пов} + \tau_{т.о} + \tau_{пер}},$$

где $\tau_{пов}$ – коэффициент поворотов, показывающий отношение времени поворотов ко времени основной работы;

$\tau_{т.о.}$ – коэффициент технологических остановок. Показывает отношение времени технологических остановок ко времени основной работы.

$\tau_{пер.}$ – коэффициент переездов, показывающий отношение времени переездов ко времени основной работы.

Таким образом, все элементы затрат вспомогательного времени выражают через соответствующие коэффициенты, которые характеризуют отношение затрат времени поворотов, загрузки, внутрисменных переездов к основному времени работы.

Коэффициенты рассчитываются на основе следующих формул:

коэффициент поворотов:

$$\tau_{пов} = \frac{t_{пов} \times V_p}{3{,}6 \times L},$$

где $t_{пов}$ – расчетная продолжительность одного поворота, с;

$V_р$ – средняя рабочая скорость, км/ч;

L – средняя длина гона, м;

$$\tau_{пов} = \frac{32{,}6 \times 7}{3{,}6 \times 825} = 0{,}07$$

коэффициент внутрисменных переездов:

$$\tau_{пер} = (t_{п.п.} + t_{пер}) \times \frac{\omega \times i}{F_{ср}},$$ где:

$t_{п.п.}$ – среднее время, затрачиваемое на разовую подготовку агрегата к переезду и к работе после переезда, ч. Для основных тракторных агрегатов, не требующих при переезде перестройки в положение «ближний транспорт», по данным наблюдений установлено $t_{п.п.}$=4 мин, а для требующих перестройки – $t_{п.п.}$=12 мин.

$t_{пер}$ – средняя продолжительность одного переезда, ч;

ω – производительность агрегата за час основного времени, га/ч;

i – количество однотипных агрегатов, одновременно работающих на поле;

$F_{ср}$ – средняя площадь обрабатываемого участка, га.

Продолжительность одного переезда можно определить через среднее расстояние переезда ($l_{пер}$) и скорость движения агрегата при переезде ($V_{пер}$):

$$t_{пер} = \frac{l_{пер}}{V_{пер}};$$

где $L_{пер}$ – среднее расстояние переезда, км

$V_{пер}$ – скорость движения агрегата при переезде, км/ч

При расчете норм выработки и расхода топлива значение $l_{пер}$ можно брать из таблицы, показывающей взаимосвязь между длиной гона, площадью участка и расстоянием переезда.

Данные, характеризующие взаимосвязь между длинной гона, площадью участка и расстоянием переезда, представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Взаимосвязь между длиной гона, площадью участка и расстоянием переезда

Класс длины гона, м	Средняя площадь участка, га	Расстояние переезда , км
До 150	До 1,5	0,60

150-200	3,0	0,70
200-300	6,0	0,81
300-400	12,0	0,93
400-600	24	1,10
600-1000	60,0	1,25
Более 1000	Свыше 140	1,50

Источник: собственная разработка автора

$$t_{пер} = \frac{1,25}{20} = 0,062 час.$$

$$\tau_{пер} = (0,07 + 0,062) \times \frac{1,08 \times 2}{60} = 0,0048$$

коэффициент технологических остановок:

$$\tau_{т.о.} = \frac{t_{т.о.} \times V_р \times 1000}{l_з \times 60},$$

где $t_{т.о.}$ – расчетная продолжительность одной технологической остановки, мин;
$V_р$ – средняя рабочая скорость, км/ч;
$l_з$ – длина запаса хода комбайна, м.

$$l_з = \frac{10^4 \times Q \times f}{N \times B_р};$$

где Q – емкость прицепа, кг;
f – коэффициент использования емкости прицепа
$B_р$ – рабочая ширина захвата агрегата, м

$$l_з = \frac{10^4 \times 40 \times 0,5}{1,5 \times 1,3} = 10256,4 м$$

$$\tau_{т.о.} = \frac{10,8 \times 7 \times 1000}{10256,4 \times 60} = 0,1$$

Таким образом, на основании вышеперечисленных коэффициентов найдем время основной работы при 7-часовом рабочем дне:

$$T_о = \frac{327}{1 + 0,07 + 0,005 + 0,1} = 278,3 мин.$$

Вспомогательное время за смену определяется исходя из следующих формул:

$$T_{пов} = \tau_{пов} \times T_о$$

$$T_{т.о.} = \tau_{т.о.} \times T_о$$

$$T_{пер} = \tau_{пер} \times T_о$$

где, $T_{пов}$, $T_{т.о.}$, $T_{пер}$ – проектные затраты времени соответственно на повороты, технологические остановки и переезды за смену, мин.

$$T_{пов} = 0,07 \times 278,3 = 19,5 мин.$$

$$T_{т.о.} = 0,1 \times 278,3 = 27,83 мин.$$

$$T_{пер} = 0,005 \times 278,3 = 1,4 мин.$$

Следовательно вспомогательное время по проекту составит:

$$T_в = 19,5 + 27,83 + 1,4 = 47,83 мин.$$

Произведем проверку проектного баланса:

$$T_{см} = T_о + T_в + T_{обс} + T_{отл} + T_{пз}$$

$$420 = 278{,}3 + 48{,}7 + 43 + 20 + 30$$

Полученные данные сопоставимы с фактическими результатами.

Поэлементный анализ затрат и структуры времени смены показал, что время смены используется крайне нерационально(коэффициент использования $К_{исп}$=0,37, или 37 % от проекта). Коэффициент продолжительности времени смены $К_{пр}$=0,96 показывает, что механизаторы несколько не дорабатывают установленную продолжительность времени смены, – это является грубым нарушением трудовой дисциплины. Самые непроизводительные затраты времени смены, а именно простои, занимают в структуре времени смены 22,29 % ,или 129,22 мин. Причина их – неисправности трактора и льнокомбайна.

Проведенный анализ исследований показал, что время, затрачиваемое на подготовительно-заключительные работы в 4 раза ниже затрат по проекту. Неудовлетворительная подготовка агрегатов в начале смены, как правило, приводит к поломкам уборочных агрегатов во время выполнения работы. Время организационно-технического обслуживания агрегата на загоне в 5,2 раза выше нормативного, и связано это с высокой засоренностью и влажностью посевов (см. таблицу 3).

Таблица 3Ф – актические и проектные затраты времени смены

Элементы	Фактические		Проектные		Фактические затраты в пересчете на 10-часовой рабочий день		Проектные затраты в пересчете на 10-часовой рабочий день	
	мин.	%	мин.	%	мин.	%	мин.	%
Регулярная подготовительно-заключительная работа	14,01	2,41	43	10,2	14,46	2,41	61,2	10,2
Основная работа	330,44	56,92	278,3	66,3	341,52	56,92	397,8	66,3
Вспомогательные работы	35,71	6,15	48,73	11,6	36,9	6,15	69,6	11,6
Организационно-техническое обслуживание агрегата на загоне	149,96	25,83	20	4,8	154,98	25,83	28,8	4,8
Перерывы на отдых и личные надобности	2,54	0,43	30	7,1	2,58	0,43	42,6	7,1
Дополнительная вспомогательная работа	1,2	0,2			1,2	0,2		
Нерегулярная подготовительно-заключительная работа (оплачиваемая отдельно)	33,04	5,69			34,14	5,69		
Простои агрегата	29,22	5,03			30,18	5,03		
ИТОГО:	580,45	100	420	100	600	100	600	100

Источник: собственная разработка автора

Следует отметить, что время на отдых и личные надобности в 16,6 раза ниже нормативного. Отсутствие внутрисменных перерывов на отдых приводит к снижению работоспособности механизаторов за счет высокой их утомляемости. Анализ использования рабочего времени смены на теребление льна-долгунца в предприятиях северо-восточной части страны показал необходимость совершенствования их труда.

Список литературы

1. Рекомендации по преобразованию и реструктуризации государственных сельскохозяйственных предприятий на основе приватизации / В. Г. Гусаков [и др.]. – Минск : Академия аграрных наук Республики Беларусь, Белорусский научно-исследовательский институт аграрной экономики, 2000. – 115 с.

2. Пасюк, М. Ю. Организация производства: учебно-практическое пособие / М. Ю. Пасюк , Т. Н. Долинина, А. А. Шабуня. – Минск :ООО ФУАинформ,2009. – 76 с.

3. Бычков, Н. А. Организационно- правовые основы агропромышленной интеграции / Н. А. Бычков // Экономические вопросы развития сельского хозяйства Беларуси. – Минск: «БелНИИ аграрной экономики»,2008. – Вып. 29. – С. 58–76.

In this article, calculations have been made to identify the existing losses of working time, the most significant directions of their elimination have been identified by the example.

Ларченко Роман Владимирович, магистрант Гродненского государственного аграрного университета. E-mail: roman.lar4enko@yandex.ru.

Петракович Татьяна Михайловна, магистрант Гродненского государственного университета имени Янки Купалы.

Научный руководитель – ***Карпов Владимир Алексеевич*** – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 338 .984

О.И. Леонард

МАТЕРИАЛЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА ДЛЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Одним из стратегических ресурсов компании в достижении конкурентных преимуществ выступает система управленческого учета. Информация – важнейший ресурс стратегического управления. Представлены компоненты системы управленческого учета. Выявлены источники информации для стратегического управления.

Постепенно происходящий в отечественной экономике процесс переориентации целей, методов и практики ведения бизнеса от директивной направленности к рыночной сопровождается изменением роли и предназначения основных функций и систем управления. Вместе с этими процессами происходит и изменение роли и функций бухгалтерского учета.

Управленческий учет – система сбора и анализа данных о финансовой деятельности предприятия, ориентированная на потребности высшего руководства и владельцев предприятия в информации, необходимой для принятия стратегических и тактических управленческих решений.

Управленческий учет (от англ. management accounting) возник на стыке финансового учета и менеджмента. Менеджмент всегда нуждался в информации, но финансовый учет, по мере развития и усложнения деловой среды, давал менеджерам все меньше необходимой информации. Главной целью управленческого учета является обеспечение руководителей и менеджеров необходимой информацией для принятия решений и эффективного управления предприятием.

Учетная информация должна формироваться не ради самого бухгалтерского учета, а быть полезной внутренним и внешним ее пользователям, служить необходимой основой для осуществления процессов планирования, анализа и контроля, т.е. выступать важным

средством принятия эффективных управленческих решений. Важнейшими задачами современной практики управления являются выработка и исполнение решений, направленных на достижение финансово-экономической устойчивости и эффективности функционирования организации.

Можно выделить три ключевые группы, на которые должно ориентироваться предприятие при предоставлении информации:

1) инвесторы (к которым относятся существующие и потенциальные собственники, а также кредиторы, готовые предоставить капитал на долгосрочной основе);
2) государство;
3) менеджмент предприятия.

Каждая из этих групп существенным образом влияет на деятельность предприятия и в той или иной степени принимает участие в распределении его совокупного дохода.

Под системой управленческого учета понимается система сбора, анализа и представления финансовых и производственных данных, на основании которых руководством предприятия принимаются оперативные и стратегические управленческие решения в условиях ограниченности ресурсов.

Основной целью управленческого учета является предоставление полного комплекса фактических, плановых и прогнозных данных о характеристиках функционирования предприятия как экономической и производственной единицы, включая представление данных по предприятию в целом, а также в разрезе структурных и производственных подразделений, центров затрат и прибылей [1, с. 72].

Среди основных компонентов системы управленческого учета и анализа на предприятиях в соответствии с мировой практикой можно выделить:

1) учет и управление затратами;анализ и управление движением материальных и денежных ресурсов;
2) разработку оценочных и сравнительных индикаторов деятельности;
3) управление процессом максимизации рыночной стоимости компании;
4) планирование оперативной производственной, финансовой и инвестиционной деятельности предприятий (бюджетирование).

В систему управленческого учета и анализа включают также прогнозирование внутренних и внешних факторов, оказывающих влияние на деятельность предприятия.

При таком подходе управленческий учет охватывает систему организации управления бизнесом в целом, включая систему оценки деятельности подразделений и функциональных блоков, стратегическое управление и управление человеческими ресурсами, т.е. в большей степени управленческие технологии.

Под управленческим учетом понимается система сбора, обработки и предоставления финансовой и производственной информации, необходимой для оперативного управления, планирования и контроля деятельности предприятия в целом, а также его структурных подразделений.

Таким образом, управленческий учет является аналитической системой формирования информации, требуемой для принятия стратегических решений.

В современных условиях управленческий учет, выполняя определенные функции, выступает в качестве информационного фундамента управления внутренней деятельностью организации, ее стратегией и тактикой. Основное его назначение – это аккумулирование информации для принятия оперативных и прогнозных управленческих решений. Следовательно, основная задача управленческого учета – подготовка необходимой информации для принятия оптимальных управленческих решений.

Управленческий учет в любой трактовке не является учетом в узком смысле этого слова, а включает также и планирование, и контроль, и анализ. Имея такую широкую трактовку функций управленческого учета, некоторые специалисты (не всегда

обоснованно) включают в него различные методы анализа и компоненты из разряда других задач.

Отметим, из каких элементов должна состоять система управленческого учета.

Компонентами системы являются:

1. Материальные компоненты:

- отдел или специалист, занимающийся данной работой;
- оргтехника (желательно вести основную базу данных на выделенном компьютере или сервере и принимать меры для защиты информации от несанкционированного доступа);
- программное обеспечение.

2. Нематериальные компоненты:

- параметры управленческого учета (центры затрат, центры прибыли, центры инвестиций);
- план счетов для управленческого баланса; система кодов для кодировки движения денежных средств;
- форматы отчетов о затратах (с группировкой по центрам затрат и видам затрат), отчета о прибылях и убытках, отчетов финансового анализ,а полученных системой управленческого учета результатов, др.;
- учетная политика.

3. Процедурные компоненты:

- система отношений по поводу сбора информации для нужд управленческого учета;
- наличие различных уровней системы управленческого учета.

Основным методом сбора стратегической информации является анализ источников данных, документов, а также управленческих и стратегических решений. Стратегическими решениями называют управленческие решения, которые ориентированы на будущее и закладывают основу для принятия оперативных решений, сопряжены со значительной неопределенностью, поскольку учитывают неконтролируемые внешние факторы, связаны с вовлечением значительных ресурсов и могут иметь чрезвычайно серьезные, долгосрочные последствия для предприятия [2, с. 31].

Источники информации для стратегического управления приведены в таблице.

Таблица 1 – Информационное обеспечение компании

Наименование	Используемая информация
Определение миссии и целей	Общая информация об окружающей среде, потенциальных рынках, наличии рыночных ниш, собственных ресурсах
Анализ окружающей среды (SWOT-анализ)	Информация о возможностях и угрозах, сильных и слабых сторонах компании
Анализ стратегического положения компании на рынке	Оценка привлекательности конкретной СЗХ, ее размеров и динамики развития, оценка доли рынка, рентабельности, жизненного цикла, анализ используемых технологий, конкурентный анализ
Выбор стратегии	Рекомендации стратегического анализа, личный опыт руководителя, информация по закрытым каналам, советы специалистов
Оценка выбранной стратегии	Информация о соответствии выбранной стратегии жизненным реалиям через определенный промежуток времени (могут быть использованы данные стратегического анализа)

Выполнение стратегии и контроль	Информация о мероприятиях внутри компании, связанных с выполнением стратегии; информация о результатах деятельности компании на рынке, которые стали следствием выполнения стратегии
Управление посредством выбора стратегических позиций	Данные стратегического анализа, информация о ресурсах компании

Источник: [3].

Информацию стратегического управления получают из документов статистической информации, баз данных по отрасли, анализа данных стратегического и маркетингового анализа.

Кроме того, при принятии стратегических решений управленцы опираются на периодическую информацию, которая представляется в виде рекомендаций, матриц стратегического анализа, анализа возможностей и угроз, сильных и слабых сторон организации, а также на информацию о внутреннем состоянии компании, наличии стратегических резервов, на данные об эффективности работы, кадрах.

Учитывая специфику стратегического управления и планирования, всю информацию об окружающей среде компании, которую руководители используют для принятия решений, целесообразно разделить на внешнюю и внутреннюю.

К внешней информации можно отнести следующие показатели [3]:

– темпы роста отрасли;

– относительную отраслевую норму прибыли;

– цену покупателя;

– приверженность покупателя торговой марке;

– значимость конкурентного упреждения; относительную стабильность отраслевой нормы прибыли;

– технологические барьеры для входа в отрасль;

– значение договорной дисциплины в отрасли; влияние поставщиков в отрасли;

– заменяемость продукта; имидж отрасли в обществе;

– перспективы развития;

– дифференциацию продукции;

– особенности конкуренции;

– норму прибыли в отрасли;

– ценность потребителя.

Данные показатели находят место в документах статистической информации, баз данных по отрасли, документации анализа отрасли.

К внутренней информации можно отнести следующие категории показателей:

– покупатели: их географическое положение, демографические характеристики, социально-психологические характеристики, отношение покупателей к продукту;

– поставщики: стоимость поставляемого ими товара, гарантия качества, временной график поставок, пунктуальность и обязательность выполнения условий поставщиком;

– конкуренты: выявление их слабых и сильных сторон.

Кроме того, информационная составляющая стратегической информации может заключать в себе:

1) экономические факторы: величины ВНП, темпов инфляции, уровня безработицы, производительности труда, норм налогообложения и т.п.;

2) политические факторы: ясное представление о намерении органов государственной власти в отношении развития общества и о средствах, с помощью которых государство намерено проводить в жизнь свою политику;

3) рыночные факторы: многочисленные факторы, которые могут оказать непосредственное воздействие на успехи и провалы организации;

4) технологические факторы: возможности, которые наука открывает для производства новой продукции;

5) международные факторы: угрозы и возможности могут возникнуть в результате легкости доступа к сырьевым материалам, изменений валютного курса и политических решений в странах, выступающих в роли инвестиционных объектов;

6) правовые факторы: изучение законов и других нормативных актов, действенность правовой системы;

7) социальные факторы: отношение людей к работе и качеству жизни, демографическая структура, рост населения, уровень образования и т.д.

Для анализа и совершенствования стратегического управления необходимо располагать информацией из внешней среды и внутренней среды организации. Данная информация используется для проведения анализа возможностей и угроз, выявления сильных и слабых сторон организации, а также дает возможность оценить резервы стратегического управления.

Список литературы

1. Лапыгин, Ю. Н. Стратегический менеджмент / Ю. Н. Лапыгин. – М. : ИНФРАМ, 2009. – 174 с.

2. Макарова, В. Д. Стратегический менеджмент : курс лекций / В. Д. Макарова. – М. : ИНФРАМ, 2001. – 288 с.

3. Информационное обеспечение стратегического управления и планирования [Электронный ресурс] // Теоретические статьи. – М., 2011. – Режим доступа: http://www.stplan.ru/articles/theory/stplinfo.htm. – Дата доступа: 28.02.2016.

As one of strategic resources of the company in achievement of competitive advantages the system of managerial accounting acts. Information to the most important resource of strategic management. Components of system of managerial accounting are provided. Information sources for strategic management are revealed.

Леонард Ольга Ивановна, студентка 5 курса специальности «Менеджмент» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.Email: lelya.leonard@mail.ru

Научный руководитель – ***Рабцевич Валентина Вениаминовна***, доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 334.7

С.В. Лешук

РОЛЬ ИННОВАЦИОННОГО МЕДИАКЛАСТЕРА В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА

В статье представлен анализ таких понятий, как «кластер», «медиакластер», рассмотрены различные подходы в классификации кластеров, проанализированы эффекты реализации кластерного подхода на национальном и региональном уровне, проведена оценка влияния инновационного медиакластера на повышение конкурентоспособности региона.

В настоящее время одним из элементов повышения конкурентоспособности различных отраслей экономики рассматривается механизм создания кластеров. Под кластером традиционно понимается «группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний, действующих в определенной сфере и взаимодополняющих друг друга» [1]. Кластеры выступают ключевым звеном стратегии инновационного

развития страны. В первую очередь благодаря возможности территориальной интеграции ресурсов и структур кластеры рассматриваются как структурная единица инновационной экономики будущего. Будучи структурой устойчивого взаимодействия организаций региона, кластер в совокупности имеет потенциал, превосходящий математическую сумму потенциалов его отдельных звеньев. С научной точки зрения, эффективность кластера достигается через обеспечение следующих синергетических эффектов:

- интеграция существующих систем и структур в регионе приводит к улучшению логистики товаров и услуг;
- тесное взаимодействие участников кластера способствует повышению их конкурентоспособности;
- реализация функции «тянущего роста»: функционирование кластера положительно влияет на развитие всего региона, в первую очередь как площадка развития экспортного потенциала;
- стимулирование процесса создания новых предприятий в регионе, имеющих ярко выраженную инновационную направленность.

Наиболее эффективной формой реализации кластерного подхода принято считать инновационный кластер, который имеет ряд неоспоримых преимуществ. Во-первых, в инновационном кластере достигается возможность эффективного и быстрого распределения генерируемых участниками кластера новейших знаний, научных изобретений, передового опыта. Во-вторых, концентрация на инновационности позволяет компаниям производить продукт с высокой добавленной стоимостью. И, в-третьих, использование современных моделей управления бизнесом и инновациями позволяет эффективно привлекать и управлять ресурсами. Все эти преимущества, несомненно, имеют мультипликативный эффект и позволяют значительно усилить рыночные позиции регионов.

Основными характеристиками кластера являются:

- географическая концентрация. Она позволяет компаниям достигать эффективности за счет быстрого производственного и научного взаимодействия;
- специализация. Концентрация на определенной нише либо сегменте усиливает конкурентные преимущества и потенциал участников;
- большое количество разноплановых участников. Наличие, помимо производственных единиц, научных, финансовых и общественных организаций способствует развитию кооперации;
- реализация функции конкуренции и сотрудничества как основной формы взаимодействия участников;
- вовлеченность компаний-участников кластера в инновационные процессы посредством их участия в создании и продвижении революционных технологических и организационных инноваций [2].

При разработке и реализации стратегии кластерного развития экономики принято выделять следующие причины и цели создания кластеров:

1. Стратегия развития региональных экономик. Развитие бедных регионов будет проходить более эффективно, если ими будут реализовываться стратегии использования преимуществ коммерческой концентрации и инновационного развития, нежели системы налоговых льгот и преференций.

2. Стратегия развития высокотехнологичных отраслей промышленности. Наиболее активно данное направление реализуется в высокоразвитых странах с целью совершения технологического прорыва и завоевания ведущих позиций в таких отраслях, как: робототехника, ИТ-индустрия, биотехнологии.

3. Использование кластера для активизации деятельности мелкого и среднего бизнеса в бедствующих районах. Деятельность кластеров в данном случае, как правило, направлена на реализацию функции обучения и передачи специальных знаний.

4. Экспортоориентированные кластеры. Их основная задача заключается, прежде всего, в создании мощного высокотехнологичного комплекса, призванного завоевать лидерские позиции на рынке.

5. Кластеры как элемент реализации программ подготовки высококвалифицированных специалистов. В данном случае стратегия создания кластера направлена на вовлечение региональных образовательных центров (институтов, университетов) в сотрудничество с местными промышленными кластерами, ориентируясь на инициативу региональных властей открывать совместные центры кластерного обучения.

Основными элементами инфраструктуры кластера являются:

- производственные и технологические компании;
- компании, обеспечивающие продажи и логистику;
- финансово-кредитные учреждения;
- компании, обеспечивающие подготовку и переподготовку кадров;
- компании, обеспечивающие информационные процессы функционирования кластера;
- компании, осуществляющие научное обеспечение деятельности кластера (научные парки, научные институты, инновационные центры).

Процесс создания кластеров характерен не только для таких «классических» отраслей экономики, как: промышленность, ИТ-индустрия, сельское хозяйство, химическая и фармацевтическая промышленность. Все чаще происходит образование национальных и региональных медиакластеров с целью реализации положительных эффектов конкуренции, научно-технического прогресса, а также синергетического потенциала членов медиакластера. В практике западных стран принято говорить об образовании медиахолдингов. На постсоветском пространстве, с учетом специфики развития медиарынков, применяется термин «медиакластер».

В западной литературе классически выделяют четыре типа медиакластеров:

- кластеры печатных СМИ (сюда относятся газеты, журналы, книжные издательства);
- аудиовизуальные кластеры (производство видеопродукции);
- новые медиакластеры (создание информационных интернет-продуктов с использованием современных ИКТ-технологий);
- кластеры творческой индустрии (создание творческих продуктов) [3].

Медиакластер представляет собой особую форму реализации кластерного подхода, специфика которой проявляется в создании медийного контента, который зачастую выступает в качестве междисциплинарного продукта, созданного во взаимодействии с другими отраслями и компаниями. Таким образом, можно говорить о создании в рамках медиакластера нематериальных ценностей, монетизация которых происходит другим, особым способом, нежели это получается, например, в отраслях промышленности. Основным преимуществом для медиакомпаний, входящих в кластер, в первую очередь является возможность получить доступ к высококвалифицированным кадрам и специфичным услугам, необходимость в которых возникает при реализации проектного подхода в рамках создания современного медийного продукта. Также медиакластер предоставляет своим участникам большую гибкость при формировании конечного продукта, возможность более тесного и доверительного взаимодействия с другими участниками. Телеканалы получают возможность приобретать контент других игроков рынка. Печатные СМИ получают доступ к информации и новостной ленте других независимых участников медиакластера.

Выделяют различные модели классификации медиакластеров. Классически принято выделять три типа кластеров:

- спонтанно возникающие, направленные на реализацию интересов крупных компаний и возникших внепланово;
- запланированные, созданные, как правило, органами государственного управления с целью поддержки реализации экономической политики государства;
- управляемые недвижимым имуществом, основная задача которых заключается в реализации функции эффективного управления медийной инфраструктурой [3].

Реализация кластерного подхода зачастую проходит сложно, компаниям-участникам медиакластера приходится решать ряд проблемных задач. В первую очередь проблему, связанную с неравномерным вкладом и распределением поддержки между участниками, а также степенью вовлеченности при реализации проектов. И здесь требуется значительный вклад управленцев в достижение баланса интересов и повышение управляемости медиакластера. Региональные медиакластеры сталкиваются с необходимостью преодоления региональных эффектов и выстраивания взаимодействия с национальными и транснациональными кластерами. Если таких взаимоотношений нет, наблюдается значительное снижение конечных эффектов деятельности региональных медиакластеров и некоторое «замыкание» на географическом пространстве. Медиакластеры крайне сложно внедряют инновационные решения в свою деятельность. Это обусловлено в первую очередь тем, что деятельность медиа основывается на ранее выработанных навыках и решениях, в то время как компании традиционных сегментов экономики уже имеют отработанные механизмы внедрения ноу-хау и строят свою деятельность исходя из современных тенденций развития рынка и деловой сферы. В такой ситуации участникам медиакластеров приходится выступать в роли инновационного догоняющего, который стремится внедрять в свою деятельность такие современные информационные технологии и формы взаимодействия , как сети, платформы, коворкинг, интернет.

Несмотря на сложности реализации инновационной составляющей, развитие региональных инновационных медиакластеров будет являться ключевым направлением стратегического движения современных медиа в ближайшее десятилетие. Можно выделить следующие предпосылки развития медиакластеров. Современные медиа становятся, наряду с традиционными сегментами экономики, новым направлением развития регионов и территорий. Медиакластеры благодаря своей специализации позволяют объединить различные компании для создания товаров и услуг, взаимодействуя с ними в коммуникативных областях. Развитие медиапространства, расширение производства медийного контента ведет к увеличению роста регионального ВВП и росту национальной экономики в целом. Использование современных информационно-коммуникационных технологий, инновационных решений при создании медийного продукта, а также формата новых медиа ведут к признанию властями и обществом экономической роли медиакластеров в усилении позиций регионов. В развитых европейских странах современные ИК-технологии и медиа признаны современным направлением экономического роста регионов. Взаимодействие региональных медиакластеров с отраслями промышленности способствует выходу компаний на новые рынки, повышению их финансовой устойчивости, промышленному развитию региона, росту занятости и другим интересам региона и страны.

На основании проведенного анализа можно смело утверждать, что применение кластерного подхода является одной из самых эффективных стратегий устойчивого развития регионов и обеспечения конкурентоспособности компаний. Основной целью создания регионального медиакластера является интеграция и развитие инновационного потенциала входящих в кластер организаций для развития ресурсного (информационного, материально-технического, кадрового) потенциала и инновационной инфраструктуры участников кластера. Создание на основе современных информационных и коммуникативных технологий инновационного медиакластера в значительной мере будет способствовать реализации имеющегося потенциала экспортоориентированных

производств региона. Кроме того, использование кластерного подхода является основой для решения социальных, экологических и региональных проблем.

Список литературы

1. Портер, М. Международная конкуренция / М. Портер. – М. : Международные отношения, 1993. – 418 с.

2. Портер, М. Конкуренция: учеб. пособие: пер.с англ. / М. Портер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2001. – 495 с.

3. Picard, R. G. Media Clusters: Local Agglomeration in an Industry Developing Networked Virtual Clusters / R. G. Picard // JIBS. Working Paper Series. – 2008. –№ 3. – P.16

4. Фатеев, В. С. Кластеры, кластерный подход и его использование как инструмента регулирования развития национальной и региональной экономики / В. С. Фатеев // Веснік Гродзенскага дзяржаўнага ўніверсітэта імя Янкі Купалы. Сер. 5, Эканоміка. Сацыялогія. Біялогія. – 2012. – № 2 (131). – С. 40–50.

5. Ленчук, Е. Б. Кластерный подход в стратегии инновационного развития зарубежных стран / Е. Б. Ленчук, Г. А. Власкин // Проблемы прогнозирования. – 2010. – №5. – С. 38–51.

6. Цихан, Т. В. Кластерная теория экономического развития / Т. В. Цихан // Теория и практика управления. – 2003. – № 5. – С. 74–81.

The article analyzes the concepts of «cluster» and «media cluster», considers various approaches for classification of clusters, examines the effects of cluster approach implementation at national and regional levels, as well as assesses the influence of the innovative media cluster on increasing competitiveness of the region.

Лешук Сергей Валерьевич, магистрант 1 года обучения специальности «Журналистика» факультета истории, коммуникации и туризма Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: liashuk2002@yahoo.com.

Научный руководитель – ***Данилович Николай Александрович,*** доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры белорусской филологии филологического факультета Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 338

С.А. Лючевский

СПЕЦИФИКА РЫНКА ЭЛЕКТРИЧЕСКОЙ ЭНЕРГИИ В ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Приведены результаты анализа рынка электрической энергии и мощности в регионе. Рассмотрены особенности реализации электрической энергии различными производителями в аспекте ценообразования и издержек. Предложены варианты решения поставленных проблем.

Рынок электрической энергии из чистой монополии постепенно превращается в рынок монополистической конкуренции, по крайней мере, в производстве электрической энергии и мощности наблюдаются такие изменения. Так, на территории обслуживаемой областной энергетической системой РУП «Гродноэнерго», по состоянию на конец 2016 года предприятиями-потребителями и чистыми производителями (за исключением областной государственной энергетической системы) в эксплуатацию введено энергогенерирующих источников установленной электрической мощностью 155,6 МВт, из них работающих на возобновляемых источниках энергии – 18 МВт [1]. Рынок активно развивается и достиг уже значительных результатов. Структура объемов произведенной электрической энергии различными производителями в Гродненской области Республики Беларусь в 2016 году представлена на рисунке.

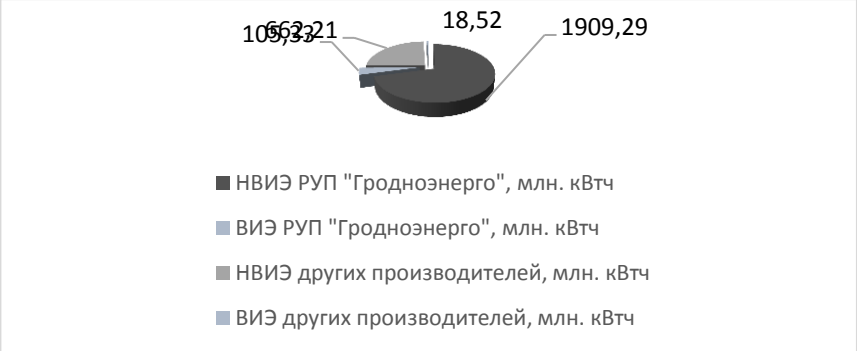


Рисунок – Структура объемов произведенной электрической энергии различными производителями в Гродненской области Республики Беларусь в 2016 году

Источник: собственная разработка автора на основании данных [1; 2].

Более 70 % установленной электрической мощности на территории Гродненской области Республики Беларусь принадлежит республиканскому унитарному предприятию «Гродноэнерго», а около 30 % предприятиям различных организационно-правовых форм, из них энергоисточники, работающие на возобновляемых источниках энергии, составляют 11,6 % [2].

Изменение развития рынка электрической энергии и мощности, несмотря на отсутствие в стране раздельных рынков производства, передачи и распределения и сбыта, обусловлено, прежде всего, тремя основными факторами:

- отсутствие препятствий для ввода в эксплуатацию источников электрической энергии и мощности независимо от вида энергоносителя, и, как следствие, экономия на обеспечении предприятия электрической энергией и мощностью, и соответственно снижение себестоимости выпускаемой продукции [3];
- поддержка развития энергогенерирующих мощностей, работающих на возобновляемых источниках энергии, со стороны государства, которое обеспечило гарантированное подключение к государственным энергетическим сетям установок по использованию возобновляемых источников энергии и гарантированное приобретение государственными энергоснабжающими организациями всей предложенной энергии, а также ее оплату по тарифам, устанавливаемым на уровне тарифов на электрическую энергию для промышленных и приравненных к ним потребителей с присоединенной мощностью до 750 кВ·А с применением повышающих коэффициентов, дифференцированных в зависимости от вида возобновляемых источников энергии, стимулирующих использование возобновляемых источников энергии [4];
- возможность осуществлять передачу и распределение электрической энергии, произведенной на территории Республики Беларусь юридическими лицами, не входящими в состав государственного производственного объединения «Белэнерго», и передавать обособленным (структурным) подразделениям производителя электрической энергии [5].

В данном случае тесно переплетаются интересы государства – как пока еще основного производителя электрической энергии, бизнеса – как основного ее потребителя, с достаточно высокой энергоемкостью выпускаемой продукции, и населения – как потребителя, в условиях перекрестного субсидирования и государственной политики социальной направленности.

Развитие возобновляемых источников энергии в общем является положительным явлением и решает множество задач в интересах общества и государства, таких как децентрализация энергетической системы, что, в свою очередь, решает проблему меньшей зависимости граждан страны и всей экономической инфраструктуры от нескольких крупных энергогенерирующих объектов, обеспечивает высокую эффективность в деле

экологического оздоровления страны и помогает воспитывать у граждан бережное отношение к природе, стимулировать их к экономному и бережному использованию энергии как жизненноважной ценности земной цивилизации.

Однако следует учесть, что цена электрической энергии, произведенной из возобновляемых источников энергии, по оценкам Министерства энергетики Республики Беларусь, выше цены энергии, полученной из традиционных источников, на 0,15 $, в то время как производство 1 кВт·ч электрической энергии из газа обходится 0,06 $ [6]. Такая стоимость электрической энергии, полученной из возобновляемых источников, обусловлена высокими повышающими коэффициентами, по которым государственная энергетическая система обязана закупать всю предлагаемую энергию. Например, для установок возобновляемых источников энергии с использованием энергии ветра применяется коэффициент 1,3, с использованием энергии естественного движения водных потоков – 1,1, с использованием энергии древесного топлива и иных видов биомассы – 1,3, с использованием энергии биогаза – 1,3, с использованием энергии солнца – 2,7, с использованием тепла земли и иных источников энергии, не относящихся к невозобновляемым – 1,3 [7].

Всю финансовую нагрузку, связанную с дороговизной «экологической» энергии, несут на себе энергоснабжающие организации, и если в начале развития производства электрической энергии из возобновляемых источников энергии в Республике Беларусь их мощность, а соответственно и количество вырабатываемой электрической энергии, была незначительной, то сегодня речь идет о достаточно больших величинах. В 2016 году объем покупной электрической энергии, полученной из возобновляемых источников, в РУП «Гродноэнерго» составил 18,2 млн кВт·ч, при собственной выработке 2014,6 млн кВт·ч.

Стоимость данного вида электрической энергии не включена на сегодняшний день в тарифы ни для реального сектора, ни тем более для физических лиц, которым электроэнергия отпускается по цене ниже себестоимости. В конечном итоге оплата этой энергии производится за счет прибыли энергоснабжающих организаций. Установленная электрическая мощность возобновляемых источников энергии постоянно растет, следовательно, может наступить ситуация, когда государственная энергетическая система окажется без оборотных средств для производства электрической энергии, дополнительно ситуация усугубляется неблагоприятными внешними факторами для реального сектора экономики. В свою очередь, для энергетической системы это выражается в неплатежах за отпущенную электрическую энергию.

Необходимо отметить, что в 2015 году государственной властью были предприняты некоторые меры по упорядочению рынка производства электрической энергии, таким образом, установлен определенный баланс интересов между бизнесом и государством. Был издан Указ Президента Республики Беларусь «Об использовании возобновляемых источников энергии», в соответствии с которым в целях совершенствования единой государственной политики в сфере использования возобновляемых источников энергии определено, что создание новых, модернизация, реконструкция действующих установок по использованию возобновляемых источников энергии осуществляются в пределах квот на создание установок по использованию возобновляемых источников энергии, порядок установления и распределения которых определяется Советом Министров Республики Беларусь [8].

В 2015 году Совет Министров Республики Беларусь в соответствии с Указом Президента Республики Беларусь «Об использовании возобновляемых источников энергии» постановил образовать Республиканскую межведомственную комиссию по установлению и распределению квот на создание установок по использованию возобновляемых источников энергии и утвердил Положение о порядке установления и распределения квот на создание установок по использованию возобновляемых источников

энергии, Положение о Республиканской межведомственной комиссии по установлению и распределению квот на создание установок по использованию возобновляемых источников энергии, состав Республиканской межведомственной комиссии по установлению и распределению квот на создание установок по использованию возобновляемых источников энергии [9].

Однако в случае дефицита оборотных средств у энергоснабжающих организаций возникает вопрос об источниках финансирования «экологической» энергии. Возможными вариантами могут быть повышение тарифов на электрическую энергию и мощность для промышленных предприятий, однако такая мера увеличит нагрузку на реальный сектор экономики и снизит конкурентоспособность предприятий. Повышение тарифов на электрическую энергию для населения может негативно сказаться на социальной сфере, хотя разумное повышение тарифов до уровня себестоимости производства электрической энергии – вполне реальный шаг. Пополнение оборотных средств из бюджета в условиях его дефицита выглядит крайне непопулярной мерой. Решить проблему может реформирование энергетической системы, вследствие чего были бы образованы раздельные рынки производства, передачи и распределения и оптовый и розничный рынки сбыта электрической энергии (биржи). В таком случае потребители сами установили бы баланс интересов в условиях, конкурирующих между собой производителей электрической энергии.

При производстве электрической энергии предприятиями-потребителями для собственного потребления и продажи избытков энергетической системе возникает определенная проблема, прежде всего связанная с промышленными и приравненными к ним потребителями с присоединенной электрической мощность 750 кВ·А и выше.

С одной стороны, ввод в эксплуатацию источников энергии предприятиями-потребителями снижает себестоимость выпускаемой предприятием продукции, повышает конкурентоспособность продукции, что, несомненно, способствует росту экспорта товаров и услуг в реальном секторе экономике. Но, с другой – государственная областная энергетическая система недоотпускает электрическую энергию и мощность, а в настоящее время со сложившимся уровнем рентабельности продаж по РУП «Гродноэнерго» около 10 %, речь идет о значительных суммах прибыли и налогов, отчисляемых в бюджет.

В соответствии с действующим законодательством при технологическом присоединении к электрическим сетям предприятия-потребителя на границе балансовой принадлежности электрического оборудования устанавливается величина разрешенной к использованию электрической мощности. И энергоснабжающая организация на этой границе в соответствии с договором электроснабжения обязана обеспечить заранее определенное количество электрической энергии и мощности требуемого качества. Для выполнения такого условия необходимо иметь соответствующую инфраструктуру как в части оборудования для производства электрической энергии и мощности, так и в части передачи и распределения. Естественно, развитая энергетическая система на начальном этапе требует огромных капитальных затрат, а позднее – немалых эксплуатационных расходов. Такие вложения имеют очень продолжительные сроки окупаемости, так как срок службы основного силового оборудования достигает нескольких десятков лет. Таким образом, после включения в работу источников энергии предприятия-потребителя инфраструктура областной государственной энергетической системы становится не востребованной, но, несмотря на это, необходимо продолжать нести эксплуатационные расходы и содержать в «холодном» и «горячем» резерве оборудование для обеспечения надежного электроснабжения в соответствии с заявленными категориями по надежности электроснабжения, ведь в любой момент времени энергосистема должна быть готова обеспечить предприятие электрической энергией и мощностью на случай выхода из строя установки предприятия либо любой другой форс-мажорной ситуации. Так как, с вводом в эксплуатацию предприятием собственных энергогенерирующих мощностей, разрешенная

к использованию электрическая мощность с разбивкой по категориям надежности электроснабжения не изменяется, то в конечном итоге накапливаются чистые убытки для энергетической системы. В то время как законодательство этот момент никак не регламентирует.

Возможным решением проблемы может стать введение платы за резерв электрической мощности промышленными и приравненными к ним потребителями с присоединенной мощность 750 кВ·А и выше.

Список литературы

1. Государственный кадастр возобновляемых источников энергии // Министерство природных ресурсов и охраны окружающей среды Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: http://www.ipps.by:9083/apex/f?p=105:1:505822718149822::NO. – Дата доступа: 27.02.2017.

2. Производственная характеристика РУП «Гродноэнерго» // РУП «Гродноэнерго» [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: http://www.energo.grodno.by/o%предприятии/общие сведения/производственная%характеристика. – Дата доступа: 27.02.2017.

3. Об утверждении Правил электроснабжения: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 17 окт. 2011 г., № 1394: в ред. постановлений Совмина от 08.05.2013., от 16.04.2014., от 23.10.2015., от 29.04.2016., от 03.06.2016. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2011. – № 121. – 5/34630.

4. О возобновляемых источниках энергии: Закон Респ. Беларусь, 27 дек. 2010 г., № 204-З // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2011. – № 2. – 2/1756.

5. О тарифе на услугу по передаче и распределению электрической энергии: постановление Министерства экономики Респ. Беларусь, 29 марта 2012 г., № 23: в ред. постановлений Минэкономики от 09.04.2014, от 24.06.2016 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2012. – №51 – 8/25396.

6. Тарифы на электроэнергию для реального сектора экономики нужно снижать – Потупчик // Белорусское телеграфное агентство [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: http://www.belta.by/economics/view/tarify-na-elektroenergiju-dlja-realnogo-sektora-ekonomiki-nuzhno-snizhat-potupchik-234770-2017/. – Дата доступа: 27.02.2017.

7. О тарифах на электрическую энергию, производимую из возобновляемых источников энергии на территории Республики Беларусь индивидуальными предпринимателями и юридическими лицами, не входящими в состав государственного производственного объединения электроэнергетики «Белэнерго», и отпускаемую энергоснабжающим организациям данного объединения: постановление Министерства экономики Респ. Беларусь, 07 авг. 2015 г., № 45: в ред. постановления Минэкономики от 24.08.2016 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2015. – 8/30189.

8. Об использовании возобновляемых источников энергии: Указ Президента Респ. Беларусь, 18 май 2015 г., № 209 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2015. – 1/15808.

9. Об установлении и распределении квот на создание установок по использованию возобновляемых источников энергии: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 06 авг. 2015 г., № 662 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2015. – 5/40894.

The problems in the electric power market in the Grodno region of the Republic of Belarus are analyzed, including from the point of view of the legislative base. Possible options for solving problems are considered, taking into account the balance of interests of business, government and society.

Лючевский Сергей Александрович, студент 1 курса магистратуры специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: liucheuski@mail.ru.

Научный руководитель – ***Шамов Олег Владимирович,*** кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 330.3

В.В. Малец

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

В статье рассматривается эффективность реализации инновационных проектов. Представлена классификация, предложены методические аспекты оценки эффективности их реализации.

Международный имидж Беларуси как страны с высоким уровнем интеллектуального и человеческого капитала поддерживает наука и инновации [1, с.45]. Не зря 2017 год Президентом Республики Беларусь был объявлен годом науки. В настоящее время только Национальной академией наук Беларуси ежегодно разрабатывается более 100 инновационных проектов.

Инновационный проект – проект, содержащий технико-экономическое, правовое и организационное обоснование конечной инновационной деятельности [2, с. 122–123].

Многообразие целей и задач инновационного развития определяет множество разновидностей инновационных и научно-технических проектов. Ниже приведена классификация инновационных проектов [3, с.21–22].

По уровню научно-технической значимости выделяют следующие виды проектов:

- модернизационный, когда конструкция прототипа или базовая технология кардинально не изменяются (расширение размерных рядов и гаммы изделий; установка более мощного двигателя, повышающая производительность станка, автомобиля);
- новаторский (улучшающие инновации), когда конструкция нового изделия по виду своих элементов существенным образом отличается от прежнего (добавление новых качеств, например, введение средств автоматизации или других, ранее не применявшихся в конструкциях данного типа изделий, но применявшихся в других типах изделий);
- опережающий (базисные инновации), когда конструкция основана на опережающих технических решениях (введение герметических кабин в самолетостроении, турбореактивных двигателей, ранее нигде не применявшихся);
- пионерный (базисные инновации), когда появляются ранее не существовавшие материалы, конструкции и технологии, выполняющие прежние или даже новые функции (композитные материалы, первые радиоприемники, электронные часы, персональные компьютеры, ракеты, атомные станции, биотехнологии) [4, с.37–38].

Уровень значимости проекта определяет сложность, длительность, состав исполнителей, масштаб, характер продвижения результатов инновационного процесса, что влияет на содержание проектного управления.

По основным типам выделяют следующие виды инновационных проектов:

1. По предметно–содержательной структуре и по характеру инновационной деятельности проекты подразделяются на:
   - исследовательские;
   - научно-технические;
   - связанные с модернизацией и обновлением производственного аппарата;
   - проекты системного обновления предприятия.
2. По уровню решения инновационные проекты подразделяются на:
   - международные;
   - республиканские;
   - региональные;
   - отраслевые;

- отдельного предприятия.

3. По характеру целей проекта подразделяются на:

- конечные – отражают цели, решения проблемы в целом;
- промежуточные.

4. По периоду реализации инновационные проекты бывают:

- долгосрочные (более 5 лет);
- среднесрочные (до 5 лет);
- краткосрочные (1–2 года).

5. По типу инноваций проекты подразделяются на ориентированные на:

- новый продукт;
- новый метод производства;
- новый рынок;
- новый источник сырья;
- новую структуру управления.

6. По виду удовлетворяемых потребностей, могут быть ориентированы на удовлетворение существующих потребностей или на создание новых потребностей;

7. По типу инноваций, проекты могут быть ориентированы на:

- ведение нового или усовершенствованного продукта;
- создание нового рынка;
- освоение нового источника сырья или полуфабрикатов;
- реорганизацию структуры управления [5, с. 121].

8. С точки зрения масштабности решаемых задач инновационные проекты подразделяются следующим образом:

Монопроекты – проекты, выполняемые, как правило, одной организацией или даже одним подразделением; отличаются постановкой однозначной инновационной цели (создание конкретного изделия, технологии), осуществляются в жестких временных и финансовых рамках, требуется координатор или руководитель проекта;

Мультипроекты – представляются в виде комплексных программ, объединяющих десятки монопроектов, направленных на достижение сложной инновационной цели, такой, как создание научно-технического комплекса, решение крупной технологической проблемы, проведение конверсии одного или группы предприятий военно-промышленного комплекса; требуются координационные подразделения;

Мегапроекты – многоцелевые комплексные программы, объединяющие ряд мультипроектов и сотни монопроектов, связанных между собой одним деревом целей; требуют централизованного финансирования и руководства из координационного центра. На основе мегапроектов могут достигаться такие инновационные цели, как техническое перевооружение отрасли, решение региональных и федеральных проблем конверсии и экологии, повышение конкурентоспособности отечественных продуктов и технологи [6, с. 117].

Таким образом, инновационный проект представляет собой сложную систему процессов, взаимообусловленных и взаимоувязанных по ресурсам, срокам и стадиям. Инновационные проекты могут носить разный характер и отличаться по ряду классификационных признаков[3, с 20].

Следует отметить, что основной целью реализации инновационных проектов является получение прибыли.

Для оценки эффективности реализации инновационных проектов необходимо определить ряд показателей.

Основными показателями экономической эффективности от внедрения инновационных проектов в соответствии с постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 18.05.2002. № 637 являются:

1. Капитальные вложения;

2. Расчет текущих затрат;
3. Срок окупаемости;

1. Капиталовложения в здания и сооружения. Затраты капиталовложений в здания, сооружения рассчитываются при внедрении новых инновационных проектов при необходимости дополнительной площади для размещения оборудования. Расчет производственной площади производится по формуле:

$$S_{пр} = \sum_{i=1}^{n} \boldsymbol{Si} * \boldsymbol{m}_{прi}, \quad (1)$$

где Si – удельная площадь на единицу оборудования i-й группы, м^2;

$M_{прi}$– принятое количество единиц оборудования этой же группы;

n – количество групп оборудования [7, с. 6].

Расчет капитальных вложений в здания может быть выполнен укрупненным методом исходя из стоимости 1 м^2 производственной площади по ценам на момент проведения расчета по формуле:

$$К_{зд} = S_{пр}*Ц_{пр}. \quad (2)$$

Капиталовложения в машины и оборудования определяются исходя из суммы приобретения оборудования, затрат на транспортировку, установку, монтаж и наладку. Расчет производится по формуле:

$$К_{МиО}= \sum \boldsymbol{mi} * Ц_i+ТР+ТМ, \quad (3)$$

где $К_{МиО}$ – величина капиталовложений в машины и оборудование;

m_i – количество единиц оборудования i-го вида, шт.;

$Ц_i$ – цена единиц оборудования без учета НДС, тыс. руб.;

ТР – транспортные расходы, связанные с доставкой оборудования;

ТМ – расходы на установку, монтаж, наладку оборудования [7, с. 7].

2. Расход текущих затрат;Расходы на приобретение основных материалов на готовой объем производства определятся по каждому виду материалов:

$$С^{ед}= М_{осн.i}*Ц_{осн.i}*К_{т-з.i}. \quad (4)$$

3. Срок окупаемости. Простой срок окупаемости – позволяет рассчитать период, который пройдет с момента вложения средств до момента их окупаемости.

$$Т_{ок} = К_2/Э<Т_{и}. \quad (5)$$

Динамический (дисконтированный) срок окупаемости – это длительность периода, который проходит от начала вложений до времени его окупаемости с учетом дисконтирования. Под ним понимают наступление такого момента, когда чистая текущая стоимость становится неотрицательной и в дальнейшем таковой остается [7, с. 42].

$$\sum_{\boldsymbol{m}} Э\boldsymbol{i} * \boldsymbol{K}д\boldsymbol{i} = \boldsymbol{K}_2. \quad (6)$$

Чистый дисконтированный доход – характеризует интегральный эффект от реализации проекта и определяется как величина, полученная дисконтированием чистого потока наличности, накапливаемого в течение горизонта расчета.Положительное значение ЧДД свидетельствует об экономической эффективности инвестиций на заданном горизонте расчета.

$$ЧДД = \sum_{\boldsymbol{i=1}}^{\boldsymbol{T}} \frac{П\,(\boldsymbol{i-1})}{(\boldsymbol{1+Д})(\boldsymbol{i-1})}. \quad (7)$$

Внутренняя норма доходности – интегральный показатель, рассчитываемый нахождением ставки дисконтирования, при которой стоимость будущих поступлений равна стоимости инвестиций (ЧДД = 0). Внутренняя норма доходности показывает, под какую ставку банковского процента необходимо помещать инвестиции, чтобы получить к концу расчетного периода прирост вклада на уровне прибыли по проекту. Определяется из уравнения:

$$\sum_{\boldsymbol{m}} Д_1*К_{дi}=К_2. \quad (8)$$

Равенство левой и правой части уравнения достигается за счет изменения левой части путем подбора такой ставки дисконта, которая приведет к изменению коэффициента

дисконтирования и соответственно изменению суммы. Если внутренняя норма доходности равно 10%, то является экономически эффективным [7, с. 43].

Индекс прибыльности определяется по формуле:

$$И_п=\sum_{m} Д_i*К_{дi}=К_2. \quad (9)$$

Внедрение технологии считается эффективным, если $И_п \geq 1$ [7, с. 43].

Вышеуказанная методика оценки эффективности реализации инновационных проектов успешно применяется не только в Республике Беларусь, но и за ее пределами.

Таким образом, в современных условиях для успешной реализации инновационного развития как отдельных предприятий, так и страны в целом необходимо больше внимания уделять разработке и реализации инновационных проектов, а также оценке их эффективности.

Список литературы

1. Национальный Интернет-портал Республики Беларусь. [Электронный ресурс]/ Национальная академия Беларуси. – Режим доступа: http://nasb.gov.by. – Дата доступа 12.03.2017.
2. Национальный Интернет-портал Республики Беларусь. [Электронный ресурс]/ Белорусское телеграфное агенство. – Режим доступа: http://belta.by. – Дата доступа 12.03.2017.
3. Национальный Интернет-портал Республики Беларусь. [Электронный ресурс]/ Технологический парк Могилев. – Режим доступа: http://www.technopark.by. – Дата доступа 12.03.2017.
4. Ковтуненко, А. М. Инновация – основа конверсии и путь выхода из кризиса / А. М. Ковтуненко. – Минск : Университетское, 2006. – 253 с.
5. Морозов, Ю. П. Инновационный менеджмент: учеб. пособие для ВУЗов / Ю. П. Морозов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 446 с.
6. Методические рекомендации по оценке инвестиционных проектов.– М. : Экономика, 2000. – 453 с.
7. Инструкция №37.403.754-2005 Методика расчета экономической эффективности инвестиций в новые технологии. ОАО «Белкард». – Гродно, 2016. – 56 с.

In today's world when the economic development of the country depends on innovations it is necessary to realistically assess the efficiency of implementation of innovative projects. The article presents the classification of innovative projects, deals with methodological aspects of assessing the effectiveness of their implementation.

Малец Виктория Владимировна, студентка 4 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: viktoriya-malec@mail.ru.

Научный руководитель – ***Гораева Татьяна Юрьевна,*** кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 339.137.2(476)

К.Л. Матылевич, В.Ю. Снежко

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В статье приведены предложения и выполнены расчеты для поддержания конкурентоспособности предприятия на примере ОАО «ГТФ «Неман». Показана эффективность внедрения сигаретно-упаковочной линии.

Конкурентоспособность в рыночной экономике является основным фактором коммерческого успеха предприятия. Политика многих предприятий в области обеспечения конкурентоспособности продукции и услуг нередко оказывается недостаточно квалифицированной. Отсутствие необходимых теоретических и практических знаний в этой области зачастую приводит к серьезным просчетам при установлении цен, что ведет в ряде случаев к существенным убыткам, а иногда и к банкротству предприятий.

Для поддержания конкурентоспособности предприятию необходимы инновации. Без инновационной деятельности невозможно противостоять силам, изменяющим рыночные условия и активизирующим действия сил конкуренции. По мере экономического развития общества значение инноваций все более возрастает и на современном этапе инновации становятся важнейшим инструментом конкурентной борьбы хозяйствующих субъектов на всех уровнях иерархии – от отдельных структурных единиц предприятий до стран и регионов в целом.

Из теории конкуренции и экономической практики известно, что инновации являются основным фактором повышения конкурентоспособности, так как производство инновационного продукта – это прежде всего повышение качества продукции, рост эффективности экономики и продаж товаров [1, с. 221].

Инновационная деятельность – вид деятельности, связанный с трансформацией идей (результатом научных исследований и разработок) в технологически новые производства продукции или усовершенствованные продукты с целью удовлетворения общественных потребностей, повышения конкурентоспособности товаров и реализации их на рынке.

Результатом инновационной деятельности организации выступают инновации. Инновации – это создаваемые новые или усовершенствованные виды товаров, техники и технологий, а также организационно-технические решения производственного, коммерческого характера, обслуживающие продвижение новых технологий, товаров и услуг на рынок [1, с. 223].

Взаимодействие инвестиций, инновационной деятельности и конкурентоспособности осуществляется по следующей схеме: инвестиции – инновации – конкурентоспособность – удовлетворение личных и производственных потребностей – повышение качества и уровня жизни населения страны.

Побудительные мотивы развития инновационной деятельности организации классифицируются на внешние и внутренние.

Внешними мотивами являются:

- необходимость приспособления организации к ужесточающейся конкуренции, новым условиям хозяйствования;
- изменения в налоговой, кредитно-денежной и финансовой политике государства;
- совершенствование потребительских предпочтений и динамики сбыта, определяющих приоритет спроса на рынках;
- активизация конкурентов;
- структурные и отраслевые изменения;
- расширение рынка факторов производства, определяющих давление предложения на рынках;
- обеспечение экологической безопасности страны.

Внутренними мотивами инновационной деятельности организации являются:

- необходимость удовлетворения рынка на основе повышения конкурентоспособности организации и товаров;
- постоянное стремление организации увеличить объем продаж;
- расширение доли рынка, переход организации на новые рынки;
- обеспечение экономической безопасности и финансовой устойчивости организации;

- максимизация получения организацией устойчивой прибыли в долгосрочном периоде.

Результатом использования нововведений является повышение конкурентоспособности товаров и организаций, а показателями – абсолютная и относительная новизна и прогрессивность инноваций, уровень унификации и стандартизации, адаптивность к новым условиям хозяйствования, способность к модернизации, экономическая эффективность и экологическая безопасность. Все показатели новшества являются, по сути, воплощением показателей технико-организационного уровня нововведения и его конкурентоспособности. Их значимость определяется степенью влияния на уровень конкурентоспособности и конечные результаты деятельности организации [2, с. 224].

В настоящее время без закупки нового оборудования невозможно удержать позиции на рынке. Дальнейшее развитие и модернизация предприятия проходят согласно требованиям рынка и развивающимся тенденциям. На сегодняшний день в Республике Беларусь курят более 56 % мужчин и 20 % женщин. Различные исследования показывают, что растет спрос именно на легкие сигареты. И еще одна тенденция: женщины курят меньше, но предпочитают более дорогие сигареты. В этом плане, рассматривая основную товарную группу American Blend и ее подсегмент – «Super Slims» прослеживается четкая тенденция по вытеснению других видов сигарет. При этом основное развитие получает именно формат «Super Slims».

С конца 2008 фабрикой освоено производство табачных изделий формата «Super Slims» (сигареты длинной 99 мм и диаметром 5 мм), ранее только импортированных в республику [3].

С целью максимального удовлетворения потребностей рынка, а также повышения качества производимой продукции фабрикой предлагается ввод в эксплуатацию высокопроизводительного оборудования с использованием инновационных технологий, развитие современной инфраструктуры производственного комплекса и расширение ассортимента. Это позволит:

- снизить производственные потери табачного сырья и материалов;
- уменьшить расход топливно-энергетических ресурсов;
- повысить производительность за счет снижения ручного труда;
- сократить затраты по хранению табачных изделий и их доставке к месту хранения.

Приобретение новой сигаретно-упаковочной линии по производству табачных изделий формата «Super Slims» (длина сигареты 83 мм, диаметр 5 мм) позволит расширить ассортимент типа American Blend формата Super Slim выпускаемой продукции собственных марок, а также производимой контрактной продукции.

Объем капитальных вложений и инвестиционных затрат на приобретение новой сигаретно-упаковочной линии по производству табачных изделий формата «Super Slims» (длина сигареты 83 мм, диаметр 5 мм) составит 5 413 950 Евро.

Объем инвестиций на приобретение данной линии составляет 64 209,4 млн. рублей, и НДС, уплачиваемый при приобретении оборудования, составит 12 841,9 млн. рублей.

Финансирование инвестиций на приобретение данной линии планируется осуществлять за счет кредитных ресурсов – 64 209,4 млн. рублей, за счет собственных средств – 12 841,9 млн. рублей.

Для оценки ожидаемой прибыли и срока окупаемости сигаретно-упаковочной линии по производству табачных изделий формата «Super Slim» (длина сигареты 83 мм, диаметр 5 мм) использован плановый расчет на производство сигарет «Minsk capital»

Таблица 1 – Плановый расчет на производство сигарет «Minsk capital»

	Руб./тыс. штук
Полная себестоимость	41 270

Прибыль	30 916
Рентабельность	74,9%
Оптовая цена	72 186
Акцизный налог	15 310
Оптовая цена с акцизным налогом	87 496
НДС (20%)	17 504
Оптово-отпускная цена с НДС	105 000
Торговая скидка	35 000
Розничная цена с НДС за 1 тыс. шт.	140 000
Розничная цена с НДС за 1 пачку	4 800

Источник: бизнес-план ОАО «ГТФ «Неман».

Плановый расчет оптовой цены на сигареты с филиалом «Minsk capital» показывает, что при розничной цене сигарет 4800 рублей фабрика получает прибыль от производства 1000 штук табачных изделий в размере 30 916 рублей.

Таблица 2 – Эффективность внедрения сигаретно-упаковочной линии формата «Super Slims» (длина сигареты 83 мм, диаметр 5 мм)

№ №№ п/п	Наименование показателя	Единицы измерения	Стоимость
1.	Стоимость приобретаемой упаковочной линии	Евро	5 413 950
2.	Годовая производительность сигаретно-упаковочной линии формата «Super Slims» (длина сигареты 83 мм, диаметр 5 мм)	Млрд шт./год	1,9
3.	Ожидаемая годовая чистая прибыль от производства сигарет	Млн. рублей	44 642,7
		Евро	3 764 140
4.	Срок окупаемости упаковочной линии	год	1,4

Источник: собственная разработка авторов.

Расчеты показывают, что при годовом производстве сигарет с фильтром на сигаретно-упаковочной линии формата «Super Slims» (длина сигареты 83 мм, диаметр 5 мм) в количестве 1,9 млрд штук ожидаемая чистая прибыль от производства данной продукции составит 44,6 млрд рублей в год. Простой срок окупаемости при ее стоимости 5 413 950 Евро не превысит и двух лет.

Таким образом, в настоящее время без закупки нового оборудования невозможно удержать позиции на рынке. С целью максимального удовлетворения потребностей рынка, а также повышения качества производимой продукции фабрике предлагается ввод в эксплуатацию новой сигаретно-упаковочной линии по производству табачных изделий формата «Super Slims» (длина сигареты 83 мм, диаметр 5 мм).

Список литературы

1. Воробьева, Л. В. Влияние инноваций на конкурентные преимущества предприятий // Инновационное развитие звеньев экономики: монография / под ред. А. А. Быкова и М. И Ноздрина-Плотницкого. – Минск : Мисанта, 2009. – 143 с.

2. Головачев, А. С. Конкурентоспособность организации: учеб. пособие. / А С. Головачев. – Минск : Выш. шк., 2012. – 319 с.

3. Гродненская табачная фабрика «Неман» [Электронный ресурс]. – Режим доступа http://www.tabak.by/. – Дата доступа: 24.11.2016.

The article contains proposals and performed competitive calculations to maintain the competitiveness of the enterprise by the example of OAO GTP Neman. The effectiveness of the introduction of the cigarette-packaging line is shown.

Матылевич Ксения Леонидовна, студентка 2 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: matylevichksenia@tut.by .

Снежко Вероника Юрьевна, студентка 2 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: matylevichksenia@tut.by .

Научный руководитель – ***Мороз Аркадий Иосифович***, кандидат экономических наук, доцент, профессор кафедры экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 338.5

Н.А. Машуто

КРАТКАЯ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КСУП «КРАКОВКА» ОШМЯНСКОГО РАЙОНА

Представлена организационная характеристика и проанализированы основные экономические показатели коммунального сельскохозяйственного унитарного предприятия «Краковка» Ошмянского района.

Коммунальное сельскохозяйственное унитарное предприятие «Краковка» создано путем преобразования СПК «Краковка» на неопределенный срок на основании Указа Президента Республики Беларусь от 17.07.2014 №349 «О реорганизации колхозов (СПК)», решения общего собрания членов СПК «Краковка» (протокол от 07.03.2016 г. № 1). КСУП «Краковка» является правопреемником СПК «Краковка», зарегистрированного решением Гродненского областного исполнительного комитета от 30.06.2003 года. Ошмянским районным исполнительным комитетом КСУП «Краковка» зарегистрировано в Едином государственном регистре юридических лиц и индивидуальных предпринимателей 03.10.2016 года.

КСУП «Краковка» расположено по адресу: Гродненская область, Ошмянский район, агрогородок Краковка. КСУП «Краковка» находится в 3 километрах от районного центра города Ошмяны и в 220 километрах от областного центра города Гродно, в 20 километрах от железнодорожной станции, от снабженческих и перерабатывающих предприятий в 4 километрах.

В состав КСУП входит 39 деревень: Краковка, Дукойни, Петрули, Лейлубка, Ожалеи, Бервенцы, Поляны, Поляники, Жвирблишки, Ягеловщина, Люговщина, Гринцы, Тиханы, Працковщина, Анкуды, Галины, Амоляны, Скилондишки, Толотишки, Станция Ошмяны, Дяговцы, Новики, Докурнишки, Новоселки, Новосяды, Микутяны, Якемвщина, Волойти, Жупраны, Липовка, Нарбуты, Заречье, Кушлево, Баранцы, Шумилишки, Клеи, Лустишки, Заборцы, Замостяны.

Пункты сдачи основной сельскохозяйственной продукции следующие: ОАО «Ошмянский сыродельный завод», ОАО «Лидахлебопродукт», ОАО «Ошмянский мясокомбинат», ОАО «Ошмяны-Лен», ОАО «Скидельский сахарный комбинат», ОАО «Белсолод», ОАО «Гроднохлебопродукт», УП «Сморгонский комбикормовый завод».

КСУП имеет молочно-мясное направление специализации с ярко выраженным производством зерновых культур.

КСУП имеет следующую структуру: два производственных участка в растениеводстве; молочно-товарный комплекс, две молочно-товарные фермы, две свинофермы и шесть ферм по выращиванию молодняка крупного рогатого скота.

Обслуживают хозяйство две тракторные бригады, две мастерские по ремонту сельскохозяйственной техники, один мехдвор, строительная бригада и бригада по ремонту оборудования ферм.

Так как земля – основа производства в сельском хозяйстве, изучим состав и структуру земельных угодий за 2 последних года (таблица 1):

Таблица 1 – Состав и структура земельных угодий

Вид угодий	Базисный год 2015		Отчетный год 2016		Отклонения	
	Площадь, га	Структура, %	Площадь, га	Структура, %	+, -, га	В % отчетный год к базисному
Общая земельная площадь	10 019	100	10 019	100	0	0
В т.ч. сельскохозяйственные угодья	9 187	91,70	9 187	91,70	0	0
Из них: – пашня	6 745	67,32	6 745	67,32	0	0
- сенокосы	2 442	24,38	2 442	24,38	0	0
Прочие угодья, приусадебные участки	832	8,30	832	8,30	0	0

Источник: собственная разработка автора на основании годовых отчетов КСУП «Краковка» за 2015–2016 годы [1, с 22–23].

Общая земельная площадь, находящаяся в землепользовании КСУП, составляет более 10 тыс. га, из них более 9,1 тыс. га – сельскохозяйственные угодья. Как видно из таблицы, в 2016 году по сравнению с 2015 изменений общей земельной площади не произошло, также отстуствуют структурные изменения в землепользовании хозяйства.

Таблица 2 – Показатели экономической эффективности использования земли

Показатели	Базисный год 2015	Отчетный год 2016	Изменение (+, -) к базисному году	Рост в % по отношению к базисному году
1. Произведено на 100 га с/х угодий				
- валовой продукции, тыс. руб.	99,44	86,96	-12,48	87,5
- молока, ц	623,82	701,53	77,71	112,5
- мяса, ц	72,71	57,80	-14,91	79,5
2. Урожайность				
- зерновых, ц/га	42,6	19,1	-23,5	44,8
- картофеля, ц/га	134,5	84,8	-49,7	63,0
3. Произведено зерна на 100 га пашни, ц	2083,02	828,02	-1255	39,8
4. Стоимость валовой продукции в сопоставимых ценах, тыс.руб	9 135	7 989	-1146	87,5
в том числе: - растениеводства, тыс.руб	4 706	3 452	-1254	73,3
- животноводства, тыс.руб	4 429	4 537	108	102,4

Источник: собственная разработка автора на основании годовых отчетов КСУП «Краковка» за 2015–2016 годы.

Как видно из таблицы, общий выход валовой продукции со 100 га сельскохозяйственных угодий анализируемого КСУП в 2016 году снизился на 12,48 тыс. руб. так же снизилось производство мяса – на 14,91 ц, но при этом возросло производство молока на 77,71 ц. Показатель урожайности зерновых культур в анализируемом КСУП уменьшились в динамике на 23,5 ц/га или на 55,2 %, урожайность картофеля уменьшилась на 49,7 ц/га, или на 37 %. Положительно, что стоимость валовой продукции животноводства увеличилась на 108 тыс. руб., или на 2,4 %, но при этом снизилась стоимость валовой продукции растениеводства на 1254 тыс. руб., или на 26, 7 %.

Таблица 3 – Основные экономические показатели производственно-финансовой деятельности организации

Показатели	Базисный год	Отчетный год	Отклонения (+, -) к базисному году
1. Продуктивность животных:			
удой молока на 1корову, кг	4 322	4 753	431
выход телят на 100 коров, гол	105	124	19
Среднесуточный привес крупного рогатого скота, г	594	592	-2
Среднесуточный привес свиней, г	478	252	-226
2 .Себестоимость 1 т продукции животноводства, руб:			
молока	304	255	-49
привеса крупного рогатого скота	2897	3 083	186
привеса свиней	2486	3 380	894
Продукции растениеводства, руб.:			
зерновых	110	141	31
картофеля	206	415	209
3. Прибыль, убыток от реализациипродукции, всего (тыс. руб)			
в т.ч. продукции растениеводства	336,4	4	-332,4
продукции животноводства	81	190	109
4. Уровень рентабельности по конечному финансовому результату, %	0,1	-2,5	-2,6

Источник: собственная разработка автора на основании годовых отчетов КСУП «Краковка» за 2015–2016 годы.

В КСУП «Краковка» в 2016 году наблюдается увеличение показателей продуктивности животных, себестоимости продукции растениеводства, себестоимости продукции животноводства, кроме себестоимости молока, а так же увеличилась прибыль от реализации продукции животноводства. По остальным показателям уровня производства наблюдается снижение в динамике.

Таблица 4 – Показатели экономической эффективности использования трудовых ресурсов

Показатели	Базисный год	Отчетный год	Отклонения (+,-) к баз. году
1.Стоимость валовой продукции в сопоставимых ценах, в т.ч (тыс. руб.):	9135	7 989	-1146
Растениеводство, млн руб,	4706	3 452	-1254
Животноводство, млнруб.	4429	4 537	108
2.Среднегодовая численность работников всего, в т.ч. (чел.):	290	270	-20

3.Стоимость валовой продукции на 1 среднегодового работника, (тыс. руб.)	31,50	29,59	-1,91
4.Отработано тыс.час всего в т.ч.	754	709	-45
Растениеводство, тыс.час	406	248	-158
Животноводство, тыс.час	348	461	113
5.Выход продукции на 1 чел\час в т.ч. (руб)	12	11	-1
Растениеводство, руб	12	14	2
Животноводство, руб	13	10	-3

Источник: собственная разработка автора на основании годовых отчетов КСУП «Краковка» за 2015–2016 годы.

Стоимость валовой продукции в сопоставимых ценах в КСУП в 2016 году уменьшилась на 1146 тыс. руб. В динамике среднегодовая численность работников уменьшилась на 20 человек. Соответственно уменьшилась стоимость валовой продукции на 1 среднегодового работника. Так же наблюдается уменьшение отработанных часов на 45 тыс.час.

Таблица 5 – Размер и структура товарной сельскохозяйственной продукции

Отрасли и виды продукции	Базисный год		Отчетный год		Отчетный год к базисному, %
	Выручка, тыс. руб.	Структура, %.	Выручка, тыс. руб.	Структура, %.	
Растениеводство –всего в том числе:	2089	34,5	1562	24,0	74,8
зерновые	1056	17,5	731	11,2	69,2
картофель	46	0,8	8	0,1	17,4
рапс	306	5,1	134	2,1	43,8
сахарная свекла	663	11,0	689	10,6	103,9
другая продукция растениеводства	18	0,3	0	0	0,0
Животноводство – всего в том числе:	3771	62,3	4537	69,7	120,3
молоко и молочная продукция	2388	39,5	2819	43,3	118,0
мясо КРС	916	15,1	759	11,7	82,9
мясо свиней	442	7,3	463	7,1	104,8
мясо лошадей	0	0	5	0,08	0,0
продано на племенные цели и прочая продажа	25	0,4	491	7,5	1964,0
Промышленная продукция	89	1,5	106	1,6	119,1
Прочая продукция	100	1,7	308	4,7	308,0
Всего по организации	6049	100,0	6513	100	107,7

Источник: собственная разработка автора на основании годовых отчетов КСУП «Краковка» за 2015-2016 годы [2, с.28–29].

В структуре товарной продукции КСУП наибольший удельный вес занимает продажа молока и молочной продукции – 39,5 % в 2015 году и 43,3 в 2016. На втором месте в структуре реализации находится мясо КРС – 15,1 % и 11,7 % от общего размера выручки по годам соответственно. Среди растениеводческих видов продукции значительный удельный вес занимает реализация зерновых –17,5 % и 11,2 % по годам соответственно. Достаточно большой удельный вес занимает продажа сахарной свеклы – 11,0 % и 10,6 % по годам динамики. Остальные виды сельскохозяйственной продукции занимают небольшой удельный вес в структуре товарной продукции хозяйства. Из этого можно сделать вывод о том, что анализируемый КСУП имеет молочно-мясное направление специализации с ярко выраженным производством зерновых культур.

Таблица 6 – Состав основного капитала организации (тыс. руб)

Виды основных средств	Остаток на начало года	Поступило	Выбыло	Остаток на конец года	Превышение поступления над выбытием
Здания и сооружения	18 641	535	223	18 953	312
Передаточные устройства	65	2	4	63	-2
Машины и оборудования	6463	187	356	6 294	-169
Транспортные средства	486		2	484	-2
Инструмент, инвентарь и принадлежности	7		4	3	-4
Рабочий скот и животные основного стада	1638	1 826	1 122	2 342	704
Многолетние насаждения	1			1	
ИТОГО	27301	2550	1711	28140	839

Источник: собственная разработка автора на основании годовых отчетов КСУП «Краковка» за 2015–2016 годы [2, с.45–46].

Каждое хозяйство должно иметь достаточное количество основных производственных фондов. Состав основного капитала приведен в таблице. В 2016 году движение произошло по всем видам основных средств, кроме многолетних насаждений. всего поступило основных средств на сумму 2550 тыс. руб, а выбыло на 1711 тыс.руб. Из этого можно сделать вывод, что стоимость поступивших основных средств превышает стоимость выбывших на 839 тыс. руб.

Таблица 7 – Обеспеченность и эффективность использования капитала организации

Показатели	Базисный год	Отчетный год	Отчетный год в % к баз.году
1.Среднегодовая стоимость основных производственных фондов сельскохозяйственного назначения , тыс. руб.	21883	22556	103,1
2.Среднегодовая численность работников, чел.	290	270	93,1
3.Площадь сельскохозяйственных угодий, га	9187	9187	100
4. Валовая продукция сельского хозяйства в сопоставимых ценах, тыс. руб	9136	7989	87,4
4.Фондообеспеченность, тыс. руб	2,38	2,46	103,4
5.Фондовооруженность, тыс. руб.	75,46	83,54	110,7
6.Фондоотдача, руб.	0,42	0,35	83,3
7.Фондоемкость, руб	2,40	2,82	117,5

Источник: собственная разработка автора на основании годовых отчетов КСУП «Краковка» за 2015–2016 годы [1, с. 33–34].

Для осуществления процесса производства хозяйство должно быть не только в достаточной мере обеспечено основными и оборотными средствами производства, но и они должны использоваться эффективно. Показатели обеспеченности анализируемого КСУП основными фондами увеличились в динамике. Однако это, скорее всего, в большей степени связано с увеличением среднегодовой стоимости основных средств в результате их ежегодной переоценки. Отрицательно, что эффективность использования основных фондов понизилась. Об этом свидетельствует уменьшение показателя фондоотдачи на 16,7 % и, соответственно, увеличение показателя фондоемкости на 17,5 %.

Список литературы

.

1. Годовой отчет КСУП «Краковка», 2015 г. – 58 с.
2. Годовой отчет КСУП «Краковка», 2016 г. – 62 с.

The article describes organization characteristics and analyzes the main economic indicators of Engineering Agricultural Unitary Company "Krakovka" in Oshmyanskiy district.

Машуто Наталья Александровна, учащаяся 3 курса специальности «Бухгалтерский учет, анализ и контроль» Ошмянского аграрно-экономического колледжа, Ошмяны, Беларусь. E-mail: oaek@tut.by.

Научный руководитель – ***Резанович Ольга Брониславовна,*** преподаватель Ошмянского аграрно-экономического колледжа, Ошмяны, Беларусь.

УДК 338.5

А.С. Мехдиева

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ НА ПРЕДРИЯТИИ ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

На примере ИЧТПУП «Эвелида» проанализированы принципы управления инновационным развитием белорусских предприятий, которые активно используют методологию проектного менеджмента. Разработана концепция системного управления инновационным развитием предприятия. Определены основные задачи в процессе реализации инновационной политики предприятия.

В настоящее время важнейшей составной частью экономического развития является инновационное развитие отдельных хозяйствующих субъектов путем насыщения рынка новыми технологиями. Увеличение роли инноваций в современных условиях предопределяет активизацию инновационной деятельности предприятий на основе повышения эффективности производства, осуществления перспективных научно-исследовательских разработок и реализации инновационных программ. Исходным ресурсом или «сырьем» для инновационного процесса являются научные знания, а движущей силой – рыночный спрос [1, с. 52].

Онтологическая сущность категории «инновационное развитие промышленного предприятия» предполагает раскрытие знания об особенностях и закономерностях осуществления инновационной деятельности деревообрабатывающими предприятиями в условиях формирования инновационных кластеров. Механизм управления инновационным развитием такого предприятия определяется как совокупность методов и средств воздействия на инновационные процессы, основан на формировании инновационного потенциала и его превращении в инновационный капитал в условиях развития интеграционных процессов взаимодействия экономических субъектов.

Необходимо отметить, что инновации – это не только использование высоких технологий, но и инновации в сфере управленческих решений [2, с. 57]. Для реализации возникающих перед предприятием инновационных задач необходима реорганизация системы управления предприятием на основе новых управленческих технологий – инновационных подходов в управлении деревообрабатывающих предприятий. В сложившихся условиях в вопросе управления инновационным развитием деревообрабатывающего предприятия возрастает значение организационно-управленческих аспектов, направленных на эффективное обеспечение комплексного осуществления инновационной деятельности. Это обусловливается общим положением, что динамика инновационного развития предприятий, связанных с деревообработкой, во многом зависит от организации эффективных форм взаимодействия государства, бизнеса и науки, а также коммуникационных связей, выступающих субъектами процесса развития.

Управление инновационным развитием деревообрабатывающего предприятия рассматривается как системное управление инновационной деятельностью, направленной на формирование и обеспечение достижения экономического роста путем

рационального использования, наращивания и распределения инновационного потенциала, включающего материальные, трудовые, финансовые, информационные ресурсы, с целью превращения его в инновационный капитал, способный обеспечить инновационное развитие предприятия.

В процессе реализации инновационного развития деревообрабатывающего предприятия решаются задачи: повышения эффективности процесса принятия решений через оптимизацию управленческо-технических аспектов, в том числе развитие и эффективное обучение кадрового персонала; реализации политики предприятия – в частности, вопросы снабженческого характера; улучшения управления документооборота и делопроизводства; повышения надежности системы инженерной и финансовой подготовки производства.

Таким образом, управление инновационным развитием предприятия представляет собой комплекс мер, вызывающих различные преобразования в организационной системе, трудовых отношениях, отношениях с поставщиками и потребителями продукции. Результатом инновационной деятельности является экономия общественного труда. Соотношение прибыли и издержек определяет заинтересованность участников в инновациях [2, с. 33].

Факторы и условия внешней среды порождают необходимость формирования нового механизма управления предприятием и разработку методологических принципов инновационного развития его деятельности. К основным принципам инновационного развития предприятия следует отнести следующие принципы, представленные в таблице.

Таблица – Принципы инновационного развития ИЧТПУП «Эвелида»

Наименование принципа	Содержание принципа	Направления реализации принципа
1. Стратегическая целенаправленность инновационного развития	Обусловливает необходимость наличия и достижения стратегических целей инновационного развития предприятия	Формирование инновационной стратегии предприятия на основе соблюдения приоритетности научно-инновационной политики
2. Вертикально-сквозное управление инновационным развитием	Формирование механизма управления инновационным развитием предприятия с соблюдением приоритетов национальной инновационной политики	Приоритетность научно-инновационной политики при выборе инновационной стратегии
3. Непрерывность осуществления инновационной деятельности	Все процессы функционирования системы управления инновационным развитием должны быть непрерывны и обеспечивать переход ее в более совершенное состояние	Четко отлаженная система стратегического планирования инновационной деятельности и эффективно функционирующая система контроля
4. Рефлекторность	Предусматривает обеспечение приспособляемости системы управления к изменяющимся внешним и внутренним условиям на основе быстрой рефлекторной реакции на запросы рынка	Систематический мониторинг и анализ рыночной ситуации позволят предприятию рефлекторно реагировать на новые запросы рынка и развивать свою инновационную деятельность
5. Динамичность (гибкость)	Обеспечивает постоянное движение предприятия вперед на основе появления новых производств, расширения ассортимента инновационной продукции, повышения уровня инновационной активности	Формирование и развитие процессов модернизации и адаптации в производственной деятельности предприятия
6. Комплексность	Реализует взаимную увязку всех формируемых элементов, подсистем, стадий жизненного цикла инновации и инновационного процесса, иерархических уровней и комплекса других мероприятий по управлению инновационным развитием	Обеспечение единства и логической последовательности выполнения всех видов работ, формирующих инновационный процесс на предприятии, строго в соответствии с применяемой технологией производства
7. Систематичность	Определяет постоянное непрерывное выполнение всех работ по управлению инновационным развитием, их ритмичность и долговременность действия	Установление форм инновационного процесса, соблюдение сроков реализации и выполнение всех пунктов стратегии инновационного развития

8. Научность	Реализует разработку мероприятий и воздействий на основе научных достижений с учетом объективных законов и закономерностей управления	Использование научного подхода при формировании механизма управления инновационным развитием предприятия
9. Интеграция	Интегрируясь в единый инновационный процесс развивается инновационная деятельность в тесном взаимодействии с другими субъектами рынка,	Развитие интеграционных процессов в инновационной сфере на основе формирования промышленно-инновационных кластеров

Источник: собственная разработка автора.

Соблюдение указанных принципов инновационного развития позволит ИЧТПУП «Эвелида» системно планировать и осуществлять свою инновационную деятельность в условиях развития интеграционных процессов. Определение системы сущностных характеристик инновации как экономической категории позволяет раскрыть особенности управления инновационным развитием предприятия в условиях циклического развития экономики.

Независимо от выбранной стратегии, компания может усилить свои конкурентные преимущества и выйти на лидирующие позиции за счет организационно-управленческих, экономических и социальных инноваций [3, с. 75]. Внедрению эффективных управленческих технологий мешает отсутствие управленческой культуры, т.е. привычки руководства и персонала работать в жестко заданном временном, функциональном, информационном и прочем регламенте, отсутствие привычки «работать по правилам». Разработанные методики позволяют реализовать управление проектами даже в небольших предприятиях, при этом снизить издержки неквалифицированного управления.

Таким образом, управление инновационным развитием ИЧТПУП «Эвелида» схематично представлено на рисунке.

Рисунок – Управление инновационным развитием ИЧТПУП «Эвелида»

Инновационное развитие предприятия необходимо точно также проектировать, как и любую систему. Необходимо не только определить задачи, стоящие перед предприятием, но и создать систему, обеспечивающую переход предприятия в это состояние, определить необходимые ресурсы, разработать бизнес-процессы инновационной деятельности. Только так можно рассчитывать на успех в работе и деньгах.

Все выше перечисленные факторы, безусловно, влияют на направления инновационного развития предприятия: комплексная механизация и автоматизация; химизация; электрификация; электронизация производства; внедрение новых материалов; освоение новых технологий.

Таким образом, управление инновационным развитием рассматривается как самостоятельный вид управленческой деятельности, имеющий специфические особенности, которые необходимо учитывать при формировании механизма управления инновационным развитием деревообрабатывающего предприятия.

Список литературы

1. Сергеев, В. А. Основы инновационного проектирования: учеб. пособие / В. А. Сергеев, Е. В. Кипчарская, Д. К. Подымало; под ред. д-ра техн. наук В. А. Сергеева. – Ульяновск : УлГТУ, 2010. – 246 с.

2. Инновации: учеб. пособие / А. В. Барышева [и др.]. – М. : Издательско – торговая корпорация «Дашков и К», 2007. – 382 с.

3. Асаул, А. Н. Введение в инноватику: учеб. пособие / А. Н. Асаул, В. В. Асаул, Р. А.Фалтинский; под ред. заслуженного деятеля науки РФ А.Н. Асаула. – СПб. : АНО ИПЭВ, 2010. – 280 с.

On the example of "Evelida" analyzed the management is considered by innovative development of enterprise of Belarusian companies that are actively using the methodology of project management. Basic tasks are certain in the process of realization of innovative policy of enterprise.

Мехдиева Александра Сергеевна, студентка 5 курса специальности «Менеджмент» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: sashamehdieva@mail.ru.

Научный руководитель – ***Рабцевич Валентина Вениаминовна,*** доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 339.138

Ю.В. Минько

МАКРООКРУЖЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ ПТЧУП «ИВАК И Н»

В статье представлен анализ макросреды объекта на основе применения s-факторной модели. Для анализа использованы общие принципы, адаптированные к соответствующей отрасли, к которой принадлежит исследуемая организация.

Говоря о макросреде, мы имеем в виду то широкое окружение, которое находится вне сферы отрасли и рынков организации. Как правило, макросреда находится за пределами влияния самих компаний, но она может оказывать существенное воздействие на микросреду (отрасль и рынки), в которой эти компании функционируют.

Рассмотрим влияние макросреды на деятельность ПТЧУП «Ивак и Н».

В литературе выделяются четыре основных фактора, которые влияют на деятельность организации в рамках макросреды [1]:

- политико-правовой фактор;
- социальный фактор;
- экономический фактор;
- технологический фактор.

Каждый из этих факторов по-своему влияет на деятельность организации.

Социальная среда оказывает значительное влияние на деятельность фирмы, так как фирма работает с людьми. ПТЧУП «Ивак и Н» тщательно отбирает специалистов для работы в компании, мотивирует их к успешной работе всего предприятия, и пока ни один работник не был уволен или не был не принят на работу по непонятным ему причинам.

Технологическая среда проявляет свое влияние в виде постоянного появления новой продукции, технологических перемен, несущих существенное изменение продукта организации, значительными тенденциями в области НТР.

Экономическая среда является одним из самых непредсказуемых факторов влияния. Ведь можно только предсказать, каким будет курс рубля к доллару через год, тип и значимость инфляции, стабильность экономики страны.

Влияние *политики* прослеживается через определенные меры, например: изменение налогового законодательства, а точнее, постоянное введение поправок, изменений в расчеты и т.п.; отношения с городскими властями (выполнение каких-либо работ для нужд города, уплата налогов и т.п.); регулирование конкуренции в отрасли на уровне городских властей и уполномоченных органов; государственное влияние в отрасли.

Таким образом, можно сделать вывод, что факторы в макросреде являются менее предсказуемыми и управляемыми. Ничто не влияет в такой степени на общую ситуацию в отношении фирмы, как политический и экономический факторы.

Определим влияние каждого из этих факторов на отрасль и на деятельность ПТЧУП «Ивак и Н» (таблица 1).

Таблица 1 – СТЭП-анализ: факторы и тенденции

Факторы среды	Важность для отрасли (А)	Влияние на органи зацию (В)	Направленность влияния (С)	Степень влияния D=A*B*C
Социокультурные:				
1. Изменения уровня базовых ценностей населения, стиля жизни	0,06	15	1	0,9
2. Изменения основных потребительских предпочтений	0,1	20	1	2,0
3. Отношение к работе и отдыху	0,03	10	1	0,3
4. Экологический фактор	0,06	5	1	0,3
Технологические:				
5. Скорость изменения и адаптации новых технологий на внутреннем рынке	0,1	20	1	2,0
6. Новая продукция				
7. Технологические изменения в оснащении персонала	0,05	15	1	0,75
	0,025	10	1	0,5
8. Значимые тенденции в области НТР	0,075	15	1	1,125
Экономические:				
9. Общая характеристика экономической ситуации	0,15	20	-1	-1,5
10. Уровень инфляции				
11. Основные внешние издержки	0,025	15	-1	-0,375
12. Динамика курса рубля к доллару США	0,05	10	-1	-0,5
	0,025	5	-1	-0,125

Политические:				
13. Изменение налогового законодательства	0,1	25	1	2,5
14.Отношения с городскими властями (выполнение каких-либо работ для нужд города, уплата налогов и пр.)	0,1	25	-1	-2,5
Сумма	1,0	200		6,675

Проведем оценку микроокружения изучаемой организации, для чего воспользуемся пятифакторной моделью Портера.

1. Угроза появления новых конкурентов (потенциальные участники).

Угроза появления новых конкурентов очень велика, поскольку, чтобы открыть магазин, не нужны высокие капитальные издержки.

С другой стороны, заказчики, обращаясь в фирмы, обращают внимание на бренд, на марку и имидж компании, поэтому уже давно существующей и известной фирме гораздо проще существовать, нежели только создающимся агентствам. В то же время у новых фирм возникает еще один барьер – это отсутствие эффекта экономии от масштаба производства практически на всех видах продукции.

2. Угроза появления услуг или товаров-заменителей.

Угроза появления товаров заменителей очень слаба, так как все автомобили отечественного и зарубежного производства имеют стабильную структуру и перечень автозапчастей. В то же время автомагазин предоставляет и сопутствующие товары.
Гарантия распространяется на все детали, приобретенные в ПТЧУП «Ивак и Н»: при установке на сертифицированном СТО; при соблюдении правил эксплуатации автомобиля. ПТЧУП «Ивак и Н» предлагает дисконтную программу для розничного покупателя: далее работает накопительная система; предоставляются сезонные скидки в период акций и распродаж.

3. Рыночная власть поставщиков.

Поставщики – это торговые посредники зарубежных автозаводов и отечественные автозаводы, обеспечивающие продукцией. За годы работы у компании сложились прочные связи с зарубежными производителями автозапчастей. Прямые поставки позволяют компании гарантировать качество поставляемой продукции, защищать потребителя от наводнивших рынок поддельных товаров под марками известных производителей и поддерживать при этом разумный уровень цен [2].

Поставщики могут оказать очень сильное влияние на деятельность организации. Например, они могут вообще отказать в предоставлении своих услуг вследствие более выгодных предложений от конкурентов; несоблюдение графика поставок может привести к финансовым потерям и, что самое худшее, к потере клиентов; любые кризисы на предприятии–поставщике в той или иной степени могут сказаться и на деятельности нашей организации и т.п.

4. Рыночная власть потребителей.

Основная целевая аудитория предприятия: владельцы автомобилей 20–50 лет. Мы ориентируемся на клиентов, заключающих договора на комплексное обслуживание. Их отношение к нашей организации на данный момент положительное.ПТЧУП «Ивак и Н» учитывает все разумные предпочтения клиентов и несколько раз на этапе производства продукции согласовывает вариант рекламного продукта (его качества, формы, цвета и т.п.) с заказчиками.

5. Уровень конкуренции в отрасли.

Конкуренты могут в значительной степени повлиять на деятельность организации. Основными, более яркими конкурентами фирмы являютсяавтомагазины «Банзай». Преимуществом данного конкурента является широкий ассортимент предлагаемых запчастей для японских и корейских автомобилей Toyota (Тойота), Nissan (Ниссан), Mazda (Мазда), Daewoo (Дэу), Honda (Хонда) и т.д. В то же время цена товара аналогична цене магазина «Альпина».

ООО «Лидер Авто» имеет широкий ассортимент продукции, бесплатный комплекс сопутствующих услуг, в то же время цены на продукции превышают цены магазина «Альпина».

«За рулем 74» предлагает автозапчасти для отечественных автомобилей. Цены на продукцию ниже цен, предлагаемых в ПТЧУП «Ивак и Н».

Также можно сделать вывод, что на рынке автозапчастей преобладает ценовая конкуренция, которая довольно сильно сказывается на политике фирмы и очень мешает появлению новых серьезных конкурентов.

Таким образом, можно сделать вывод, что конкуренция в отрасли хотя и оказывает существенное влияние на ПТЧУП «Ивак и Н», но потребители влияют гораздо сильнее, так как их поведение, их отношение к продукции и к магазину нельзя предугадать.

Теперь рассмотрим матрицу SWOT-анализа, которая помогает определить взаимодействие всех 4-х факторов анализа в различных сочетаниях [3].

Рассмотрим балльное влияние каждого фактора на организацию (см. таблицу 2).

Таблица 2 – Балльное влияние факторов внутренней среды

Перечень факторов по критериям		Шкала размеров	Размер фактора	Вес критерия	Оценка факторов
Сильные (S)	1 Комплексное обслуживание клиентов	1 – 10	9	0,25	2,25
	2 Качество продукции		8		2,0
	3 Стабильная клиентская база		9		2,25
	4 Известность в регионе		8		2,0
	5 Низкая стоимость товаров		9		2,25
	6 Наличие демонстративных материалов (в том числе аудио и видео)		7		1,75
	7 Закрепление заказчика за отдельным менеджером		7		1,75
	8 Широкий ассортимент одного наименования продукции		8		2,0
	Суммарная оценка критерия (S)		65		16,25
слабые (W)	1. Отсутствие мощной саморекламы	1 – 10	7	0,25	1,75
	2. Пока не достигнут эффект		5		1,25
	3. Устаревшее оборудование		5		1,25
	4. Текучесть кадров		6		1,5
	5. Нет собственной курьерской службы		4		1,0
	Суммарная оценка критерия (W)		27		6,75
возможности (O)	1. Выход на международные рынки (Казахстан)	1 – 10	8	0,25	2,0
	2. Расширение рынков сбыта		9		2,25
	3. Внедрение новых технологий продаж		9		2,25
	4. Открытие других собственных производственных отделов (полиграфия)		9		2,25
	5. Поиск новых поставщиков		8		2,0
	6. Освоение абсолютно новых видов продукции		8		2,0
	Суммарная оценка критерия (O)		51		12,75
угрозы (T)	1. Изменение законодательства	1 – 10	4	0,25	1,0
	2. Появление новых конкурентов		5		1,25
	3. Удорожание поставляемой продукции за счет увеличения цен на перевозку		6		1,5
	4. Монополизация рынка печати банеров огромных размеров		6		1,5
	5. Переход клиента к фирме-конкуренту, через которую мы вынуждены работать в силу тех или иных обстоятельств		3		0,75
	6. Падение эффективности тех или иных видов рекламного обслуживания		3		0,75
	7. Задержка заказа из-за срывов поставщиков		2		0,5
	Суммарная оценка критерия (T)		29		7,25

Коэффициент устойчивости = (16,25+12,75)/(6,75+7,25) = 2,1

Таким образом, можно выделить следующие пассивы организации:

−мотивация и стимулирование персонала;

−текучесть кадров;

−организация планирования;

−уровень технической оснащенности;

−производственные площади;

−организационная структура предприятия;

−имидж предприятия.

Таким образом, для рассматриваемой организации требуется мобилизация немалых усилий для преодоления выявленных трудностей.

Список литературы

1. Толкачев, М. А. Система управления сбытом на предприятиях в современных условиях хозяйствования / М. А. Толкачев, Р. К. Трубецкой // Человек, психология, экономика, право, управление: проблемы и перспективы: материалы XIV междунар. науч. конф., Минск, 19 мая 2011 г. – Минск : Изд-во МИУ, 2011. – С. 35–36.

2. Орлов, А. А. Особенности инновационных бизнес-моделей и влияние CRM-систем на их разработку и внедрение / А. А. Орлов, О. С. Карташев // Интеграл: науч.-практ. межотраслевой журн. / НПКЦ «Энергоинвест-2000». – 2011. – № 2. – С. 30–32.

3. .Пейн, Э. Руководство по CRM: Путь к совершенствованию менеджмента клиентов / Э. Пэйн. – М. : Инфра, 2014. – 384 с.

The article analyses the macro environment of the object based on the application of s-factor model. The research is based on General principles, adapted to the relevant sector to which belongs the studied organization

Минько Юлия Владимировна, студентка 5 курса специальности «Менеджмент (инновационный)» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: ylia333@mail.ru.

Научный руководитель – ***Рабцевич Валентина Вениаминовна,*** доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 332.8 (476.6)

Е.В. Морхат

УПРАВЛЕНИЕ НА ОСНОВЕ УЧЕТА УРОВНЯ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ

В данной статье представлено понятие деловой активности и ее обоснование с позиции влияния факторов. Значительное внимание уделяется системе факторов процесса формирования деловой активности. Также рассмотрен процесс внедрения системы учета на основе деловой активности.

Для начала, чтобы понять, как строится управление на основе учета уровня деловой активности, следует разобраться, что же такое «деловая активность». Под деловой активностью понимается экономическая деятельность, конкретизированная в виде производства того или иного товара или оказания конкретной формы услуг. Из определения следует вывод, что на современном этапе производства понятие деловой активности очень актуально, так как именно она является наиболее важным фактором улучшения экономической ситуации.

Деловую активность можно охарактеризовать как мотивированный макро– и микроуровнем управления процесс устойчивой хозяйственной деятельности организаций, направленный на обеспечение ее положительной динамики, увеличение трудовой занятости и эффективное использование ресурсов в целях достижения рыночной конкурентоспособности. Деловая активность выражает эффективность использования материальных, трудовых, финансовых и других ресурсов по всем бизнес-линиям деятельности и характеризует качество управления, возможности экономического роста и достаточность капитала организации. Стабильность финансового положения предприятия в условиях рыночной экономики обусловливается главным образом именно его деловой активностью [1, с. 45–46].

Управлением на основе учета уровня деловой активности называется такой подход в управлении, который концентрирует свое внимание на действиях, направленных на устранение потерь, сокращение времени выполнения операций и снижение количества дефектов. Концепция управления на основе учета уровня деловой активности довольна распространена во многих странах с развитой рыночной экономикой и нашла применение как в коммерческих, так и в некоммерческих организациях.

Система учета на основе уровня деловой активности (система АВС) – это вспомогательный метод учета, который предназначен непосредственно для обеспечения менеджеров информацией о затратах, потенциально воздействующих на производственную мощность и на переменные и постоянные расходы. В отличие от традиционных подходов в управлении, система АВС применяется для принятия решений внутри организации [2, с. 131].

В системе АВС под активностью понимается любое действие, которое вызывает потребление ресурсов. В то время как в традиционных системах учета основным фактором затрат служит объем производства, в системе АВС определяется пять видов активности:

1) на уровне единицы продукции – действия совершаются по мере выпуска каждой новой единицы продукции, а расходы пропорциональны количеству изделий (к примеру, потребление сырья);

2) на уровне партии продукции – действия совершаются по мере обработки партии продукции вне зависимости от количества единиц продукции в ней, а расходы зависят от количества партий (к примеру, на переналадку оборудования);

3) на уровне продукта – действия связаны с конкретным продуктом, расходы, как правило, не зависят от количества единиц произведенной или реализованной продукции или от количества партий (например, реклама продукта);

4) на уровне потребителя – действия связаны с конкретным потребителем и не относятся к какому-либо определенному продукту;

5) на уровне устойчивых расходов организации – действия, которые не зависят от того, какой потребитель обслуживается, какой продукт выпускается, сколько партий или единиц продукции выпущено или реализовано (к примеру, отопление и освещение административных зданий) [2, с. 133].

Также существует несколько требований к процессу внедрения системы учета на основе деловой активности. Во-первых, инициатива по созданию такой системы должна быть обеспечена поддержкой высшего руководства. Во-вторых, разработку и внедрение системы необходимо осуществлять командой сотрудников различных функциональных служб из каждой сферы деятельности, в которой будут использоваться данные учета. В-третьих, информация, полученная с помощью системы АВС, должна быть увязана с системами оценки и вознаграждения персонала, что приведет к невозможности ее игнорирования работниками.

Общая структура системы АВС выглядит следующим образом: объекты затрат (такие, как продукция или потребители) являются причиной активности организации, что

вызывает потребление определенных ресурсов и приводит к возникновению расходов. Чем больше ресурсов (в т.ч. времени) затрачивается, тем больше величина расходов. Учет на основе деловой активности позволяет отследить эти взаимосвязи для определения воздействия продуктов и потребителей на затраты [2, с. 135].

Поскольку традиционная система учета адекватно отражает прямые материальные и трудовые расходы, непосредственно относящиеся на продукцию, с помощью системы АВС необходимо уточнить другие расходы: производственные накладные, а также сбытовые и управленческие расходы.

Процесс внедрения системы АВС включает 5 этапов:

1) определение видов активности и ее измерителей, а также группировка расходов по видам активности;

2) оценка накладных расходов применительно к группам расходов по видам активности;

3) расчет уровней активности;

4) оценка накладных расходов применительно к объектам затрат с использованием уровней и измерителей активности;

5) подготовка отчетности для менеджмента [2, с. 135].

Первый этап проходит посредством опроса сотрудников и рабочих, которые описывают свои основные обязанности и действия на рабочем месте. Первоначально этот перечень видов деятельности может оказаться очень большим, поэтому после опроса следует объединение схожих между собой видов активности. Чтобы оценить накладные расходы применительно к группам расходов по видам активности, следует распределить сгруппированных работников по функциональному признаку накладных расходов по группам расходов на основе деловой активности (опрашиваются работники, имеющие непосредственное отношение к этим расходам). Далее полученное процентное распределение расходов определяется в стоимостном выражении путем умножения суммы на долю. На третьем этапе рассчитывается уровень активности посредством деления общей величины расходов по каждому виду активности на общую величину, которой измеряется эта активность. Четвертый этап включает в себя оценку накладных расходов применительно к объектам затрат. Этот этап называется также второй стадией распределения. Здесь следует распределить накладные расходы на продукцию и сравнить их сумму с общей величиной расходов. Заключительным этапом является составление отчета о доходности продуктов и потребителей.

Одним из основных достоинств системы учета на основе деловой активности является то, что ее данные могут быть использованы для определения действий, которые принесут выгоду в результате осуществления процесса усовершенствования. Система АВС нередко называется управлением на основе деловой активности (АВМ), которое концентрирует внимание на устранении потерь, снижении времени выполнения операций и количества дефектов [2, с. 151].

Для повышения уровня деловой активности особое внимание следует уделить как внешним, так и внутренним факторам. Инфляция, безработица, уровень жизни населения и его степень уверенности в будущем, действующее законодательство – одни из самых важных факторов, оказывающие непосредственное влияние на деловую активность. Не стоит забывать и о самой работе предприятия: уровень технической оснащенности, квалификация кадров, интенсивность внедрения разработок и др.

Рисунок – Структура факторов на макро- и микроуровне [3, с. 946].

Но, несмотря на отмеченные достоинства, у системы АВС имеются и существенные недостатки:

- внедрение и обеспечение функционирования системы АВС требуют значительных ресурсов, что связано с необходимостью сбора, обработки и введения в систему многочисленных данных об измерителях деловой активности, а выгоды от увеличения точности учета могут оказаться меньше, чем затраты на поддержание работы системы;

- система АВС дает несколько иное представление о деятельности организации в сравнении с традиционной системой учета, а любые нововведения встречают, как правило, неприятие со стороны сотрудников, поэтому недооценка важности поддержки высшего руководства может привести к нежизнеспособности системы;

- полное распределение всех расходов (в т.ч. на обслуживание неиспользуемых мощностей и устойчивых расходов организации) на продукты, потребителей и другие объекты затрат в системе АВС приводит к завышению себестоимости и занижению прибыли, ошибкам в принятии управленческих решений;

- данные системы АВС могут быть неверно интерпретированы и поэтому должны использоваться с осторожностью при принятии решений: расходы, относимые на объекты затрат, являются только потенциально релевантными, в связи с чем до принятия решения необходимо четко определить, какие расходы являются релевантными для данного конкретного решения;

- отчетность в системе АВС не согласуется с установленной законодательством бухгалтерской отчетностью, поэтому применяющая данную систему организация вынуждена вести также и традиционную систему учета, что обходится дороже и может вызвать затруднения в том, какой из них следует больше доверять [2, с. 152].

Таким образом, деловая активность предприятия характеризуется как процесс хозяйственной деятельности предприятия, направленный на обеспечение положительной динамики его развития, увеличение трудовой занятости иэффективное использование его ресурсов в целях достижения рыночной конкурентоспособности. Основное влияние на деловую активность предприятия оказывают внешние и внутренние факторы, под влиянием которых формируется либо устойчивое финансовое положения предприятия, либо первые причины понижения деловой активности. Анализ деловой активности предприятия необходим для определения устойчивости финансового положения предприятия и выявления первых причин его понижения. Результатом же повышения деловой активности является укрепление финансовой устойчивости организации и улучшение ее конкурентоспособности и позиций на рынке.

Список литературы

1. Щербак, Н. Ю. Особенности анализа деловой активности предприятия / Н. Ю. Щербак // Международный студенческий научный вестник. – 2014. – № 2. – С. 45–47.

2. Смольский, А. П. Практический менеджмент: инструменты, стратегия и тактика управления: учеб. пособие / А. П. Смольский. – Минск : Амалфея, Мисанта, 2016. – 444 с.

3. Левченко, А. С. Показатели, характеризующие деловую активность предприятия / А. С. Левченко, А. А. Рудычев // 3rd International ConferencebAPPLICATION OF NEW TECHNOLOGIES IN MANAGEMENT, ANTiM 2012, Belgrade, Serbia, 2012. – С. 943–949.

This article presents the concept of economic activity and its substantiation, from the standpoint of the influence of factors. Considerable attention is paid to the system of factor-tori of the formation of the business activity. It is also considered the process of implementing the accounting system on the basis of business activity.

Морхат Елизавета Владимировна, студентка 2 курса специальности «Менеджмент» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь, E-mail: elizaveta.morhat@mail.ru.

Научный руководитель – ***Рабцевич Валентина Вениаминовна***, доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 005.5

А.Л. Олефиренко, Л.А. Кравченко

МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОРГАНИЗАЦИИ

Статья посвящена полному анализу трех групп методов управления персоналом и их эффективности, рассмотрена реализация основных функций УП. Проанализирован ряд специфических особенностей представленных методов.

Эффективное управление проектами, фирмами, организациями напрямую связано с квалификацией специалистов, принимающих ответственные решения: управляющего (менеджера) и его команды. Управление – это работа группы людей, прикладывающих максимум усилий для достижения целей организации. Именно управляющий должен обладать знаниями и принимать решения по таким вопросам: какие действия необходимо предпринять, чтобы сформировать эффективную команду; что способствует формированию квалифицированной команды; как организовать работу команды или даже нескольких команд, если это касается большой по масштабу организации.

Управление человеческими ресурсами представляет собой функцию управления, направленную на обеспечение эффективного использования сотрудников, принимающих участие в реализации проекта.

На современном этапе развития экономик большинства стран мира одной из главных проблем является работа с персоналом. Существует множество подходов к рассмотрению этой проблемы, но наиболее общие тенденции заключаются в формализации методов и процедур отбора кадров, разработке научных критериев их оценки, научном подходе к анализу потребностей персонала, выдвижении перспективных работников, повышении обоснованности кадровых решений и расширении их гласности, системной увязке хозяйственных и государственных решений с основными элементами кадровой политики [1, с. 16].

Хорошо известно, что максимизация прибыли зависит от профессиональной и успешной работы команды. Ключевой фигурой в управлении человеческими ресурсами проекта является менеджер по персоналу, который входит в команду организации. Этот

человек должен быть не только отличным управляющим, но и профессиональным психологом, так как приоритет в управлении человеческими ресурсами отдается как экономическим факторам, так и в большинстве своем психологическим. Исследователи считают, что с развитием научно-технического прогресса содержание и условия труда приобретут большую значимость, чем материальная заинтересованность.

Главная задача в области управления персоналом – создать условия для реализации каждым работником своих потенциальных возможностей и найти в каждом конкретном случае необходимый инструмент воздействия на человека в целях решения стоящих задач. Именно для этого и служат методы управления персоналом (т.е. совокупность приемов и способов воздействия на людей для достижения поставленных целей).

В менеджменте существует очень большое разнообразие методов управления.. Наиболее широкое распространение получила классификация методов управления в зависимости от их содержания, направленности и организационной формы, что отражает административное, экономическое и социальное воздействие на управляемую систему.

Направленность методов управления ориентирована на систему (объект) управления. На данном этапе развития менеджмента как науки выработано три группы методов управления персоналом: административные, экономические, социально-психологические.

Административные методы ориентированы на такие мотивы поведения, как осознанная необходимость дисциплины труда, чувство долга, стремление человека трудиться в определенной организации, культура трудовой деятельности. Эти методы отличает прямой характер воздействия: любой регламентирующий и административный акт подлежит обязательному исполнению. Для административных методов характерно их соответствие правовым нормам, действующим на определенном уровне управления, а также актам и распоряжениям вышестоящих органов управления.

Реализация основных функций управления персоналом осуществляется путем административных, организационных, социально-психологических и экономических методов воздействия. Рассмотрим управление персоналом административным методом. Административный способ воздействия – это система, управляющая и регулирующая рабочую деятельность трудящегося, осуществляющаяся в письменной или устной форме в виде конкретных распоряжений или заданий. Работники организации должны в точности выполнять данные указания, минимально проявляя свою самостоятельность. Для улучшения качества и количества выполняемых работ такая система сопровождается различными поощрениями или взысканиями. Административный метод направлен на мотивацию человека. Его действия должны выполняться осознанно: дисциплина на производстве, ответственный подход к выполнению заданной работы, стремление быть нужным в данной компании. Такой метод несет прямой характер: административный или регламентирующий акт должны быть в точности выполнены [1, с. 146].

Одним из важнейших является экономический метод управления персоналом, который определяет программу деятельности организации. После утверждения планы поступают линейным руководителям для руководства работой по их выполнению. Каждое подразделение получает перспективные и текущие планы по определенному кругу показателей. Например, мастер участка ежедневно получает сменно-суточное задание от администрации цеха и организует работу коллектива, используя методы управления персоналом. При этом мощным рычагом выступают цены на выпускаемую продукцию, которые влияют на размеры прибыли организации. Руководитель должен заботиться о том, чтобы рост прибыли обеспечивался за счет снижения себестоимости выпускаемой продукции. Поэтому необходимо применять четкую систему материального стимулирования за изыскание резервов по снижению себестоимости продукции и реальные результаты в этом направлении. Огромное значение в системе материального

стимулирования имеет эффективная организация заработной платы в соответствии с количеством и качеством труда.

В условиях рыночной системы хозяйствования и сложного взаимодействия системы цен, прибылей и убытков, спроса и предложения усиливается роль экономических методов управления. Они становятся важнейшим условием создания целостной, эффективной и гибкой системы управления экономикой организации, которая выступает на рынке равным партнером других организаций в общественной кооперации труда. План экономического развития является основной формой обеспечения баланса между рыночным спросом на товар, необходимыми ресурсами и производством продукции и услуг. Государственный заказ трансформируется в портфель заказов организации с учетом спроса и предложения, в котором госзаказ уже не имеет доминирующего значения. Для достижения поставленных целей необходимо четко определить критерии эффективности и конечные результаты производства в виде совокупности показателей, установленных в плане экономического развития. Таким образом, роль экономических методов заключается в мобилизации трудового коллектива на достижение конечных результатов.

Социально-психологический метод представляет собой способы осуществления управленческих воздействий на персонал, основанные на использовании закономерностей социологии и психологии. Эти методы направлены как на группу сотрудников, так и на отдельные личности. По масштабам и способам воздействия их можно разделить на: социологические, направленные на группы сотрудников в процессе их производственного взаимодействия, и психологические, целенаправленно воздействующие на внутренний мир конкретной личности [2, с. 70].

Современная концепция управления выдвигает в качестве приоритетов: сохранение, кооперацию, качество, партнерство, интеграцию. В центре стратегической концепции управления персоналом находится человек как наивысшая ценность для организации. Такой сложный организм, каким является персонал современной организации, не может рассматриваться с позиций содержания только его формальной структуры и разложения ее на отдельные части. Наряду со структурным подходом, отражающим статику персонала, превалирующее значение имеет поведенческий подход, рассматривающий конкретную личность, систему отношений между людьми, их компетентность, способности, мотивацию к труду и достижению поставленных целей. Причинами, побуждающими людей объединиться в организации и взаимодействовать в их формальных рамках, являются физические и биологические ограничения, свойственные каждой отдельной личности, и цели, достижение которых требует коллективных усилий. Объединяя свои усилия, каждый сотрудник дополняет друг друга и влияет тем самым на поведение организации в целом с целью повышения ее эффективности [3, с. 199].

Эффективное решение проблем организаций требует учитывать ее состав – объекты двоякой природы:

- факторы, определяющие социально-психологическую структуру организации (персонал с совокупностью индивидуальных способностей, интересов, мотивов поведения, неформальных отношений и т.п.);
- факторы производственной структуры (предметы и орудия труда, технологические нормативы и т.д.).

Одной из главных задач современной системы управления является создание благоприятных условий для реализации возможностей управляемой системы, а эти условия могут создаваться только высококвалифицированной и обученной группой руководительского состава.

В данной экономической ситуации необходимо максимизировать прибыль и минимизировать затраты организации с помощью эффективного использования имеющихся у него ресурсов. Человеческие ресурсы являются неотъемлемой и, пожалуй,

самой главной частью ресурсов фирмы. Правильный подход к управлению этими ресурсами ведет к эффективному достижению целей путем минимизирования различных затрат [4].

Управляющий персоналом не может достичь успеха в управлении коллективом без знания и применения методов воздействия на персонал, даже если управляющий имеет все личностные характеристики, которыми должен обладать успешный в своем деле менеджер.

В статье проанализированы методы управления персоналом, которые на данном этапе менеджмент выделяет, а именно: административные, экономические и социально-психологические. С помощью сравнительной характеристики этих методов можно сделать вывод, что максимальная эффективность деятельности управляющего будет достигнута только при их комплексном использовании: если делать упор на один конкретный метод, теряется эффективность действия других методов, т.е. цели организации не будут достигнуты должным образом.

Рассмотренные методы управления имеют ряд специфических особенностей. Так, для административных методов возможное низкое качество законодательных актов и нормативов может повлечь за собой низкое качество других компонентов системы управления. При условии, что политика и право не будут иметь должного обоснования, экономика и психология ничего не смогут сделать для развития любой системы. Следовательно, субстанция административных методов (акты, нормативы и т.п.) должна быть высшего качества. Экономические методы направлены на экономию ресурсов, повышение качества и конкурентоспособности товаров и услуг, качества жизни населения. Основа методов побуждения – оптимизация управленческого решения и материальная мотивация персонала на его реализацию, что характеризует эффективность работы организации. В условиях рыночной экономики конкуренция заставляет инвесторов и государство оптимизировать решения организации и мотивы в целях повышения качества жизни населения. По данным РАГС, эффективность этих методов оценивается как 40 % от общей эффективности всех методов управления. Социально – психологические методы управления имеют в своей основе исследование психологического портрета личности, мотивацию ее потребностей, составляющих духовные, физиологические, социальные нужды.

Успешный управляющий должен хорошо знать потребности своих подчиненных для реализации целей организации. Эти методы используются к объектам с высокой степенью свободы, это является нелегкой задачей, ведь известно, что приказывать или экономически стимулировать гораздо легче, чем убеждать. А для этого и необходимо как раз знать психологические установки личности, чтобы убеждать.

На данном этапе развития менеджмента и экономики считается, что эффективность организационно-правовых и экономических методов примерно в два раз больше, чем психологических, но последние в данное время приобретают все большую значимость, так как персонал – это индивидуумы, имеющие свои ценности, потребности и личностные характеристики.

Успешный руководитель с помощью всех методов управления сможет реализовать профессиональное руководство, и тогда его предприятие и коллектив будут конкурентоспособными. Для усовершенствования организации рабочего процесса необходимо основываться на новых принципах управления персоналом. В современных условиях рыночной экономики усиливается роль психологического метода в управлении.

1. Список литературы

1. Кибанов, А. Я. Основы управления персоналом: учебник / А. Я. Кибанов. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 304с.

2. Королевский, М. И. Поиск и отбор персонала: учеб. пособие / М. И. Королевский. – М. : Бизнес-школа «Интел-Синтез», 1999. – 298с.

3. Лукичева, Л. И. Управление персоналом: курс лекций; практические задания / Л. И.Лукичева; под. ред. Ю. П. Анискина. – М. : Омега- Л, 2006. – 264с

4. Электронная библиотека [Электронный ресурс] . – Москва, 2006. – Режим доступа: http://www.bibliotekar.ru/. – Дата доступа: 25.02.2017.

Article is devoted to the complete analysis of three groups of personnel management methods and their efficiency, implementation of the main functions unitary enterprise is considered. A number of specific features of the presented methods is analysed.

Олефиренко Алексей Леонидович, студент 3 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: realolefirenko@mail.ru.

Кравченко Любовь Анатольевна, студентка 3 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: lubasha23.96@mail.ru.

Научный руководитель – ***Шамов Олег Владимирович,*** кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 338.5

К.С. Пастухова, М.И. Войнова

НЕОБХОДИМОСТЬ И ИСТОЧНИКИ ОБНОВЛЕНИЯ ОСНОВНЫХ ФОНДОВ

Аргументируется необходимость обновления основных фондов, привлечения инвестиций в активы организаций. Проводится анализ инвестиций в основной капитал по источникам финансирования и по видам в динамике за 2012–2015 гг. Делается вывод о влиянии инвестиций на обновление основных фондов и необходимости активизации инвестиционной деятельности организаций Республики Беларусь.

В современной экономике большое значение для каждого хозяйствующего субъекта имеет эффективное использование основных производственных фондов, вещественным содержанием которых выступают средства труда. Совокупность основных средств предприятий и организаций составляет важнейшую часть национального богатства – основной капитал государства, величина которого дает реальное представление об экономическом потенциале страны и отдельных отраслей экономики и служит базой для принятия управленческих решений на разных уровнях.

В связи с этим особое внимание в Республике Беларусь уделяется вопросам обновления основных фондов, особенно активной части, создаются благоприятные условия для осуществления инвестиционной деятельности, но, тем не менее, уровень физического и морального износа основных фондов в целом по республике составляет 37,1 % [1; 2]. Проанализируем динамику состояния основных фондов Республики Беларусь за 2015 год (табл. 1).

Таблица 1 – Динамика состояния основных фондов Республики Беларусь за 2015 г.

Показатели	На начало года	На конец года	Изменение за год (+ / –)
1. Первоначальная стоимость основных средств, млрд руб.	2 110 972	2 425 090	+ 314 118
2. Износ основных средств за время их эксплуатации, млрд руб.	791 614,5	890 008,03	+ 98 393,53
3.Степень изношенности основных средств (коэффициент износа), %	37,5	36,7	- 0,8

4. Степень годности основных средств (коэффициент годности), %	62,5	63,3	+ 0,8
5. Коэффициент обновления основных средств, %	6,3	5,7	- 0,6
6. Коэффициент выбытия основных средств, %	0,7	0,8	+ 0,1

Источник: собственная разработка на основании [3, с. 214].

За анализируемый период первоначальная стоимость основных средств возросла на 314 118 млрд руб., сумма износа также увеличилась на 98 393,53 млрд руб. Но, несмотря на увеличение суммы износа, степень изношенности основных средств снизилась на 0,8 %. Снижение степени изношенности было достигнуто не в результате нового строительства, расширения, реконструкции и технического перевооружения действующего производства, а в результате ликвидации основных средств. Коэффициент выбытия основных средств увеличился на 0,1 %, коэффициент обновления снизился на 0,6 %. Если данная ситуация останется неизменной, то основные фонды полностью обновятся через 15,27 лет, что не является благоприятным, так как свидетельствует о том, что все больше основных фондов становится непригодным для производства, в результате чего ликвидируется, но при этом не происходит обновления основных фондов. Все это свидетельствует о необходимости масштабных инвестиций в основной капитал.

Инвестиции – долгосрочные вложения капитала внутри страны или за границей в различные отрасли хозяйства в целях получения дохода. Они выполняют три основные взаимосвязанные функции:

1) *развивающую* – способствующую строительству новых предприятий с учетом достижений науки и техники, реконструкции и техническому перевооружению, модернизации действующего производства;

2) *воспроизводственную* – призванную обеспечить:

а) замещение физически и морально изношенных основных фондов новыми, более совершенными;

б) воспроизводство рабочей силы на социально-нормальном уровне потребления;

3) *санирующую* – заключающуюся в выводе из эксплуатации морально устаревших технологий и объектов из производственных процессов, сроки службы которых не истекли, но они препятствуют снижению издержек производства, не позволяют получить конкурентоспособную продукцию, отсутствуют перспективы их социальной полезности.

В 2015 году инвестиции в основной капитал Республики Беларусь составили 210 289,6 млрд руб., из них лишь 34,7 % были направлены на замену изношенной техники и оборудования, автоматизацию и механизацию производственных процессов.

Проанализируем динамику инвестиций в основной капитал по источникам финансирования (табл. 2).

Таблица 2 – Динамика инвестиций в основной капитал по источникам финансирования за 2012–2015 гг., в процентах к итогу.

Наименования источников финансирования	2012 г.	2013 г.	201 г.4	2015 г.
Инвестиции в основной капитал – всего	100	100	100	100
в том числе за счет:				
консолидированного бюджета	16,1	20,7	15,8	13,1
внебюджетных фондов	0,04	0,2	0,2	0,3
собственных средств организаций	40,0	37,8	38,5	39,8
заемных средств других организаций	1,5	1,2	1,5	1,3
средств населения	6,8	8,3	10,0	12,0
иностранных инвестиций (без кредитов (займов) иностранных банков)	3,2	3,2	3,7	3,8
кредитов (займов) банков	26,5	24,2	26,6	26,2
из них за счет:				
кредитов (займов) иностранных банков	3,3	4,2	8,2	11,4
кредитов по иностранным кредитным линиям	3,4	2,2	2,5	2,8

прочих источников	5,9	4,4	3,7	3,5

Источник: собственная разработка на основании [3, с. 431].

Данные показывают, что основная доля вложений приходилась на привлеченные средства (в 2012 г. – 60 % и в 2015 г. – 60,2 %). Значительную долю в них составляли средства консолидированного бюджета, причем в 2015 г. по сравнению с 2012-м они уменьшились на 3 %. Собственные средства организаций соответственно составили 40,0 % и 39,8 %, их главными источниками выступают амортизационные отчисления и нераспределенная часть чистой прибыли.

Малая доля иностранных инвестиций в общем объеме привлеченных инвестиций обусловлена большими требованиями, которые предъявляет государство к потенциальным иностранным инвесторам. Это и социальные обязательства работодателя к своим наемным работникам, и проблемы в налоговом законодательстве (высокие ставки налогов, различные базы для исчисления налогов, сложность их расчетов и др.), и вмешательство государства в хозяйственную деятельность предприятий, и др.

На основании вышеизложенного можно заключить, что для модернизации предприятий необходим приток инвестиций как дополнение к имеющимся средствам. Фактический объем инвестиций в 2015 году составил Br 206,3 трлн, или 23,7 % ВВП. Для обновления основных фондов необходимо минимум Br 255 трлн., или 30 % ВВП.

На международном рынке инвестиций наблюдается значительное превышение спроса над предложением. Иностранные инвестиции направляются прежде всего в те страны, где имеется благоприятный климат для инвестиционной деятельности (свобода выбора направлений вложения капитала; стабильная и стимулирующая налоговая система; минимальный риск невозврата вложенного капитала; политическая стабильность; благоприятная в криминогенном отношении обстановка и др.).

В Республике Беларусь в январе–ноябре 2016 г. продолжилась тенденция 2015 года по снижению инвестиционной активности. Всего инвестиций в основной капитал использовано 15632,5 млн рублей, что составило в сопоставимых ценах 80,8 % к уровню января–ноября 2015 г. Снижение темпа роста инвестиций связано, в первую очередь, с сокращением внутренних источников финансирования: средств консолидированного бюджета (оптимизация финансирования государственных программ), кредитных ресурсов (высокие процентные ставки по кредитам и закредитованность организаций).

Проанализируем динамику инвестиций в основной капитал по видам (табл. 3).

Таблица 3 – Поступление иностранных инвестиций в Республику Беларусь по видам за 2012–2015 гг., в процентах к итогу.

Тип инвестиций	2012	2013	2014	2015
Прямые	72,3	74,0	67,4	63,8
Портфельные	0,2	0,1	0,1	0,05
Прочие	27,6	25,9	32,5	36,1
Всего	100	100	100	100

Источник: собственная разработка на основании [3, с. 436].

Из приведенной таблицы видно, что на протяжении с 2012 года по 2014 год наблюдается общее снижение инвестиционной активности. Прямые иностранные инвестиции сократились на 4,9 % от общего объема инвестиций, а портфельные на 0,1 %. Но, несмотря на это, наблюдается увеличение прочих инвестиций на 4,9 %.

Основная доля зарубежных инвестиций в 2015 г., как и в период с 2012 года по 2014 год, представлена прямыми иностранными инвестициями (ПИИ) – 63,8 %, которые характеризуют высокое желание инвесторов вкладывать средства в реальный сектор экономики. ПИИ – важный ресурс с высоким потенциалом создания положительных

эффектов, поскольку речь идет не только о возможностях технологических изменений, но и об изменениях в организации производства, труда, росте качества рабочей силы.

Иностранные инвестиции направляются в те отрасли, которые производят продукцию со стабильным спросом на мировом рынке и имеют быстрый оборот вложенных средств. Наиболее привлекательными видами экономической деятельности стали: оптовая и розничная торговля – 32,3 %, транспорт – 30,5 %, обрабатывающая промышленность – 21,7 %.

Инвестиционная политика в промышленности в соответствии с концепцией Программы социально-экономического развития Республики Беларусь до 2020 г. и Основными направлениями социально-экономического развития Республики Беларусь до 2020 г. будет направлена на повышение эффективности вложений в основной капитал, сокращение срока их освоения, концентрацию средств на приоритетных направлениях развития промышленного производства, сокращение незавершенного строительства. Необходимо увеличить удельный вес затрат на приобретение машин, оборудования и транспортных средств в общем объеме инвестиций в основной капитал до 70 %, что позволит снизить уровень износа основных средств [1; 2].

Основной акцент в инвестировании промышленности будет сделан на использовании собственных средств организаций, привлечение иностранных инвестиций в промышленную деятельность на условиях, обеспечивающих размещение значительной доли заказов в отечественных промышленных организациях и реинвестирование прибыли в республику.

Рост объемов собственных средств будет обеспечен за счет улучшения результатов финансово-хозяйственной деятельности организаций промышленности и предоставления экономических стимулов к инвестированию полученной прибыли.

Таким образом, в целях активизации инвестиционной деятельности организаций предлагается расширение использования лизинговых схем при осуществлении инвестиционных проектов по модернизации производств, в том числе при реализации продукции белорусских производителей, станков и технологического оборудования, защита интересов инвесторов, принятие антимонопольных мер, расширение возможностей использования залогов при осуществлении кредитования, развитие финансового лизинга, проведение переоценки основных средств в соответствии с темпами инфляции, создание совместных и иностранных предприятий.

Список литературы

1. Об утверждении Программы развития промышленного комплекса Республики Беларусь на период до 2020 г.: постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 5 июля 2012 г. № 622 (в ред. от 13 янв. 2014 г. № 18). – Минск, 2014.

2. Об утверждении Основных направлений социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 гг.: постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 05.04.2016 № 274. – Минск, 2016.

3. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2016 г. [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: http:// /www.belstat.gov.by. – Дата доступа: 05.03.2017.

The article argues the need to update fixed assets, attract investment in the assets of organizations. The analysis of investments in fixed assets by sources of financing and by types in dynamics for 2012-2015 is also carried out. The article concludes about the impact of investments on the renewal of fixed assets and the need to intensify the investment activities of the organizations of the Republic of Belarus.

Пастухова Ксения Сергеевна, студентка 3 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: pastuxova96@bk.ru .

Войнова Мария Ивановна, студентка 3 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: masha11081997@gmail.com.

Научный руководитель – ***Протасеня Светлана Ивановна***, старший преподаватель кафедры экономики и управления на предприятии Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 633.521(476)

Т.М. Петракович, Р.В. Ларченко

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К УСТАНОВЛЕНИЮ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЛЬНОВОДСТВА

В статье рассмотрены основные положения устойчивого развития льняного подкомплекса которые предполагают использование направлений по эффективному развитию отрасли. Сформулированы основные предложения по развитию льноводства, что в дальнейшем позволит существенно повысить эффективность данной отрасли.

Динамизм реальной экономики связан с дополнительными затратами инвестиционных ресурсов. Данное положение является аксиомой для всех отраслей, производящих материальные блага, и это в полной мере относится к сельскому хозяйству. Состояние льноводческой отрасли и ее дальнейшее развитие настоятельно требует привлечения все большего объема инновационных и инвестиционных ресурсов. Основным источником вложений в развитие льноводства на современном этапе развития экономики страны являются собственные инвестиционные ресурсы субъектов хозяйствования.

Инвестирование средств в льноводческую отрасль, как один из вариантов, можно осуществлять за счет их перераспределения из других отраслей растениеводства (в целом по растениеводству рентабельность в стране составляет более 20 %). Однако такое перераспределение чревато тем, что могут быть подорваны экономические устои эффективных отраслей и производств и их конкурентоспособность. Следует также указать, что самофинансирование отдельных отраслей и подотраслей субъектов хозяйствования возможно только в том случае, если уровень их рентабельности составляет 35–40 %.

В последние годы обеспеченность льноводства такими важнейшими факторами повышения эффективности производства, как капитал и труд, имела тенденцию небольшого снижения. В этой связи уместно привести высказывание академика В.Г. Гусакова, который отмечает, что «если ценообразование построено на объективных экономических законах и закономерностях, а цены стимулируют производство, то экономика приобретает устойчивость и динамизм; если же ценообразование исходит из конъюнктурных и субъективных целей (а это чаще всего является признаком некомпетентности ответственных служб), а цены не отвечают интересам субъектов хозяйствования и не мотивируют труд и производство, то экономика постоянно пребывает в пограничном, кризисном и даже шоковым состоянии, балансирует на грани выживания и производство потрясают непреодолимые противоречия между несбалансированностью и непостоянством объемов и стоимости исходных ресурсов (вход в систему) и размерами конечного производства продукции, идущей на рынок для обеспечения потребительского спроса (выход из системы)» [1, с.1].

Хроническая убыточность производства льноводческой продукции в организациях и на предприятиях страны негативно влияет на ее конкурентоспособность, не позволяет осуществлять в широких масштабах модернизацию даже материально-технической

составляющей. В льноводстве практически нельзя в должной мере задействовать стимулирующий механизм, направленный на повышение производительности труда работников отрасли, и осуществлять другие мероприятия по совершенствованию организации труда и управления производством. В конечном итоге это отрицательно отражается на объемах и качестве производимой продукции, на величине затрат живого и овеществленного труда, приходящихся на единицу продукции, и тем самым на уровне конкурентоспособности льносемян и льнотресты.

Сегодня в макроэкономической политике государства имеются определенные «узкие места». В первую очередь это связано с диспаритетом цен на промышленные и сельскохозяйственные товары и услуги, вследствие которого сельскохозяйственным производителям, в том числе и льноводам, для приобретения одного и того же количества и качества произведенных ресурсов промышленного происхождения приходится все больше продавать своей продукции.

Существенные потери льноводство несет из-за перераспределения цен добавленной стоимости в рамках единой технологической цепочки «производство сырья – промышленная переработка – реализация полуфабрикатов (льноволокна) и готовых товаров изо льна». Как правило, производители льносырья остаются в проигрыше в связи с низким уровнем получаемой добавленной стоимости на этапе производства и с отсутствием тесных интеграционных связей, основанных на прочных экономических отношениях с льнозаводами и РУПТП «Оршанский льнокомбинат» при распределении результатов выпуска и реализации различных видов готовых льняных изделий.

Перерабатывающие предприятия не спешат налаживать кооперативные и интеграционные связи с льноводством. Проблемными для производителей льносырья остаются вопросы, связанные с использованием механизированными отрядами льнозаводов земель сельскохозяйственных предприятий. В.А. Карпов отмечает: «Присутствующая в настоящее время «аренда земельных угодий» у сельскохозяйственных предприятий, основанная на административных рычагах управления, не приносит ожидаемого результата и во многих случаях приводит к дополнительным затратам по производству продукции, создает условия низкоэффективного развития отрасли» [2, с.2].

По мнению А. И. Морозаболее правильной оценкой социально-экономических отношений на основе многоцелевого критерия является то, что включает в себя социальные, экономические и экологические параметры [5, с.3].

Данное положение должно находить свое отражение не только на национальном и региональном уровне, но и на уровне отдельных комплексов, отраслей и субъектов хозяйствования. В этой связи важно рассмотреть причины хронической убыточности льняного подкомплекса Республики Беларусь.

По нашему мнению, основными причинами, сдерживающими устойчивое и сбалансированное развитие подкомплеса, являются следующие:

– несоответствие количества и качества имеющихся ресурсов программам производства льняной продукции и готовых изделий изо льна. В этой связи планы остаются зачастую невыполнимыми (экономическая сфера);

– технические средства и технология существенно отстают от потребностей предприятий подкомплекса как по качеству, надежности, эксплуатационной пригодности, так и по стоимости. В результате этого невозможно внедрить эффективные ресурсосберегающие технологии, которые позволили бы снижать рост затрат и сдерживать инновационное развитие (экономическая и экологическая сферы);

– недостаточной является квалификация преобладающей части работников и специалистов, а также их профессиональная подготовка (социальная и экономическая составляющие);

– высокий уровень административных методов регулирования и управления в подкомплексе сдерживает процесс самостоятельности в принятии решений. Это не позволяет укрепляться и развиваться самоуправлению на уровне предприятий и в значительной степени тормозит процесс становления предпринимательства, экономической свободы товаропроизводителей, самостоятельности работников при решении текущих и перспективных задач (экономическая, социальная и экологическая сферы);

– присутствует закостенелая система оплаты и мотивации различных категорий работников, что приводит к отсутствию действенных стимулов повышения производительности и эффективности труда (социальная составляющая);

– низкие закупочные и реализационные цены на льняное сырье и волокно, которые не покрывают текущих и долгосрочных затрат. Действующие цены в этом случае выполняют налоговую функцию (т.е. посредством низких цен государство изымает часть вновь созданной стоимости на предприятиях льняного подкомплекса), а также социальную функцию (через низкие цены государство переложило свои обязанности по социальной защите и поддержке работников на субъекты хозяйствования);

– отсутствуют экономические и правовые гарантии по стабильному расширению и развитию основ и механизмов частной собственности на средства производства, имущество, произведенную продукцию, доходы, капиталы, инвестиции и прибыль;

– наблюдаются недостаточные вложения капитала в поддержание и наращивание почвенного плодородия в льносеющих сельскохозяйственных предприятиях, что приводит к истощению гумуса и существенно затрудняет выполнение заданных объемов производства продукции (экономическая и экологическая составляющие);

– не имеется действенных механизмов и правовых норм по созданию сквозной национальной кооперативно-интеграционной компании, способной присутствовать в международном разделении трудас целью получения выгоды для товаропроизводителей и страны (экономическая сфера).

Развитие национальной экономики, ее отдельных подкомплексов и отраслей, по нашему убеждению, непосредственно связано с устойчивым состоянием низших на иерархическом уровне, но основным первичным звеном экономики – предприятием. Возникает острая необходимость по осуществлению разработки современных подходов к анализу и управлению устойчивостью предприятия в условиях риска и неопределенности. Устойчивое развитие предприятия представляет собой основной источник его стабильности и выживаемости в рыночных условиях. Сущностное содержание устойчивого развития, в нашем представлении, заключается в присутствующих изменениях внутренней среды предприятия при возможных трансформациях, происходящих во внешней среде.

Устойчивое развитие – это многогранное понятие, его можно рассматривать с позиций бизнес-структур и территорий, поэтому в зависимости от уровня решения поставленных задач и исследования предлагается соответствующая версия определения устойчивого развития и система показателей его измерения.

Проводимые исследования можно сгруппировать по следующим направлениям: хозяйствующий субъект, комплекс, отрасль, межотраслевой комплекс, поселение, муниципальное образование, регион, страна, межгосударственные союзы, международные организации.

Общепринятого определения и единого подхода к составу индикаторов не существует. Это объясняется тем, что в мировом сообществе только формируется теоретическая база концепции «устойчивого развития», включающего в себя определение понятия, подходов, принципов, индикаторов и других вопросов устойчивого развития.

С.Н. Бобылев считает, что сложно дать определение устойчивого развития, которое бы передало сущность этого многомерного процесса и удовлетворяло бы большинство [4, с. 4].

Экономическая устойчивость – это сложное явление, состоящее из различных факторов, характеризующих организационную, технологическую, финансовую, маркетинговую аспекты деятельности предприятий, а также занимаемую долю рынка.

Современный экономический словарь трактует устойчивость предприятия, фирмы как финансовое состояние предприятия, хозяйственная деятельность которого обеспечивает в нормальных условиях выполнение всех его обязательств перед работниками, другими организациями и государством благодаря достаточным доходам и соответствию доходов и расходов. Развитие экономики в данном словаре определяется как общий термин, означающий абсолютное и относительное изменение макроэкономических показателей, характеризующих состояние экономики страны во времени в течение продолжительного периода, например, года или нескольких лет [6 с.5].

Исходя из такого понимания устойчивости предприятия, можно предложить, что устойчивость деятельности хозяйствующих субъектов характеризует стабильность функционирования позиций на рынке, а также способность их восстанавливать.

По мнению Э.М. Короткова, Д. Ковалева, Т.В. Сухорукова, А.Д. Шеремета, Й. Шумпетера, понятие «устойчивости предприятия» приравнивается к его финансовой стабильности, в которой главенствующая позиция отводится факту убыточности и институту банкротства как наиболее важному из институтов, необходимых по успешному осуществлению устойчивости предприятий [6, с. 6]. На основании представленного обзора литературных источников мы можем утверждать, что устойчивость предприятия представляет, такое состояние и использование производственных ресурсов, которые способны обеспечить стабильное развитие субъекта хозяйствования на основе превышения доходов над расходами, роста прибыли при сохранении платежеспособности при допустимом уровне внешних и внутренних рисков в настоящем и будущем периодах.

Список литературы

1. Гусаков, В. Г. Механизм рыночной организации аграрного комплекса: оценка и перспективы / В. Г. Гусаков. – Минск : Беларус. навука, 2011. – 363 с.

2. Карпов В. А. Политика протекционизма и государственное регулирование в льняномподкомплексе Республики Беларусь / В. А. Карпов // Веснік. ГрДУімя Я. Купалы. Сер. 5. Экономика. – 2010. – № 2. – С. 45–51.

3. Мороз, А. И. Социально-экономический потенциал региона и эффективность его использования: теория и практика: моногр. / А. И. Мороз. – Гродно: ГрГу, 2014. – 479 с.

4. Бобылев, С. Н. Россия на пути антикризисного развития / С. Н. Бобылев // Бюллетень Центра экологической политики России. – 1995. – № 2. – С. 4–7.

5. Райзберг, Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Инфра-М, 2004. – 480 с.

6. Коротков, Э. М. Антикризисное управление: учебник / Э. М. Коротков. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 432 с.

The article considers the main provisions of the sustainable development of the linen subcomplex, which suggests the use of directions for the effective development of the industry. The main proposals for the development of flax growing have been determined, which in the future will significantly improve the efficiency of this sector.

Петракович Татьяна Михайловна – магистрант Гродненского государственного университета им. Янки Купалы.

Ларченко Роман Владимирович – магистрант Гродненского государственного аграрного университета. E-mail: roman.lar4enko@yandex.ru.

Научный руководитель – ***Карпов Владимир Алексеевич***, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 338.5

В.А. Пихун, Д.И. Пугач

ОПТИМИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ АВТОЗАПРАВОЧНОЙ СТАНЦИЕЙ НА ОСНОВЕ ФУНКЦИОНАЛЬНО-СТОИМОСТНОГО АНАЛИЗА

Дано определение понятия и раскрыта суть функционально-стоимостного анализа. Описан процесс проведения функционально-стоимостного анализа с применением программы Business Studio на примере работы автозаправочной станции.

Для одних руководителей «оптимизация» – это приказ, спущенный сверху, для других – острая необходимость, проект, от результата которого зависит дальнейшая судьба компании. Так или иначе, к анализу и оптимизации деятельности приступают топ-менеджеры компании или внешние консультанты. При этом их идеи и предложения по улучшению бизнеса могут быть кардинально противоположными. Понять, какая идея наиболее выигрышная, – сложно. А проводить эксперименты на реальной компании – слишком дорого.

Автомобильная заправочная станция (АЗС) – комплекс оборудования на придорожной территории, предназначенный для заправки топливом транспортных средств.

Наиболее распространены АЗС, заправляющие автотранспорт традиционными сортами углеводородного топлива – бензином и дизельным топливом (бензозаправочные станции).

Оборудование АЗС включает: топливо- и маслораздаточные колонки, подземные топливные, масляные и электрические коммуникации, противопожарное оборудование, компрессор. Топливо и масло хранятся в металлических подземных резервуарах. Раздаточные колонки устанавливаются на заправочном островке – бетонированной площадке.

Перспективна автоматизация процессов заправки, повышающая пропускную способность АЗС, снижающая потери топлива и трудоемкость процессов. Для этой цели применяются дистанционное управление выдачи дозы топлива и масла, получение топлива на автоматической колонке индивидуальным ключом или перфокартой, двусторонняя громкоговорящая связь оператора АЗС с заправочными колонками, механизированный учет работы АЗС и т. д.

Одной из основных является проблема выбора оптимального количества топливораздаточных колонок на АЗС. Для проведения функционально-стоимостного анализа выберем процесс обслуживания клиентов в час-пик, так как на многих АЗС наблюдается проблема очередей во время большей активности клиентов и это является актуальным вопросом.

Функционально-стоимостной анализ (ФСА) позволяет выполнить следующие виды работ:

- формирование оперативной информации об эффективности деятельности центров ответственности на предприятии;
- определение и проведение общего анализа себестоимости бизнес-процессов на предприятии (маркетинг, производство продукции и оказание услуг, сбыт, менеджмент качества, техническое и гарантийное обслуживание и др.);

- проведение сравнительного анализа и обоснование выбора рационального варианта технологии реализации бизнес-процессов;
- проведение функционального анализа, связанного с установлением и обоснованием выполняемых структурными подразделениями предприятий функций с целью обеспечения выпуска высокого качества продукции и оказания услуг;
- определение и анализ основных, дополнительных и ненужных функциональных затрат;
- сравнительный анализ альтернативных вариантов снижения затрат в производстве, сбыте и управлении за счет упорядочения функций структурных подразделений предприятия;
- анализ интегрированного улучшения результатов деятельности предприятия и др.

Некоторые авторы предлагают следующее обобщенное определение ФСА: «Метод определения стоимости и других характеристик изделий, услуг и потребителей, в основе которого лежит использование функций и ресурсов, задействованных в производстве, маркетинге, продаже, доставке, технической поддержке, оказании услуг, обслуживании клиентов, а также в обеспечении качества» [1, с. 153].

Метод ФСА разработан как «операционно-ориентированная» альтернатива традиционным финансовым подходам. Основные направления использования ФСА-модели для реорганизации бизнес-процессов – это повышение производительности, снижение стоимости, трудоемкости, времени и повышение качества. Повышение производительности включает в себя три этапа. На первом этапе осуществляется анализ функций для определения возможностей повышения эффективности их выполнения. На втором – выявляются причины непроизводительных расходов и пути их устранения. И, наконец, на третьем этапе осуществляется мониторинг и проведение нужных изменений на предприятии.

Построить правильный бизнес, не экспериментируя над компанией и сотрудниками, можно с использованием методов «имитационное моделирование» и «функционально-стоимостной анализ» .

Имитационное моделирование – метод исследования, позволяющий проанализировать систему, не изменяя ее. Это возможно благодаря тому, что изучаемая система заменяется имитирующей. Эксперименты проводятся с имитирующей системой, при этом полученная в результате информация характеризует изучаемую систему. Что касается анализа деятельности компании, то метод позволяет сымитировать выполнение модели бизнес-процессов так, как оно происходило бы в действительности, и получить реальную оценку длительности каждого процесса.

Функционально-стоимостной анализ – инструмент, предназначенный для оценки себестоимости продукта (услуги). Проведение ФСА позволяет получить оценку себестоимости через управление процессами, направленными на производство продукта или оказание услуги. В этом состоит отличие метода функционально-стоимостного анализа бизнес-процессов от традиционных финансовых методов учета затрат, в рамках которых деятельность компании оценивается по функциональным операциям, а не по конкретным продуктам (услугам), предоставляемым заказчику.

Для выполнения функционально-стоимостного анализа применимо имитационное моделирование с помощью программы Business Studio. В системе Business Studio методы функционально-стоимостного анализа и имитационного моделирования используются параллельно. ФСА необходим для расчета стоимости процесса. Она рассчитывается путем переноса стоимости ресурсов на стоимость выполняемых шагов процесса. Задача имитационного моделирования – рассчитать длительность каждого шага процесса.

На первом этапе составляется модель бизнес-процесса. Рассматривается процесс распределения новых клиентов МАЗС во время наибольшего потока потребителей за сутки (час-пик). Результат отражен на рисунке.

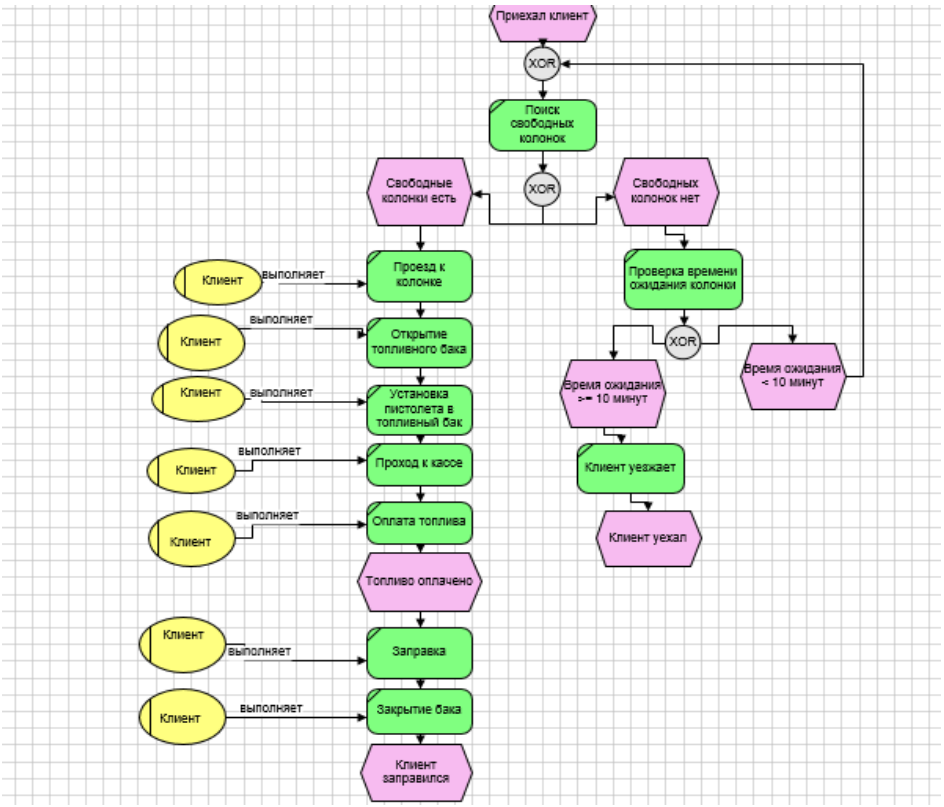


Рисунок – Процесс распределения новых клиентов в час-пик

Источник: собственная разработка

Далее задается для каждой операции ее свойства, ограничения и характеристики. Так как анализируется проблема очередей в час-пик, то операция «приехал клиент» задается с ограничением по времени.

После приезда на МАЗС клиент оценивает ситуацию с наличием свободных колонок и у него есть выбор: ждать или заправить машину в городе на другой заправке без очереди.

Предположим, что среднестатистический клиент будет ожидать около 10 минут. Возможность развития событий по этим двум сценариям учитывает функция XOR. Далее события развиваются по двум возможным направлениям: клиент соглашается на ожидание и успешно пользуется услугами МАЗС, или клиент отказывается ждать и уезжает, что приводит к потере прибыли и ухудшению имиджа организации.

Задается время выполнения каждой операции. Некоторые из них являются случайными величинами (например, операция «заправка»), другие имеют ограничения по времени (например, «открытие/закрытие топливного бака»).

Устанавливается ограничение по количеству колонок и их пропускной способности.

После успешного формирования требуемых условий и задания необходимых параметров, выполняется функция Business Studio – «имитация процесса». Данная функция позволяет сымитировать процесс без к экспериментов над компанией и ее сотрудниками и при этом моделирует результат и пошаговое выполнение заданного бизнес-процесса.

По результатам выполнения имитации программа составляет отчет, в котором отображается общее количество клиентов, приехавших на АЗС, и количество клиентов, которые покинули территорию, не дождавшись заправки.

Также в данной программе существует еще одна функция – «статистика по процессам имитации», в которой отображаются стоимость процесса, и гистограмма распределения длительности, которая отображает продолжительность процессов.

Итак, функционально-стоимостной анализ – довольно сложный процесс. В отличие от классических методов, ФСА предполагает использование и таких неопределенных факторов, как субъективное восприятие и понимание проблемы. Однако, несмотря на сравнительно недавнее появление ФСА, эта область уже достаточно хорошо изучена в основном благодаря математикам.

ФСА – это новый шаг в экономике – анализ полезности товара, услуги, продукта. Данный анализ изучает объект с точки зрения ее функциональности, где процесс разбивается на функции. Они могут быть полезными и бесполезными, и даже вредными. Искусство ФСА состоит в том, чтобы разделить эти функции одну от другой, уметь их систематизировать и изучать как единственную, также и во взаимосвязи с соседними функциями, и как на изменение одной из них отреагирует система в целом. Зная каждую функцию, можно запросто, в пределах возможного поменять одну, полезную, или убрать вредную, и все это в совокупности направит как на потребителя, с точки зрения понижения цены, так и на производителя, с точки зрения понижения себестоимости, а значит и увеличения объема выпуска.

Для осуществления моделирования и анализа применялась программа Business Studio, которая упрощает процесс моделирования и помогает спрогнозировать любые изменения в бизнес-процессе и их последствия.

Список литературы

1. Журавлев, П. В. Мировой опыт в управлении: учеб. пособие / П. В. Журавлев, М. Н. Купалов. – М. : Экономика, 2010. – 267 с.

There was given a definition of cost analysis and explained its context. The process was described based on an example of gasoline station using Business Studio.

Пихун Вадим Александрович, студент 4 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: vadim19960603@mail.ru.

Пугач Дарья Ивановна, студентка 4 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: dasha_pugach96@mail.ru.

Научный руководитель – ***Шамов Олег Владимирович,*** кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 338.48

Я.В. Потояло

ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННО-ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА

В статье рассматриваются составляющие инновационно-туристического потенциала в рамках инновационного и экономического потенциалов региона. Определены такие понятия, как потенциал, инновационный потенциал, экономический потенциал, а также введено понятие инновационно-туристического потенциала.

Устойчивый экономический рост любого государства, повышение его эффективности в настоящий момент не представляется возможным без комплексного использования имеющегося в стране инновационного потенциала. Это обусловлено тем, что в современном мире в основе качественных сдвигов, обеспечивающих высокоэффективное развитие социально-экономических систем, поддерживающих конкурентоспособность как отдельных регионов, так и государств в целом, лежит инновационная направленность стратегии и тактики совершенствования производства и иных видов деятельности [1].

Современная туристская индустрия является одной из крупнейших высокодоходных и наиболее динамично развивающихся отраслей мирового хозяйства. По данным Всемирной туристской организации и Международного валютного фонда, туризм с конца 90-х годов прошлого века вышел на первое место и занимает лидирующее положение в мировом экспорте товаров и услуг, обогнав автомобильную промышленность, производство химических продуктов, продуктов питания и другие отрасли.

Средние темпы роста туризма составляют 7 – 9 % в год [2], что выше среднегодовых темпов роста мировой экономики в целом. Туристскую отрасль выгодно отличают следующие факторы: небольшие первоначальные инвестиции; быстрый срок окупаемости и достаточно высокий уровень рентабельности проектов; быстрорастущий спрос на туристские услуги. Следовательно, формирование инновационно-туристического потенциала, в рамках политики инновационного развития экономики, является привлекательным и перспективным. Для того, чтобы формировать инновационно-туристический потенциал, в первую очередь необходимо рассмотреть, что представляет собой инновационный потенциал в целом.

Потенциал – от латинского «patentia» – сила, резервы, запасы.

Понятие «экономический потенциал» вошло в обиход в 70-х годах XX века и явилось обобщающим выражением качественных изменений в общественном производстве. В современной литературе можно встретить самые различные определения этого термина. В Большой советской энциклопедии экономический потенциал понимается как «совокупная способность отраслей народного хозяйства производить капитальное строительство, перевозки грузов, оказывать услуги населению в определенный исторический момент» [3]. В ряде публикаций ставится знак равенства между экономическим потенциалом, с одной стороны, и уровнем и динамикой роста производства важнейших видов промышленности и сельского хозяйства – с другой. Некоторые экономисты определяют экономический потенциал как способность социально-экономической системы региона за счет использования собственных региональных ресурсов обеспечить достижение в границах обособленной подсистемы государства и национальной экономики, каковой и является регион, долгосрочного, устойчивого экономического роста, позволяющего гарантировать населению региона уровень жизни, соответствующий стандартам развитых стран мира.

Экономический потенциал региона характеризуется его основными составляющими: географическим (в т. ч. природно-ресурсным) потенциалом, трудовыми ресурсами, производственным, финансовым, а также внешнеэкономическим и научно-технологическим (инновационным) потенциалом [4].

Инновационный потенциал страны, региона, отрасли, организации рассматривается как совокупность научно-технических, технологических, финансовых, инфраструктурных, правовых, социокультурных и иных возможностей обеспечения осуществления инновационного процесса. Исследователи выделяют наиболее важные составляющие инновационного потенциала, которые сосуществуют взаимно, предполагают и обусловливают друг друга: совокупность кадровых, информационных, интеллектуальных, материальных и финансовых ресурсов [5]. Схема инновационного потенциала представлена на рисунке 1.

Рисунок 1 – Схема инновационного потенциала

Источник: [6]

Таким образом, можно сделать вывод, что инновационный потенциал включает в себя экономический потенциал и, наоборот,а туристический потенциал – это часть экономического потенциала. Т.е. **туристический потенциал региона** – это способность имеющихся туристических ресурсов региона приносить доходы экономическим субъектам в определенные периоды времени.

Туристический потенциал включает в себя: природно-ресурсный потенциал; историко–культурный потенциал; рекреационный потенциал; транспортную инфраструктуру; средства размещения; финансовый (инвестиционный потенциал); внешнеэкономический (экспортный) потенциал; инновационный потенциал [7].

Применительно к туризму сущность инновационного потенциала выражается в появлении предпосылок к высвобождению трудовых, производственных и природных ресурсов, а это, прежде всего, изменение показателей трудоемкости, материалоемкости, фондоемкости. Иными словами, инновационный потенциал снижает ресурсоемкость и повышает производительность факторов, лежащих в основе других составляющих туристического потенциала [4]. Следовательно, выделим понятие инновационно-туристического потенциала.

Инновационно-туристический потенциал представляет собой максимально возможный уровень оказания туристических услуг с использованием передовых технологий, ориентированных на создание нового туристского продукта, рабочих мест, повышение конкурентоспособности региона.

Таким образом, туристский сектор как отраслевой рынок может увеличивать свой вес в экономике региона именно за счет повышения своего инновационного потенциала, т. е. не за счет большей экстенсивности, а за счет большей интенсивности своего развития [8]. Однако к проблеме определения инноваций в туризме на сегодняшний момент не существует единого подхода и определения. Патентный поиск показал, что в мире зарегистрировано всего 254 патента в области туризма; при этом были запатентованы только программные продукты или новые товары для туризма [9]. Иные виды новшеств в туризме не патентуются.

Приложение теории инноватики к сфере услуг начато лишь в последнее десятилетие. Инновация в сфере услуг может быть определена как «новая концепция сервиса, новые каналы связи с клиентами, новые системы распределения и технологические решения, которые чаще всего совместно изменяют предложение услуг на рынке, обновляют функции фирмы и требуют структурно новых организационных, технологических и человеческих возможностей фирмы» [10].

Исследователи отмечают, что в настоящее время очень мало известно об инновационных профилях различных секторов сферы услуг и природе их инновационной деятельности [11]. В структуре сферы услуг есть отрасли, инновационность которых не вызывает сомнений, потому что они имеют собственную базу исследований и разработок и предлагают рынку новые высокие технологии.

Инновация в туризме «предполагает выработку оригинального подхода, разработку новых путей использования существующих ресурсов при одновременных поисках развития новых ресурсов» [12]. Типология инноваций в туризме разработана Абернати и Кларком, которые выделяют 4 типа инноваций: регулярные, нишевые, революционные и архитектурные.

Регулярные инновации относят к постоянному улучшению качества услуг, повышению квалификации персонала и производительности труда.

Нишевые инновации обычно меняют структуры сотрудничества, но не базовые знания и умения; они по-новому комбинируют существующие услуги.

Революционные инновации связаны с использованием в фирмах новых технологий, разработкой новых методов; они радикально влияют на ключевые знания и умения персонала вплоть до появления новых профессий в секторе.

Архитектурные инновации меняют структуры, бизнес-модели и правила в туризме; они создают новые события и объекты, что требует реорганизации, изменяют физическую или институциональную инфраструктуру, исследовательскую и обучающую базу.

Факторы, обусловливающие туристские инновации, могут быть представлены и в более агрегированном виде:

1. *Экономические* факторы инновационных изменений в туризме, вызванные повышением уровня образования в обществе. 2. *Экологические* факторы инновационных изменений в туризме – это изменения климата, сокращение территорий с нетронутой природой. Главным трендом инноваций в этой области является внедрение экологического менеджмента как на уровне предприятий, так и на муниципальном уровне. 3. *Технологические* факторы, влияющие на инновационные изменения в туризме, это, прежде всего, развитие информационных и коммуникационных технологий и новые возможности транспортировки. Электронный туризм – другое магистральное направление инновационных изменений [13].

Таким образом, на основе представленных подходов к определению инноваций в туризме и факторов, определяющих развитие инновационных процессов в туристской области, может быть предложена следующая классификация инноваций в туризме (рис. 2):

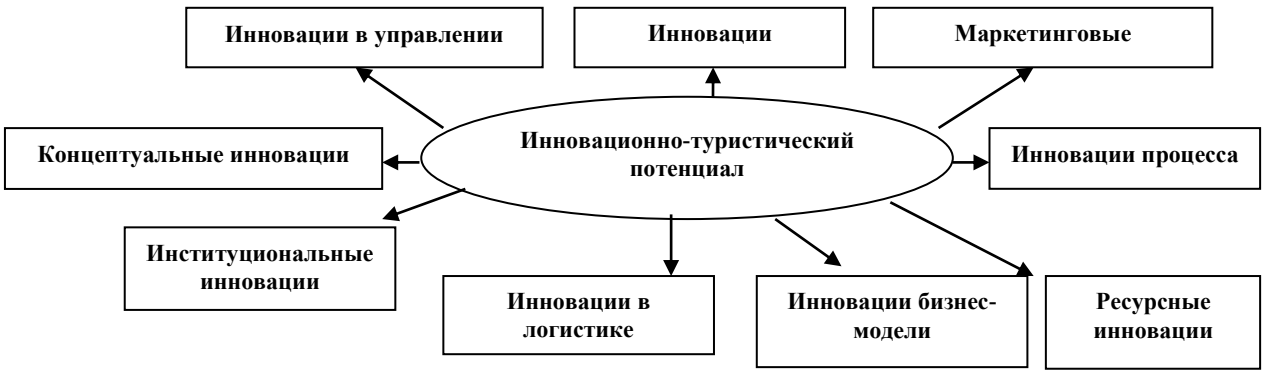


Рисунок 2 – Классификация инноваций в туризме

Источник: собственная разработка на основе изученной литературы

Одним из главных направлений инновационных изменений является развитие устойчивого туризма. В последнее время стало очевидно, что направления инновационных изменений в туризме все чаще приобретают системный характер, когда туризм превращается из индустрии в «общественное предприятие», в котором участвуют самые разные институты.

Следовательно, в основу задачи по повышению туристической привлекательности региона и реализации его туристического потенциала должен быть положен так называемый кластерный принцип.

Согласно теории М. Портера, «кластер – это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний (поставщики, производители и др.) и связанных с ними организаций (образовательные заведения, органы государственного управления, инфраструктурные компании), действующих в определенной сфере и взаимодополняющих друг друга» [9].

При формировании инновационно-туристического потенциала необходимо выделить несколько кластеров, например:

- кластер с позиции экологической привлекательности;
- кластер с позиции культурной привлекательности;
- кластер с позиции индустриальной привлекательности.

В каждом из кластеров соответственно будут свои инновации продукта, процесса, управления, маркетинговые инновации и т.д.

В выводе хотелось бы подчеркнуть, что, несмотря на малую изученность инновационно-туристического потенциала, для ученых данная тема представляет наибольший интерес, поскольку сфера туризма является одной из динамично развивающихся, а также способствует развитию других сфер экономики, таких как: транспорт, торговля, связь и др.

Список литературы

1. Короткевич А. Инновационный потенциал Беларуси и проблемы его вовлечения в национальную экономику [Электронный ресурс] / А. Короткевич // Наука и инновации. – 2015. – № 11. – Режим доступа: http://economy.bsu.by/wp-content/uploads/2016/01/6.pdf. – Дата доступа: 05.02.2017.

2. О туристской деятельности на территории Нижегородской области: Закон Нижегородской области от 01.01.2001 года №8-З .

3. О порядке организации и проведения массовых культурно-просветительных, театрально-зрелищных, спортивных и рекламных мероприятий на территории Нижегородской области постановление от 01.01.01 г. N 189 .

4. Инновационный потенциал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://yandex.by/images/search. – Дата доступа: 05.02.2017.

5. Инновационный потенциал: современное состояние и перспективы развития: моногр./ В. Г. Матвейкин, С. И. Дворецкий, Л. В. Минько, В. П. Таров, Л. Н. Чайникова, О. И. Летунова. – М., 2007. – 284 с.

6. Туристский потенциал как составляющая экономического потенциала региона с учетом инновационной компоненты [Электронный ресурс] . – Режим доступа: http://g.10-bal.ru/geografiya/10463/index.html?page=2. – Дата доступа: 06.02.2017.

7. Состав туристического потенциала компоненты [Электронный ресурс] . – Режим доступа: http://www.studfiles.ru/preview/5055217/. – Дата доступа: 06.02.2017.

8. Эффективность производства: формы, сущность, измерения [Электронный ресурс] . – Режим доступа: http://www.bestreferat.ru/referat-186631.html. – Дата доступа: 06.02.2017.

9. Портер, М. Международная конкуренция / М. Портер. – М. : Международные отношения, 1993. – 339 с.

10. Ресурсы инноваций: организационный, финансовый, административный / под ред. проф. И. П. Николаевой. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 346 с.

11. Сенин В. С. Организация международного туризма / В. С. Сенин. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 278 с.

12. Carson, D., Richards, F. & Jacobsen, D. (2005) Harnessing Innovation for Regional Tourism Development, Centre for Regional Tourism Research, Southern Cross University, p. 4.

13. Кекушев, В. П. Менеджмент экологического туризма: его особенности и формирование / В. П. Кекушев, В. П. Сергеев, В. Б. Степаницкий [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://tourlib.net/books_green/kekushev6.htm. – Дата доступа: 06.02.2017.

This article discusses the components of innovation and potential for tourism in the framework of innovation and economic potential of the region. Defined concepts such as potential, innovation potential, economic potential, and also introduced the concept of innovation and tourism potential.

Потояло Яна Валерьевна, аспирант первого года обучения специальности «Экономика и управление народным хозяйством» Полоцкого государственного университета, Новополоцк, Беларусь. E-mail: yana_potoyalo@mail.ru.

Научный руководитель – ***Додонов Олег Владимирович,*** кандидат экономических наук, доцент, старший научный сотрудник кафедры учета и аудита, логистики и менеджмента Полоцкого государственного университета, Новополоцк, Беларусь.

УДК 317.36

Д.И. Пугач, В.А. Пихун

РАЗВИТИЕ КОНЦЕПЦИЙ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ ОРГАНИЗАЦИИ

В работе рассмотрены исторические аспекты развития концепций управления человеческими ресурсами, дана характеристика основных подходов управления кадровой составляющей, определена роль человека в производственном процессе.

Для современных организаций ценным ресурсом являются сотрудники, т.е. человеческие ресурсы, потенциал которых приобретает принципиальное значение. В настоящее время в науке и практике управления персоналом существуют различные понятия для обозначения участия людей в трудовом процессе, такие как: трудовые ресурсы, кадры, рабочая сила, человеческие ресурсы, человеческий капитал.

Современные концепции управления человеческими ресурсами базируются, с одной стороны, на принципах и методах административного управления, а с другой – на возрастающей роли личности работника, знании его мотивационных установок, умении их формировать и направлять в соответствии с задачами, стоящими перед организацией [1]. Поэтому необходима переориентация руководителей и работников на новые ценности: *главное внутри организации – работники, а за пределами организации потребитель, его интересы.* Приоритетными ценностями для фирмы являются: эффективность работы персонала, инициатива, заинтересованность, развитие творческого потенциала, чувство ответственности.

Основу концепции управления человеческими ресурсами в настоящее время составляют: возрастающая роль личности работника, знание его мотивационных установок, умение их формировать и направлять в соответствии с целями и задачами, стоящими перед организацией.

Опыт отечественных и зарубежных организаций позволяет сформулировать *главную цель системы управления персонала* – обеспечение кадрами, организация их эффективного использования, профессионального и социального развития. В соответствии с данной целью формируется система управления человеческими ресурсами организации.

Во многих публикациях отмечаются два полюса роли человека в общественном производстве: *человек как ресурс* производственной системы (трудовой, людской, человеческой) – важный элемент процесса производства и управления; *человек как личность* с потребностями, мотивами, ценностями, отношениями – главный субъект управления.

Развитие теоретических и практических знаний об управлении людьми в XX веке сопровождолись быстрым изменением общественных взглядов, осознание роли человека в

сфере производства, способы управления формировались по мере развития представлений общества о ценностях и потребностях людей. Практический опыт и научные исследования позволили сформировать важнейшие концепции управления персоналом.

Теории управления людьми как вида деятельности прошли в своем развитии несколько периодов, прослеживающих роль человека в производственной сфере. В этом эволюционном периоде можно отметить смену пяти концепций, что вызвано экономическими, социальными и техническими изменениями в обществе.

Проанализировав процесс развития общества, можно рассмотреть наиболее значимые этапы развития подходов к управлению человеческими ресурсами.

Использование трудовых ресурсов – с конца XIX в. до 60-х годов XX века. Вместо человека, занятого в производстве, рассматривалась лишь его функция – труд, измеряемый затратами рабочего времени и зарплатой. На Западе это отражено в тейлоризме.

Теоретической базой этой системы являлась концепция Ф. Тейлора, который полагал, что работники являются средством достижения организационных целей подобно машинам и оборудованию. От рабочих не требовалось инициативы и творчества, а кадровые службы выполняли в основном учетно-контрольные функции: наем, увольнение, обеспечение трудовой дисциплины и начисление заработной платы.

Управление персоналом – научной основой этой концепции, развившейся с 30-х годов, была теория бюрократических организаций, когда человек рассматривался через формальную роль – должность, а управление осуществлялось через административные механизмы (принципы, методы, полномочия, функции).

Управление человеческими ресурсами – работник считается не просто позицией в штатном расписании, а выступает в единстве трех взаимосвязанных компонентов: трудовой функции, социальных отношений и личности. Люди рассматриваются как ключевой ресурс, как социальная ценность, обосновывается целесообразность стратегического, инвестиционного подхода к формированию, использованию, развитию людей в организации подобно другим видам ресурсов. В отечественной практике эта концепция используется фрагментально и в годы перестройки получила название «активизация человеческого фактора» [2].

Управление человеком – в соответствии с этой концепцией человек – особый объект управления, который, однако, не может рассматриваться только как «ресурс».

Управление человеческим капиталом – конец 50-х годов XX века. Человеческий капитал является имеющимся у каждого индивидуума запасом знаний, навыков, мотиваций. Ученые школы человеческого капитала изучали влияние сроков обучения работников, их навыков и способностей на заработную плату, эффективность и экономический рост предприятий. Их главной задачей было определить экономическую отдачу от инвестиций в человека. Результаты исследований во многом оказались сенсационными. В частности, выяснилось, что экономическая отдача затрат на обучение сотрудников намного превышает инвестиции в новую технику и оборудование. Многочисленные подтверждения этих выводов и ознакомление с ними представителей бизнеса дали сильные импульсы для интенсивного развития на предприятиях стран Запада сферы профессионального обучения. Во многих отраслях экономики это стало очень прибыльным делом, причем повышение общего и особенно профессионального образования не только давало прибыль предпринимателям, но и соответствовало в основном интересам работников, увеличивало их удовлетворенность трудом и производственную самоотдачу.

Концепция управления человеческим капиталом развивает способности отдельного работника, выявляет его сильные и слабые стороны с целью помочь сотруднику внести больший вклад в успех организации. Опыт работника, накопленный в течение долгого времени, увеличивает пул человеческого капитала организации. Человеческие ресурсы,

как и иные ресурсы, не являются бесконечными. За толковых, способных сотрудников идет конкурентная борьба между участниками бизнеса [3].

Все концепции имеют различный подход к управлению. Условно эти подходы можно разделить на экономические, органические и гуманистические. Основные концепции управления персоналом представлены ниже.

Экономический подход к управлению персоналом: *концепция использования трудовых ресурсов.* Экономический подход к управлению дал начало концепции использования трудовых ресурсов. В рамках этого подхода ведущее место занимает техническая, а не управленческая подготовка людей на предприятии. В сущности, организация рассматривается как механизм, а человек, персонал выступает как определенный винтик этого механизма, который должен исправно работать. Среди основных принципов концепции использования трудовых ресурсов можно выделить следующие:

- обеспечение единства руководства – подчиненные получают приказы только от одного начальника;
- соблюдение строгой управленческой вертикали – цепь от начальника к подчиненному спускается сверху вниз по всей организации и используется как канал для коммуникации и принятия решения;
- фиксирование необходимого и достаточного объема контроля – число людей, подчиненных одному начальнику, должно быть таким, чтобы это не создавало проблемы для коммуникации и координации;
- обеспечение дисциплины – подчинение, исполнительность, энергия и проявление внешних знаков уважения должны осуществляться в соответствии с принятыми правилами и обычаями.

Концепция управления трудовыми ресурсами опирается на бюрократическую организационную культуру. Поэтому руководитель в процессе своей деятельности руководствуется такими стереотипами как:

- работники – прирожденные лентяи, пассивные и нуждаются в манипулировании и контроле со стороны руководителя;
- для работников побудительным мотивом в первую очередь является экономический интерес, поэтому нужно приложить все усилия для того, чтобы максимально обеспечить их доход;
- организационная структура должна быть спроектирована таким образом, чтобы контролировать желания работников и в максимальной степени нейтрализовать возможные последствия их непредсказуемых действий;
- на руководящую работу могут выдвигаться те немногие работники, которые способны к самоконтролю и имеют высокую мотивацию, целеустремленность и честолюбивы.

Органический подход к управлению персоналом: *концепция управления персоналом и концепция управления человеческими ресурсами.*

В рамках органического подхода последовательно сложились две концепции: концепция управления персоналом и концепция управления человеческими ресурсами. Именно этот подход обозначил новую перспективу управления персоналом, выведя этот тип управленческой деятельности за рамки традиционных функций организации труда и зарплаты. Кадровая функция из регистрационно-контрольной постепенно стала развивающей и распространилась на поиск и подбор работников, планирование карьеры значимых для организации сотрудников, оценку работы управляющего аппарата, повышение их квалификации [2].

Концепция управления человеческими ресурсами опирается на предпринимательскую организационную культуру. В случае преобладания

предпринимательской организационной культуры руководитель в процессе своей деятельности, как правило, руководствуется такими стереотипами:

- работники интересуются только своими личными целями;
- лучший способ заставить организацию работать – нанять настойчивых, агрессивно настроенных людей и постараться сохранить контроль над ними в условиях постоянно меняющейся внешней среды. Решающим фактором является инициатива самих работников;
- наиболее эффективный способ мотивации работников – вызов, который открывает хорошую возможность для их самореализации;
- властные полномочия редко кому делегируются из-за опасений возможных ошибок.

Гуманистический подход к управлению персоналом. Гуманистический подход исходит из концепции управления человеком и из представления об организации как культурном феномене. Организационная культура несет в себе целостное преставление о целях и ценностях, присущих организации, специфических принципах поведения и способов реагирования, становится одним из объяснительных принципов.

Выделяются следующие основные исторические типы организационных культур: органическая, предпринимательская, бюрократическая, партиципативная.

Партиципативная организационная культура возникла в результате трансформации всех предыдущих организационных культур. Гуманистический подход к управлению персоналом опирается прежде всего на партиципативную организационную культуру. При таком подходе руководитель исходит из того, что:

- подавляющее большинство работников готовы напряженно трудиться ради достижения целей, находящихся за пределами их личных интересов;
- каждый сотрудник уникален, поэтому стандартные управленческие подходы не срабатывают, а должны быть сформулированы к каждому человеку индивидуально исходя их данной ситуации;
- сотрудники достаточно гибки для того, чтобы органично сочетать свои личные цели с целями команды;
- взаимодополняемость способностей членов команды обеспечивает полноценное использование индивидуальных навыков и умений при достижении общих целей;
- процесс командообразования предполагает активное участие всех членов команды в анализе проблем и перспектив, планировании совместных результатов и индивидуальных вкладов в общую работу [2].

Работники – это ресурс, который должен быть максимально реализован. Признано, что главным источником долгосрочного преимущества на рынке является знание способностей и возможностей своих сотрудников, поощрение их изобретательности, заинтересованности в труде, создание благоприятной обстановки.

В целом тенденции управления людьми в организациях носят глобальный характер и отражают поиски передовых компаний в создании высокоэффективных систем реализации творческого и производительного потенциала. Основополагающим теоретическим положением новых подходов к управлению людьми в организации является: признание экономической полезности и социальной ценности человеческих ресурсов, освоение и развитие которых нуждается в инвестиционных вложениях, подобно другим видам экономических ресурсов.

Таким образом, эволюционный период развития концепций человеческими ресурсами отметил смену пяти концепций, от управления трудовыми ресурсами до управления человеческим капиталом. Проанализировав наиболее значимые этапы развития управления персоналом, сформировались несколько различных подходов к управлению. Такие подходы, как экономические, органические и гуманистические, они сыграли значительную роль в развитии наук об управлении и определили условия

функционирования предприятий. Систематизация теоретических знаний в области управления человеческими ресурсами необходима для наиболее эффективного и рационального их использования. Историческое развитие концепций управления персоналом подтверждает необходимость профессионального и социального развития человеческих ресурсов для эффективного функционирования предприятия.

Список литературы

1. Десслер, Г. Управление персоналом / Г. Десслер. – М., 2007. – 245 с.
2. Современные концепции и методы управления: моногр. / О. Шамов [и др.].– Гродно : ГрГУ, 2011. – 309 с.
3. Модели и методы управления персоналом. Русско-британское учебное пособие [Электронный ресурс]. – Режим доступа:http://sbiblio.com/biblio/archive/modeli_i_metodi_upravlenija_personalom. Дата доступа: 05.03.2017.

This study presents the historical aspects of development of concepts of management by human resources are considered, the characteristic of the basic approaches of management of a personnel component is given, the role of the person in production is defined.

Пугач Дарья Ивановна, студентка 4 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: dasha_pugach96@mail.ru.

Пихун Вадим Александрович, студент 4 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: vadim19960603@mail.ru.

Научный руководитель – ***Шамов Олег Владимирович,*** кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 339.138

О.Л. Ракуть

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА СТРАТЕГИЮ КОМПАНИИ

В статье рассмотрены факторы, влияющие на стратегию компании, показана их сущность, выявлены особенности и преимущества каждого из них, обоснованы причины совокупного анализа внешних и внутренних факторов.

Множество факторов оказывает огромную роль в выработке и развитии стратегии компании. Функционирование предприятия в условиях рыночных отношений невозможно без разработки и реализации целого комплекса функциональных и подфункциональных стратегий, которые образуют общую стратегию бизнеса. По причине того, что количество факторов может быть достаточно велико, не утихает научный спор о важности и приоритетности внешних и внутренних факторов для формирования стратегии компании.

Факторы внешней среды описаны ниже.

Социальные, политические и юридические факторы, которые в свою очередь ограничивают выбор стратегических действий компании, т.к любая компания существует и действует в обществе, где стратегическая деятельность ограничивается не только государством, но и сводом норм и правил, а также этикой и мнением людей. Помимо этого, к политическим факторам относят степень стабильности государственной власти, наличие национальных движений, режим правления и т.п. Стратегия предприятия должна быть социально адаптированной, что означает видение бизнеса в тех границах, которые

удовлетворяют нормам и потребностям общества, а также отказ от действий им противоречащих; учет внимания и давления со стороны общественности и СМИ; наличие у компании активной гражданской позиции [1, с. 410]. Помимо этого, немаловажную роль играют особенности демографической ситуации в регионе, половозрастная структура населения, средний уровень дохода и прожиточный минимум, культурная среда и моральные ценности, религия и уровень образования.

Условия конкуренции и общая привлекательность отрасли. Понятие привлекательности отрасли отражает понятие, которое описывает возможность получения долгосрочного и стабильного уровня продаж и прибыли для компании в определенном рыночном сегменте. Важно и необходимо учитывать и соответствовать условиям отрасли и конкурентной среде, а также сочетанию конкурентных свойств товара. Конкурентный анализ отрасли, а именно получение информации, ее корректировка, ведение базы данных – это задача самого предприятия, и получить реальную информацию не так-то просто, как могло бы показаться, ибо в большинстве случаев информация является коммерческой тайной. В этом случае необходимо выработать оценку внешней среды путем прогноза или сценария развития обстановки. Появление в отрасли новых фирм влияет на доходность компании, борьбу за место на рынке, а также приводит к увеличению маркетинговых затрат. В то время как инструментами внутриотраслевой конкуренции являются: цены, качество, внешний вид и упаковка продукции, реклама и т.п. Отсюда следует вывод, что конкуренция выполняет функцию стимулирования хозяйственной деятельности и научно-технического прогресса. Соперничество создает такую ситуацию, когда экономика производит то, что требуют потребители, заказчики, путем применения самой эффективной технологии. Это побуждает предпринимателей следовать в ногу с темпами научно-технического прогресса, совершенствовать и развивать производство, проявлять инновационную активность. В результате возникновения конкурентной среды необходимо предпринять меры по защите своих позиций, а также пересмотреть стратегию компании при изменении покупательских нужд, новых инициативах конкурентов и их технологических достижениях, что обязывает компанию постоянно изучать отрасль и конкурентные условия.

Возможности и угрозы. Преимущественная стратегия должна быть ориентирована на максимальное использование возможностей роста и надежную защиту компании от внешних угроз. Для этого необходимо начать с комплексного изучения рыночной ситуации, в которой существует компания, а также с оценки типов возможностей и угроз, с которыми она может столкнуться. Для этого проводится SWOT-анализ, он является одним из популярных видов анализа в маркетинге. В результате проведения такого анализа мы можем выявить сильные и слабые стороны компании с возможностями, которые дает им рынок. В итоге мы имеем представление о том, в каком направлении должна развиваться компания, и в конечном итоге определяется распределение ресурсов по сегментам [2, с.51]. Стратегия обязана защищать компанию не только в настоящем, но и в будущем, для этого разрабатывается комплекс мероприятий, а именно наступательные и оборонительные. Наступательные мероприятия:

- догнать и перегнать конкурента;
- использование слабых сторон конкурентов;
- одновременное наступление на всех фронтах – предполагает наступление широким набором мероприятий (снижение цены, усиление рекламы, вывод новых товаров на рынок, скидки, подарки) на обширной территории, что выбивает конкурентов из колеи, рассеивает внимание и позволяет бороться во всех направлениях;
- захват незанятых пространств;
- стратегия партизанской войны – состоит в оперативном использовании представляющейся возможности, но настолько осторожно, чтобы не вызвать совместной ответной реакции конкурентов;

- стратегия опережающих ударов – опережающие действия предпринимаются для того, чтобы защитить свою позицию, и при удачном проведении не оставить конкурентам шанса скопировать их с выгодой для себя.

Можно сделать вывод, что наступательные мероприятия разрабатываются для реализации рыночных возможностей, в то время как оборонительные мероприятия служат для защиты конкурентных позиций и прибыльности компании.

Менеджерам необходимо четко и своевременно анализировать все возможности и внешние угрозы, тем самым по необходимости быстро и эффективно корректировать стратегию.

Факторы внутренней среды описаны ниже.

Ресурсы, компетенции, конкурентные возможности. Удачная стратегия максимально использует преимущества компании и нейтрализует недостатки. Если компания владеет какими-либо преимуществами или уникальностью своего продукта/товара, то в будущем они же станут ядром стратегии. Однако если компания не владеет преимуществами и возможностями, то таким образом стратегия создается из имеющихся ресурсов, но с учетом слабых сторон. Тем самым компетенция характеризует тщательно спланированную возможность коллективного взаимодействия в компании, которое основывается на комбинировании имеющихся в распоряжении ресурсов для осуществления бизнес-процессов, которые соответствуют рыночным требованиям, что обеспечивает предприятию устойчивую конкурентную позицию на рынке [3]. Можно выделить обычную и ключевую компетенцию. Ключевая компетенция обязана противостоять возникающим угрозам и поддерживать уже созданные блага и ценности в долгосрочной перспективе. Также она способствует своевременному распознаванию потребностей потребителей, а именно быстрому и гибкому реагированию на изменение рыночной позиции брендов компании, что создает предприятию прочную платформу для формирования и развития долгосрочных конкурентных преимуществ. Ведь конкурентное преимущество является приоритетной задачей для любой компании. Для того чтобы конкурентное преимущество товара было долгосрочным и сильным, оно должно соответствовать четырем критериям: полезность, уникальность, защищенность, ценность. Если товар полезен, уникален, сложно копируемый и юридически защищенный, несет какую-либо ценность, то он способствует разработке стратегии и повышает прибыльность бизнеса.

Принципы бизнеса, этика и личные амбиции менеджеров. Принципы бизнеса играют огромную роль в формировании стратегии компании, так как проявляются в деловых отношениях и возникают при зарождении данных отношений. Именно конструкция сделки в результате взаимодействия субъектов бизнеса обусловливается его принципами. Каждая компания имеет свои усовершенствованные и специализированные бизнес-функции и может осуществлять независимое управление. Благодаря уникальному опыту и профессиональным качествам каждой компании и объединения в целом, любая из них способна удовлетворить требования рынка. Среди основных принципов можно выделить:

1) ценность для клиентов;
2) организация;
3) конкурентное преимущество;
4) контроль;
5) прибыльность.

Личные амбиции менеджеров, их принципы и этические нормы также накладывают отпечаток на стратегию компании. Стратегия должна быть этичной. Взаимоотношения в деловой сфере должны основываться не только на личных интересах и целях своей компании, но и интересах партнеров, покупателей (клиентов), представителей государственных структур и т.д. Именно стратегия компании во многом является плодом

амбиций и моральных качеств, отношения к риску и этических норм менеджеров. Отношение менеджеров во многом определяет выбор стратегии, а именно отдача предпочтений менеджеров более консервативным стратегиям с минимальной степенью риска или же радикальные стратегии, которые построены на инновациях. В свою очередь нравственные ценности менеджера формируют этическую направленность стратегии, где менеджеры с прочными нравственными устоями стараются, чтобы компания строго придерживалась этических норм. Например, обман в рекламной деятельности, нарушение права собственности другого человека (компании), ограничение потребительского выбора, присвоение и использование закрытой информации, шпионаж за конкурентом в пользу собственных интересов – все это создает «перекос» на рынке. При этом потребители чувствуют обман, а конкуренты – нечестные действия коллеги по бизнесу. Получение заказов нечестным путем (к примеру, посредством дачи взятки, по знакомству, путем шантажа и т. д.) приводит к разрушению рынка в целом.

Корпоративные ценности и культура компании. Корпоративные ценности, политика и культура определяют выбор или отказ от определенных стратегических действий. Традиции, философия и практика компании в совокупности определяют ее внутреннюю культуру. Корпоративные ценности создаются на основе стратегического видения организации и предназначены для того, чтобы помочь компании и ее персоналу сконцентрировать все усилия на реализацию своего предназначения и на воплощение своей миссии, где видение – это руководящая философия бизнеса, обоснование существования фирмы, т.е. идеальная картина будущего, то состояние, которое может быть достигнуто при самых благоприятных условиях. Когда у компании есть четкое стратегическое видение собственного будущего, которое разделяют все руководители и сотрудники, тогда возникает необходимость в том, чтобы иметь возможность быть нацеленными на общее дело. Именно набор корпоративных ценностей определяет культуру и характер самой организации, где видение и миссия компании являются уникальными. Важно помнить, что взаимодействие с международными партнерами – это всегда столкновение национальных культур и деловых культур в частности.

Таблица – Потребность в информации стратегического управления и планирования

Наименование задач	Используемая информация
Определение миссии и целей	Общая информация об окружающей среде, потенциальных рынках, наличии рыночных ниш, собственных ресурсах
Анализ окружающей среды (SWOT-анализ)	Информация о возможностях и угрозах, сильных и слабых сторонах компании
Анализ стратегического положения компании на рынке	Оценка привлекательности конкретной компании, ее размеров и динамики развития, оценка доли рынка, рентабельности, жизненного цикла, анализ используемых технологий, конкурентный анализ
Выбор стратегии	Рекомендации стратегического анализа, личный опыт руководителя, информация по закрытым каналам, советы специалистов
Оценка выбранной стратегии	Информация о соответствии выбранной стратегии жизненным реалиям через определенный промежуток времени (могут быть использованы данные стратегического анализа)
Выполнение стратегии и контроль	Информация о ходе и мероприятиях внутри компании, связанных с выполнением стратегии; информация о результатах деятельности компании на рынке, которые стали следствием выполнения стратегии
Управление посредством выбора стратегических позиций	Данные стратегического анализа, информация о ресурсах компании

Источник: [2]

Подводя итоги, можно сделать выводы, что все факторы внешней среды тесно взаимосвязаны, изменение одного из факторов обязательно приводит к тому, что

происходит изменение других факторов. Поэтому их изучение и анализ должны вестись не по отдельности, а в совокупности. Полная информация для принятия стратегических решений базируется также на совокупности анализа внешней и внутренней среды. Таким образом, внешние факторы в совокупности с факторами внутренней среды оказывают решающее воздействие на функционирование организации. Маркетолог должен уметь анализировать все эти факторы в совокупности, не упуская ни одного из виду, и принимать эффективные решения, способствующие стабильному развитию предприятия.

Список литературы

1. Организационное поведение: учебник для вузов / под ред. Г. Р. Латфуллина, О. Н. Громовой. – , 2-е изд., доп. и перераб.– СПб. : Питер, 2015. – 464 с.
2. Арутюнова, Д. В. Стратегический менеджмент: учеб. пособие / Д. В. Арутюнова. – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010. – 122 с.
3. Hambrick, D. C. Environmental Scanning and organizational strategy. / D. C. Hambrick // Strategic Management Journal – 1982. – №3.

In this article the factors which influence the strategy of a company are considered; their essence is shown; the peculiarities and advantages of each of them are revealed; the reasons of an aggregate analysis of external and internal factors are substantiated.

Ракуть Ольга Леонардовна, студентка 2 курса специальности «Менеджмент» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купала, Гродно, Беларусь. E-mail: olalala_20137@mail.ru.

Научный руководитель – **Рабцевич Валентина Вениаминовна**, доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры экономики и управления на предприятии Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 338.23

Е.В. Ратош

СОВРЕМЕННЫЕ ПРИНЦИПЫ РАЗВИТИЯ ЧАСТНО-ГОСУДАРСТВЕННОГО ПАРТНЕРСТВА

В статье раскрыто содержание понятия государственно-частного партнерства, выделены его характерные особенности и принципы развития. Проанализировано содержание исследований в этой области. На основе изучения теоретических вопросов темы и данных из существующей практики выявлено, что государственно-частное партнерство является существенной предпосылкой для развития малого и среднего бизнеса.

Сегодня все больше усиливается склонность к активизации отношений государства и бизнеса в направлении привлечения частного капитала в сферу государственной собственности, частью которой являлась социальная и экономическая система. Изучение функций и задач государства обусловлено дефицитом инфраструктуры и ограниченностью бюджетных средств для обновления и обслуживания находящихся в собственности государства инфраструктурных объектов. Вместе с тем уровень развития инфраструктуры определяет конкурентоспособность страны, возможность обеспечения устойчивых темпов экономического роста.

Следовательно, неустранимым критерием функционирования рыночной экономики является поиск новейших, более действенных приемов привлечения капитала с целью развития инфраструктуры, один из которых – взаимодействие государственных институтов и бизнеса.

Предмет исследования в настоящей статье – государственно-частное партнерство.

Объект исследования – принципы развития государственно-частного партнерства (ГЧП).

Цель исследования – определить и выявить особенности развития государственно-частного партнерства на современном этапе.

Синергизм государства и частного сектора зародился давно. Римское право предусматривало допустимость предоставления частным лицам концессий на снабжение населения чистой водой [1, с. 30].

Основателями концепции взаимовыгодного сотрудничества между государством и предпринимателями на благо общества были французы. Первый в истории проект государственно-частного партнерства был утвержден королем Генрихом I. Инженер Адам де Крапон в долине Кро у города Санлон-де-Прованс в 1554 г. построил канал, который до сих пор носит его имя. Исторически ГЧП развивалось начиная с области служб городского хозяйства, постепенно проникая в сферу транспортных услуг и другие области.

Дальнейшее основное развитие теория государственно-частного партнерства получила в середине XIX в., а начало ее активного использования на практике пришлось на 80-е годы прошлого века [2, с. 56].

Научное понимание связи государства и частного сектора способствовало возникновению подхода. Сам термин «государственно-частное партнерство» – перевод распространенного во всем мире термина «Public Private Partnership».

Среди специалистов нет четкого осмысления термина «Public Private Partnership». В литературе можно встретить следующие разновидности, использующиеся как синонимы: частно-государственное партнерство, муниципально-частное партнерство, частно-общественное партнерство, публично-частное партнерство, партнерство государства и частного сектора и др. [1, с. 30].

Дефиниции частно-государственного партнерства имеют свои особенности в зависимости от принятого тем или иным автором методологического подхода. Рассмотрим несколько формулировок.

По мнению В.Г. Варнавского, ГЧП – это институциональный и организационный взаимовыгодный альянс между государством и бизнесом в целях реализации особо значимых проектов. Его эффективность обеспечивается наиболее полным использованием уникальных возможностей каждого из двух участников проекта и сокращения рисков. Государство получает снижение нагрузки на бюджет и более гибкую систему управления проектом, а бизнес – определенный набор правовых, организационных и кредитных гарантий [3, с. 81].

Е. Коровин определяет муниципально-частное партнерство как «среднесрочное или долгосрочное сотрудничество между общественным и частным сектором, в рамках которого происходит решение политических задач на основе объединения опыта и финансовых рисков и выгод» [1, с. 31].

С точки зрения Д. Будойса, ГЧП – это долгосрочное сотрудничество государственных учреждений, выполняющих общественные задачи, и частных предприятий, при котором каждый из партнеров привносит свои имеющиеся ресурсы, чтобы достигать общих и частных целей.

Ряд определений ГЧП можно найти в нормативной правовой базе субъектов Республики Беларусь.

Так, закон «О государственно- частном партнерстве в РБ» трактует ГЧП как «юридически оформленное на определенный срок взаимовыгодное сотрудничество государственных органов (организаций) и субъектов предпринимательской деятельности с целью объединения ресурсов и распределения рисков, осуществляемое в целях объединения ресурсов и распределения рисков, осуществляемое для реализации социально значимых, инвестиционных, инновационных, инфраструктурных,

национальных проектов и программ, имеющих важное государственное и общественное значение» [4].

В ГЧП проявляются как формальные, так и неформальные отношения. К неформальным относятся отношения, которые не закреплены официальной документацией. Все же формальные отношения закрепляются в договорах.

Главными участниками партнерства государства и частного сектора являются: государство, частный партнер, независимые организации, потребитель услуг/товаров.

Государство включает в себя такие субъекты, как правительство, государственные органы власти, департаменты, областные (районные) органы власти, региональные ведомства и министерства, центральные банки, государственные учреждения и т.д.

Группа потребителей – это пользователи услуг/товаров, реализуемых программой ГЧП.

Частный совладелец выражен инвестиционными, кредитными, маркетинговыми, страховыми и другими предприятиями, создателями которых не является государство.

Независимые организации представлены двумя группами участников. Первая включает заведения, осуществляющие поддержку в разработке требуемых данных по проекту, а также аудит проектов. Вторая группа – общественные организации, включая профсоюзы, профессиональные ассоциации, частные добровольные организации, природоохранные ведомства, которые выступают в интересах потребителей конечных услуг [5, с. 46].

Нужно сделать акцент на следующих характерных особенностях публично-частного партнерства:

- ✓ сторонами партнерских связей являются государственный и частный секторы экономики;
- ✓ все требования сотрудничества должны быть закреплены в формальных документах (договорах, контрактах и др.);
- ✓ взаимоотношения сторон ГЧП должны носить равенственный характер;
- ✓ стороны ГЧП должны иметь цельность целей и задач, направленных на исполнение государственной заинтересованности;
- ✓ стороны ГЧП должны консолидировать свои вклады;
- ✓ стороны ГЧП должны распределять между собой расходы и риски, а также совместно участвовать в применении полученного эффекта.

Формы партнерства государства и частного сектора подчинены ряду общих принципов, ориентирующихся на удовлетворение общественных интересов:

- ✓ равноправие интересов сторон и свобода выбора действий;
- ✓ постоянство контракта ГЧП и одновременно возможности его изменения и приспособления;
- ✓ ответственность за выполнение условий контракта;
- ✓ конкурентность;
- ✓ прозрачность и возвратная связь;
- ✓ нейтралитет государства в сфере ответственности частного партнера;
- ✓ стимулирование и гарантии;
- ✓ возмездность;
- ✓ равноправное отношение к иностранным компаниям.

Принцип равенства интересов сторон и свободы выбора действий.

Этот руководящий принцип рыночной экономики проявляется в ГЧП в нескольких моментах. Он подразумевает, во-первых, равенство всех экономических агентов в доступе к услугам, оказываемым частными компаниями в сфере социальных услуг, во-вторых, равенство всех частных компаний в праве заключения контрактов ГЧП и, в-третьих, свободу партнеров выбирать модели и средства достижения целей, стоящих перед партнерством.

Принцип стабильности контракта ГЧП и одновременно возможности его изменения и адаптации.

Контракт ГЧП является сложным, целостным документом, рассчитанным обычно на продолжительные периоды реализации. В нем прописываются права и обязанности сторон, формы государственной помощи, наименьший размер прибыли частного партнера. Эти и иные сходные по сущности положения контракта должны быть стабильны в течение всего времени его исполнения. Однако существует ряд ситуаций, требующих изменения контракта. Так, окружающая среда проекта понемногу меняется, соответственно может возникать надобность в дополнении, уточнении контракта применительно к новым условиям. Другого рода обстоятельства таковы: государство или муниципальное образование как представитель власти могут в однонаправленном порядке и без предшествующих консультаций с частной компанией изменять положения договора и выдвигать требования, обусловленные наличием общественного интереса (общественной пользы или блага). При этом частная компания должна исполнять свои повинности по договору в полном объеме и на подходящем уровне, даже если она не согласна с органом власти. Но она может апеллировать принятое государством решение в судебном порядке. Во многих странах такие права государства закреплены законодательно.

Принцип ответственности за исполнение условий контракта.

Частная компания должна предоставлять услуги экономическим агентам в абсолютном соответствии с условиями контракта, причем обязательность за их исполнение выше, чем при сделках между частными фирмами, что определяется публично-правовым характером отношений ГЧП. Частная компания не имеет права приостанавливать свою работу в проектах ГЧП, поскольку это повлияет на широкий круг третьих лиц, являющихся потребителями общественных благ или услуг. Все образующие проблемы и преграды частная компания должна разрешать с государством путем диалога в предупредительном порядке, предвидя возможные опасности.

Принцип конкурентности.

Он проявляется на этапе проведения тендера на подписание с государством контракта ГЧП. Конкуренция среди частных компаний за участие в проекте ГЧП позволяет государству выбрать эффективного партнера и снизить затраты по проекту в целом [4].

Принцип прозрачности и обратной связи.

Гражданское общество, в интересах которого реализуются проекты ГЧП, должно обладать доступом к полным сведениям о обстановке на предприятии, его финансовых, экономических и иных показателях, стандартах и качестве оказываемых услуг. Необходимо оснастить потребителей информационными каналами связи с частными компаниями и государственными органами, контролирующими их работу.

Принцип невмешательства.

После подписания контракта ГЧП государство не имеет права впутываться в хозяйственно-административное функционирование частной компании – партнера, который единолично принимает все административно-хозяйственные, управленческие, кадровые и иные решения. Частной компании на праве владения относится производимая продукция и получаемая прибыль.

Принцип стимулирования и гарантий. Государство применяет широкую систему побуждений по вовлечению частных компаний к участию в проектах ГЧП: софинансирование, пособия из бюджета, льготный режим обложения налогами, специальные таможенные порядки, гарантии по прибыльности, займам, поставкам, закупкам, снижение размера концессионных платежей, арендной платы и т.п.

Принцип возмездности.

При прекращении действия контракта по инициативе государства частному партнеру возмещаются сделанные им вложения и компенсируется недополученный доход, за исключением случаев несоблюдения с его стороны условий контракта.

Принцип равноправного (недискриминационного) отношения к иностранным компаниям, обеспечивающий им равные права с предпринимателями.

Этот принцип основывается на нормах по обеспечению недискриминационного режима допуска зарубежных компаний к конкурсам по проектам ГЧП, валютного регулирования деятельности партнеров государства, их права свободного пользования чистой прибылью, полученной на объекте ГЧП, в том числе права вывоза чистой прибыли за границу, и т.п [6, с. 23].

Частно-государственное партнерство можно рассматривать как институт, так как оно выполняет функции, которые присущи индивидам:

- ✓ координирующая функция, проявляющаяся в координировании интересов;
- ✓ перераспределительная функция, позволяющая распределить ограниченные ресурсы;
- ✓ экономия издержек и организация взаимодействия хозяйствующих субъектов.

Фундаментальными сферами применения государственно-частного партнерства являются:

- ✓ научная, научно-техническая, инновационная;
- ✓ медицинская, лечебно-профилактическая и иная деятельность в системе здравоохранения;
- ✓ сфера образования, культуры и социального обслуживания;
- ✓ сфера подвижной, стационарной связи и телекоммуникаций;
- ✓ область производства электрической энергии, производства и транспортировки тепловой энергии;
- ✓ сфера переработки, хранения, перевозки, передачи и распределения нефти и природного газа;
- ✓ область транспорта и дорог (включая мосты и туннели);
- ✓ сфера коммунального хозяйства и коммунальных услуг;
- ✓ область агропромышленного производства;
- ✓ сфера физической культуры, спорта, туризма;
- ✓ другие сферы, связанные с производством товаров, выполнением работ, оказанием услуг [7, с. 25].

В настоящее время роль государственно-частного партнерства в экономической сфере различна в разных странах, но проявляется видимая тенденция к росту его давления на развитие экономической активности. Исключительная авторитетность частно-государственного партнерства как эффективного инструментария развития экономики признается ведущими зарубежными странами.

Взаимодействие государства и бизнеса направлено на достижение социальных и экономических целей по созданию желательных условий для функционирования хозяйственного сочетания и обслуживания потребностей населения, удовлетворения растущего спроса на товары и услуги, доступность инфраструктуры.

Нужно отметить, что в долгосрочной перспективе ГЧП будет способствовать развитию малого и среднего бизнеса, привлечению иностранных инвестиций, улучшению инновационного и инвестиционного климата страны, а также созданию предпосылок для интеграции Республики Беларусь в мировую экономику.

Список литературы

1. Татаркин, А. И. Теоретические основы государственно-частного партнерства / А. И. Татаркин, О. А Романова, Ю. Г. Лаврикова // Бизнес, менеджмент, право. – 2005. – №1. – С. 30–33.

2. Карпов, С. А. Государственно-частное партнерство: теория и практика: учеб. пособие / С. А. Карпов. – М. : ООО «ФУА информ», 2013. – 255 с.
3. Варнавский, В. Г. Партнерство государства и частного сектора: формы, проекты, риски / В. Г. Варнавский. – М. : Наука, 2005. – 315 с.
4. Закон о государственно-частном партнерстве Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.economy.gov.by/ru/invpolicy/gov-priv-partnership/gov-priv-partnership-zakon. – Дата доступа: 04.12.16.
5. Филиппова, В. Н. Институциональная модель государственно-частного партнерства и возможности ее адаптации в национальной экономике / В. Н. Филиппова // Белорусский экономический журнал. – 2016. – №1. – С.45–49.
6. Алпатов, А. А. Государственно-частное партнерство: механизмы реализации / А. А. Алпатов, А. В. Пушкин, Р. М., Джапаридзе. – М. : Альпина Паблишерз, 2014. – 196 с.
7. Истомина, Л. Альтернатива приватизации. Ею может стать частно-государственное партнерство / Л. Истомина // Экономическая газета. – 2008. – №89. – С. 23–27.

The article reveals the content of the concept of public-private partnerships, highlighting the characteristics and principles of development of a content analysis of research in this area. Based on the study of theoretical questions of the topic and data from the existing practice revealed that public-private partnership is an essential prerequisite for the development of small and medium-sized businesses.

Key words: state-private partnership, a joint business, principles of development of public-private partnerships, the private sector of the economy.

Ратош Екатерина Владимировна, студентка 3 курса специальности «Менеджмент» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail katti.slonim@mail.ru.

Научный руководитель – ***Рабцевич Валентина Вениаминовна,*** доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы. Гродно, Беларусь. E-mail: rabsevich@mail.ru.

УДК 339.137

В.Т. Романчук, Е.В. Врублевская

ОСНОВНЫЕ СПОСОБЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ И ПУТИ ЕЕ ДОСТИЖЕНИЯ

Рассмотрены основные понятия конкурентоспособности. Проанализированы основные способы формирования конкурентоспособности предприятия. Рассмотрены факторы конкурентоспособности и определенный набор внутренних конкретных преимуществ.

Рост интереса проблематики конкурентоспособности на предприятии стал причиной появления однозначных оценок о глубине методичного исследования функционирования предприятия, рынка и конкуренции. Проблемой начала исследования конкурентоспособности предприятия, несмотря на многочисленные попытки определения этого термина, является отсутствие единого общепринятого определения. В современной литературе существует большое количество различных определений, которые часто характеризуются отсутствием точности и однозначности, что связано с универсальным пониманием этого термина, множества факторов и составляющих его построения.

Понятие конкурентоспособности происходит от конкуренции и связанным с ней соперничеством. Конкуренция представляет собой одну из основных экономических категорий, что влияет на необходимость точного выяснения сущности этого понятия. Конкуренция является одним из самых натуральных и ярких проявлений рыночной

ориентации и предпринимательства на рынке. В целом, ее суть сводится к конкуренции (соперничеству) между соперниками о преимуществах.

В традиционном понимании конкуренция – это явление, участники которого соревнуются между собой для достижения аналогичных целей. Конкурировать – это значит пытаться выиграть за счет победы над конкурентами для достижения своей цели [1].

Экономика страны функционирует в условиях неограниченной конкуренции с максимальной эффективностью. Конкурентоспособность предприятия – это его потенциал, возможности, а также гибкость в приспособлении к рыночным отношениям. Способы повышения конкурентоспособности предприятий в этих условиях во многом определяют повышение качества продукции, снижение цен на услуги и товары, внедрение инноваций и новых технологий, поиск новых возможностей. Конкурентоспособность предприятия – это система не связанных друг с другом напрямую, однако влияющих друг на друга составляющих. Итогом повышения конкурентоспособности некоторые исследователи считают размер рыночной доли предприятия. Часто конкурентоспособность заложена в идеологии, миссии предприятия, в которой учтены способность и нацеленность предприятия на удовлетворение требований потребителей с низкой ценой при высоком качестве.

Конкурентоспособность предприятия является более сложным и обобщающим понятием по сравнению с конкурентоспособностью товара. Конкурентоспособность предприятия – интегральная числовая характеристика, с помощью которой оцениваются достигнутые предприятием конечные результаты его деятельности в течение определенного периода. Это система элементов, каждый из которых предназначен для отражения числовой (например, балльной) оценки определенного вида потенциала. Конкурентоспособность предприятия обеспечивается за счет приобретаемых им разного рода преимуществ по сравнению с основными конкурентами, а именно: экономических, финансовых, инвестиционных, кадровых, имиджевых и т.п.

Рассмотрение конкурентоспособности организации через призму конкурентоспособности продукции – подход, реализуемый на оперативном или тактическом уровне управления, предполагающий принятие управленческих решений, которые позволяют локализовать неблагоприятную ситуацию и минимизировать возможные потери. Стратегическая же конкурентоспособность возможна при наличии у организации устойчивых управляемых конкурентных преимуществ на длительную перспективу, одним из которых является альтернативный набор стратегий конкурентоспособности организации.

Обеспечение конкурентоспособности организации предполагает три уровня: оперативный, тактический и стратегический.

Обеспечение конкурентоспособности на оперативном уровне означает обеспечение конкурентоспособности продукции. Критерием конкурентоспособности в данном случае является показатель конкурентоспособности продукции.

Конкурентоспособность на тактическом уровне характеризуется общим состоянием предприятия. Критерием конкурентоспособности в данном случае является комплексный показатель состояния предприятия.

Обеспечение конкурентоспособности на стратегическом уровне означает обеспечение инвестиционной привлекательности предприятия. Критерием конкурентоспособности в данном случае является рост стоимости предприятия.

Конкурентоспособность предприятия в самом широком смысле можно определить как способность к достижению собственных целей в условиях противодействия конкурентов. Цели, как правило, имеют временную привязку. Поэтому можно сказать, что конкурентоспособность предприятия определяется его способностью вести успешную (в

отношении поставленных целей) деятельность в условиях конкуренции в течение определенною времени [2].

Факторы конкурентоспособности организации подразделяются на внешние, проявление которых в малой степени зависит от организации, и внутренние, почти целиком определяемые руководством организации.

Внешние факторы:

- государственная политика в отношении экспорта и импорта;
- уровень экономического развития страны;
- государственная экономическая политика в странах-экспортерах и импортерах товаров;
- эффективность функционирования рынков капитала и качество финансовых услуг;
- уровень развития инфраструктуры в стране;
- развитие научно-технологического потенциала;
- наличие и уровень квалификации трудовых ресурсов;
- амортизационная налоговая и финансово-кредитная политика, включая различные государственные и межгосударственные дотации и субсидии;
- таможенная политика и связанные с ней импортные пошлины, квоты:
- система государственного страхования;
- участие в международном разделении труда, разработке финансировании национальных программ по обеспечению конкурентоспособности предприятия;
- государственная система стандартизации и сертификации продукции и систем ее создания;
- государственный надзор и контроль за соблюдением обязательных требований стандартов, правил обязательной сертификации продукции и систем, метрологический контроль;
- правовая защита интересов потребителя;
- основные характеристики рынка: его тип и емкость; наличие и возможности конкурентов;
- деятельность общественных и негосударственных институтов.

Внутренние факторы:

- производственная и организационная структура предприятия;
- технологии;
- учет и регулирование производственных процессов;
- уровень квалификации персонала;
- качество менеджмента;
- информационная и нормативно-методическая база управления;
- оборудование;
- функционирование системы менеджмента качества;
- уровень стратегического управления;
- масштабы применения аутсорсинга;
- развитость сбытовой (дилерской) сети;
- степень защищенности конфиденциальной информации (безопасность системы информационного обеспечения);
- масштабы применения современных информационных технологий;
- использование сети Интернет для продажи продукции;
- ориентация на экономику, основанную на использовании знаний (экономика знаний);
- регулярность привлечения инвестиций в развитие производства;
- размеры сформированной постоянной и лояльной клиентской базы;

- масштабы использования достижений НТП;
- репутация (гудвилл) предприятия;
- мотивация персонала на повышение качества товара;
- наиболее существенные стратегические конкурентные преимущества;
- эффективная конкурентная стратегия;
- своевременность проведения реструктуризации (слияние, поглощение, разделение);
- стоимость предприятия (бизнеса), отражающая его инвестиционную привлекательность.

Возможности непосредственного воздействия предприятия на факторы внешней среды достаточно ограничены, поскольку они преимущественно действуют объективно по отношению к предприятию. Реальные возможности обеспечения конкурентоспособности предприятия находятся в сфере факторов внутренней среды. Однако воздействовать на эти факторы можно с разной степенью эффективности. Так, как правило, значительных капиталовложений и длительного срока окупаемости требуют инновационные изменения технико-технологических условий работы. Однако следует отметить, что при существующем в мире высоком уровне развития научно-технического прогресса производственный потенциал предприятий, который составляет значительную часть экономического потенциала, практически определяется используемыми в производстве современными технологиями.

Применяемые на предприятии технологии формируют требования к количественному и качественному составу основных производственных фондов, системе коммуникаций, составу и квалификации промышленно-производственного персонала, используемым природным ресурсам (вода, топливо и т.п.), системе обработки информации. В свою очередь вышеназванные требования определяют производственную мощность предприятия, количество и качество оборотных средств, необходимых для реализации производственного процесса [3].

Вместе с тем для обеспечения конкурентоспособности предприятия, при всей важности создания современных технико-технологических условий производства, необходимо также уделять внимание формированию адекватной данным условиям системы менеджмента на предприятии. Поэтому среди внутренних факторов конкурентоспособности организации важнейшую роль играет уровень качества управления организацией, т.е. уровень подготовки менеджеров, умение правильно вести деловые операции в условиях постоянного изменения на рынке. Эти факторы считают ключевыми в определении конкурентоспособности организации на рынке.

Обеспечение конкурентоспособности – это важная проблема, решение которой связано с совершенствованием разработки, изготовления, продажи и технического обслуживания продукции, т.е. с осуществлением целенаправленной деятельности по установлению, формированию и поддержанию требуемого уровня конкурентоспособности на всех этапах жизненного цикла продукции.

Как правило, усилия направляются на достижение следующих целей:

- повышение качества;
- снижение издержек производства;
- повышение экономичности и оперативности послепродажного оборудования;
- стимулирование маркетинговых усилий.

Составляющие элементы конкурентоспособности являются многофакторными характеристиками, которые рассматриваются как самостоятельные объекты управления.

Особую роль в повышении конкурентоспособности играет стратегический подход в управлении конкурентоспособностью предприятия. Выделяют следующие основные стратегии;

- виолентная (силовая);
- патиентная (нишевая);

- коммутантная (соединяющая);
- эксплерентная (пионерская).

В теории конкурентных преимуществ М. Портера рассматриваются два основных источника преимуществ: маркетинг и издержки. Преимущества в маркетинге – это конкурентное преимущество в товарах и услугах, которые в большей степени удовлетворяют потребителя, чем товары конкурента. Преимущества в издержках – это конкурентное преимущество, возникающее благодаря более низким производственным и маркетинговым затратам, чем затраты конкурентов, что позволяет компании снизить цены или использовать экономию на рекламу и распределение [4].

Фирма, добивающаяся преимуществ в маркетинге, в большей степени ориентирована на потребителя, чем фирма, стремящаяся к преимуществам в издержках, которая, однако, тоже не может игнорировать потребителей. Иначе преимущество окажется непрочным.

Для достижения конкурентоспособности предприятия необходимо:

1) обеспечить конкурентоспособность выпускаемой продукции в целевых сегментах рынка. Под конкурентоспособностью товара подразумевается свойство товара, на основе которого данный товар превосходит в определенный момент времени по качественным и ценовым характеристикам аналоги в конкретном сегменте рынка без ущерба для производителя;

2) поднять потенциал конкурентоспособности предприятия, а следовательно, и его подразделений, до уровня мировых производителей в данной отрасли. Этот показатель характеризует возможность успешной работы организации в будущем.

Для обеспечения конкурентоспособности предприятие должно обладать определенным набором внутренних конкурентных преимуществ, количественную оценку факторов можно представить в следующем виде:

- конкурентоспособность изделия ($\boldsymbol{K_i} = \frac{\mathbf{P_i}}{\mathbf{P_{ni}}}$, где $\boldsymbol{K_i}$ – значение степени удовлетворения потребностей потребителя по i-му параметру (i = 1, 2-я); $P_{\boldsymbol{i}}$ – величина i-го параметра показателя степени удовлетворения потребности потребителя для исследуемой величины; $P_{\boldsymbol{ni}}$ – величина i-го параметра показателя степени удовлетворения потребности покупателя в тех или иных компонентах по данному показателю);
- финансовое состояние предприятия ($К_{об} = \frac{СОС}{ОА}$, где $К_{об}$ – коэффициент обеспеченности собственными средствами);
- эффективность маркетинговой деятельности ($Э_{мар} = \frac{1}{3} * П_{мар} * (\frac{Д_в - З_м}{З_в})$, где $Э_{мар}$ – оценка эффективности маркетинговой деятельности, $П_{мар}$ – потенциал маркетинга, $Д_в$ – валовый доход, $З_м$ – затраты на маркетинг, $З_в$ – валовые затраты);
- рентабельность продаж ($\text{Рентабельность продаж по валовой прибыли} = \frac{\text{Валовая прибыль}}{\text{Выручка}}$);
- имидж (марочный капитал) предприятия ($К_{им} = \frac{\boldsymbol{Q_{пз}}}{\boldsymbol{Q_p}}$, где $\boldsymbol{Q_{пз}}$ – объем повторных заявок в стоимостном выражении, $\boldsymbol{Q_p}$ – общий объем реализации);
- эффективность менеджмента.

Таким образом, конкурентоспособность предприятия – это возможность эффективной хозяйственной деятельности и ее практической прибыльной реализации в условиях конкурентного рынка. Поддержание на высоком уровне конкурентоспособности обеспечивается всеми компонентами имеющихся у предприятия маркетинговых средств. Производство и эффективная реализация конкурентоспособных товаров и услуг – обобщающий показатель жизнестойкости предприятия, его умения эффективно использовать свой производственный, научно-технический, трудовой, финансовый потенциал.

Список литературы

1. Zarządzanie kapitałem ludzkim a konkurencyjność przedsiębiorstwa budowlanego :rozprawy naukowe / W. Matwiejczuk, J. Samul. –Białystok, 2013. – 231 s.
2. Мокроносов, А. Г. Конкуренция и конкурентоспособность : учеб. пособие / А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина. – Екатеринбург :Издательствво Уральского университета, 2014. – 194с.
3. Портер, М. Конкуренция : учеб. пособие / М. Портер. – М., 2005. – 608с.
4. Царев В. В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Тория и методология: учеб. пособие / В. В. Царев, А. А. Кантарович, В. В.Черныш. – М., 2012. – 799 с.

The basic concepts of competitiveness are considered. The basic ways of formation of competitiveness of the enterprise are analyzed. Factors of competitiveness and a certain set of internal specific advantages are considered.

Романчук Виолетта Тадеушевна, студентка 3 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: oksana121995@mail.ru.

Врублевская Екатерина Витальевна, студентка 3 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: katy.vrublevskay@gmail.com.

Научный руководитель – **Шамов Олег Владимирович**, кандидат технических наук, доцент; доцент кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 338.1

Е.А. Россинская

АНАЛИЗ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА В СФЕРЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

Проанализированы показатели производительности труда в сфере малого бизнеса Гродненской области Республики Беларусь, рассчитана система индексов средней производительности труда, вклад каждого вида экономической деятельности в изменение общей средней выработки, а также вклад каждого вида экономической деятельности в абсолютное изменение объема производства, экономия численности работников.

Производительность труда – это эффективность, полезность конкретного труда, которая выражается в создании в единицу рабочего времени (или на одного работника) определенного количества потребительских стоимостей. В зависимости от способов измерения результатов производства различают три метода измерения результатов производительности труда:

- натуральный (основанный на учете выпуска продукции в натуральном выражении);
- трудовой (основанный на измерении объема производства продукции исходя из ее трудоемкости);
- стоимостной, наиболее универсальный метод оценки уровня и динамики производительности труда [1, с. 110].

В данной статье использован стоимостной метод измерения результатов производительности труда и проведено статистическое изучение динамики средней производительности труда по видам экономической деятельности.

Виды экономической деятельности, по которым проведен анализ:

1. Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство;

2. Рыболовство, рыбоводство;
3. Горнодобывающая промышленность;
4. Обрабатывающая промышленность;
5. Производство и распределение электроэнергии, газа и воды;
6. Строительство;
7. Торговля; ремонт автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования;
8. Гостиницы и рестораны;
9. Транспорт и связь;
10. Финансовая деятельность;
11. Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг потребителям;
12. Образование;
13. Здравоохранение и предоставление социальных услуг;
14. Предоставление коммунальных, социальных и персональных услуг.

Уровень производительности труда характеризуется показателем выработки продукции на одного работника [1, с. 110].

Абсолютное изменение объема производства продукции можно рассматривать как результат влияния двух факторов: изменения выработки продукции в единицу времени и изменение общих затрат труда [1, с. 111].

Объем производства продукции в сопоставимых ценах рассчитывается делением объема производства в отчетном году в текущих ценах на индекс цен производства исходного года по видам экономической деятельности. Ниже приведены показатели (таблица 1), на основании которых проведено изучение динамики средней производительности труда по видам экономической деятельности.

Удельный вес численности работников каждого вида экономической деятельности в общей численности рассчитан путем деления численности работников определенного вида экономической деятельности на общую численность работников по всем видам.

Таблица 1 – Исходные и расчетные данные

№ вида экономической деятельности	Объем производства продукции в сопоставимых ценах, млн руб		Среднесписочная численность работников, чел.		Средняя выработка продукции на одного работника, млн руб.		Удельный вес численности работников каждого вида экономической деятельности в общей численности	
	Q		T		$\omega = Q/T$		$d_{T_1} == Q_1/\sum Q_n$	
	2014 год	2015 год	2014 год	2015 год	2014 год	2015 год	2014 год	2015 год
Всего	13385445	12106061	818466	762793	16,4	15,9	1,00	1,00
1	654 779	526 154	22 149	22 827	29,6	23,0	0,03	0,03
2	7 218	7 357	549	716	13,1	10,3	0,00	0,00
3	14 665	14 553	759	828	19,3	17,6	0,00	0,00
4	4476330	4408252	190283	176737	23,5	24,9	0,23	0,23
5	1 474	9 133	586	581	2,5	15,7	0,00	0,00
6	1885476	1 210 676	114308	95116	16,5	12,7	0,14	0,13
7	2625049	2 505 143	244738	228003	10,7	11,0	0,30	0,30
8	417 115	260 181	25634	22984	16,3	11,3	0,03	0,03
9	2213792	2 041 162	72803	70633	30,4	28,9	0,09	0,09
10	30 621	26 065	2934	2589	10,4	10,1	0,00	0,00
11	741 600	815 426	99647	97589	7,4	8,4	0,12	0,13

12	34 296	24 231	5198	5223	6,6	4,6	0,01	0,01
13	44 340	54 929	9223	9756	4,8	5,6	0,01	0,01
14	238 690	202 798	29655	29211	8,0	6,9	0,04	0,04

Источник: собственная разработка на основании [2].

При изучении динамики производительности труда по видам экономической деятельности обычно имеет место влияние структурного фактора, т.е. влияние изменения удельного веса численности каждого вида экономической деятельности в общей численности работников. При анализе динамики средней производительности труда кроме общего индекса, называемого индексом переменного состава, исчислен также:

- *индекс фиксированного (постоянного) состава*, отражающий влияние изменения производительности труда по видам экономической деятельности на общее изменение средней производительности труда;
- *индекс структурных сдвигов*, характеризующий меру влияния перераспределения численности между видами экономической деятельности с различным уровнем производительности труда на каждом из них на динамику средней производительности [1, с. 123–124].

Вычислим эти индексы:

$$I_{\text{пер.с}} = \frac{\overline{\omega_1}}{\overline{\omega_0}} = \frac{\sum \omega_1 d_{T_1}}{\sum \omega_0 d_{T_0}} = \frac{15.87}{16.35} = 0.9704$$

$$I_{\text{фикс.с}} = \frac{\sum \omega_1 d_{T_1}}{\sum \omega_0 d_{T_1}} = \frac{15.87}{16.34} = 0.9712$$

$$I_{\text{стр.сдв}} = \frac{\sum \omega_0 d_{T_1}}{\sum \omega_0 d_{T_0}} = \frac{16.34}{16.35} = 0.9992$$

В результате изменения структуры численности общая средняя выработка изменилась на 0,9992-1= -0,077 %.

Для определения «вклада» каждого вида экономической деятельности в изменение общей средней выработки (в абсолютном выражении) проведены расчеты (таблица 2).

Таблица 2 – Расчет вклада каждого вида экономической деятельности в абсолютное изменение общей средней выработки

Вид экономической деятельности	$\omega_0 d_{T0}$	$\omega_1 d_1$	$\omega_1 d_{T1} - \omega_1 d_{T0}$	В том числе	
				$(\omega_1 - \omega_0) d_{T1}$	$(d_{T1} - d_{T0}) \omega_0$
Всего	16,35	15,87	-0,48	-0,47	-0,01
1	0,80	0,69	-0,11	-0,19	0,08
2	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00
3	0,02	0,02	0,00	0,00	0,00
4	5,47	5,78	0,31	0,33	-0,02
5	0,00	0,01	0,01	0,01	0,00
6	2,30	1,59	-0,72	-0,47	-0,25
7	3,21	3,28	0,08	0,08	0,00
8	0,51	0,34	-0,17	-0,15	-0,02
9	2,70	2,68	-0,03	-0,14	0,11
10	0,04	0,03	0,00	0,00	0,00
11	0,91	1,07	0,16	0,12	0,05
12	0,04	0,03	-0,01	-0,01	0,00
13	0,05	0,07	0,02	0,01	0,01

14	0,29	0,27	-0,03	-0,04	0,02

Источник: собственная разработка

Если абсолютные разности между числителем и знаменателем соответствующих индексов умножить на среднесписочную численность работников отчетного периода, то получим влияние производительного труда (средней выработки) на изменение объема продукции за счет изменения численности работников и их средней выработки. Результаты представим в таблице 3 [1, с. 126].

Таблица 3 – Расчет вклада в абсолютное изменение объема производства по факторам (млн руб.)

Вид экономической деятельности	ΔQ=Q1-Q0	$\mathbf{\Delta Q_T = (T_1 - T_0) * \omega_0}$	$\mathbf{\Delta Q_\omega = (\omega_1 - \omega_0) * T_1}$
1	-128 624,78	20 043,35	-148 668,13
2	138,83	2 195,64	-2 056,81
3	-112,05	1 333,18	-1 445,23
4	-68 077,96	-318 664,13	250 586,17
5	7 659,49	-12,58	7 672,07
6	-674 800,23	-316 566,25	-358 233,97
7	-119 906,27	-179 498,87	59 592,60
8	-156 933,50	-43 120,65	-113 812,85
9	-172 629,66	-65 985,31	-106 644,35
10	-4 555,80	-3 600,63	-955,17
11	73 826,43	-15 316,19	89 142,63
12	-10 065,16	164,95	-10 230,11
13	10 588,63	2 562,42	8 026,21
14	-35 891,76	-3 573,71	-32 318,05

Источник: собственная разработка

В целом по всем видам экономической деятельности:

$$\mathbf{\Delta Q = \sum Q_1 - \sum Q_0 = 12\,106\,061 - 13\,385\,445 = -1\,279\,383,78}$$ млн руб.

$$\mathbf{\Delta Q_T = \left(\sum T_1 - \sum T_0\right) * \sum \omega_0 = (762793 - 818\,466) * 16,4 =}$$
$$\mathbf{= -910\,493,39}$$ млн руб.

$$\mathbf{\Delta Q_\omega = \left(\sum \omega_1 - \sum \omega_0\right) * \sum T_1 = (15,9 - 16,4) * 762\,793 =}$$
$$\mathbf{= -368\,890,40}$$ млн руб.

В результате понижения общей средней выработки объем продукции сократился на 368 890,4 млн руб. Это сокращение было обусловлено:

а) падением средней выработки на предприятиях (млн руб.):

$$\mathbf{\left(\sum(\omega_1 - \omega_0)d_{T1}\right)\sum T_1 = -0,47 * 762\,793 = -359\,345,00}$$

б) структурными сдвигами в численности работников (млн руб.):

$$\mathbf{\left(\sum(d_{T1} - d_{T0})\omega_0\right)\sum T_1 = -0,01 * 762\,793 = -9545,40}$$

Общее влияние этих факторов (млн руб.): -359 345,00 + (-9545,40) = -368 890,40.

Дальнейшее углубление анализа заключается в разложении влияния на объем продукции всех видов экономической деятельности. Итак, суммарное падение средней выработки привело к падению общего объема продукции на 359 345,00 млн руб., а изменение численности работников – к уменьшению объема продукции на 9 545,40 млн руб. [1, с. 127]. Подсчет показан в таблице 4.

Таблица 4 – Изменение объема продукции, вызванное изменением средней выработки и доли численности работников (млн руб.)

Вид экономической деятельности	$(\omega_1 - \omega_0)\sum T_1$	$T_{э_\omega}$	$(d_{T1} - d_{T0})\omega_0 \sum T_1$	$T_{э_\omega}$
Всего	-359 345,00	-	-9 545,40	-
1	-148 668,13	-5028,95	64 582,17	2184,60
2	-2 056,81	-156,44	2 686,62	204,34
3	-1 445,23	-74,80	2 330,71	120,63
4	250 586,17	10652,09	-14 179,01	-602,73
5	7 672,07	3050,09	87,69	34,86
6	-358 233,97	-21718,13	-188 314,01	-11416,60
7	59 592,60	5555,92	-940,02	-87,64
8	-113 812,85	-6994,42	-14 748,01	-906,35
9	-106 644,35	-3507,12	84 599,37	2782,14
10	-955,17	-91,52	-1 517,75	-154,43
11	89 142,63	11,977,88	35 128,29	4720,10
12	-10 230,11	-1550,50	2 497,80	378,57
13	8 026,21	1669,50	5 578,48	1160,36
14	-32 318,05	-4015,22	12 662,26	1573,17

Источник: собственная разработка

Результатом снижения производительности труда является сокращение объема продукции и экономия численности работников (как правило, условная) [1, с. 128]. Она определяется следующим образом:

$$T_э = \frac{\Delta Q_{\bar{\omega}}}{\overline{\omega_0}} = \frac{-368\,890,40}{16,4} = -22\,556 \text{ млн руб.}$$

Такая экономия свидетельствует о:

а) падении средней выборки по видам экономических деятельностей:

$$T_{э_\omega} = \frac{\Delta Q_{\omega}}{\overline{\omega_0}} = \frac{-359\,345,00}{16,4} = -21\,972 \text{ млн руб.}$$

б) структурных изменениях:

$$T_{э_\omega} = \frac{\Delta Q_{d_T}}{\overline{\omega_0}} = \frac{-9545,40}{16,4} = -584 \text{ чел.}$$

Подводя итог, можно сказать, что существует дополнительная потребность в работниках в количестве 584 человек. Данный показатель – результат большой нехватки работников в сфере строительства (11 417 человек), что частично компенсируется избытком работников в сельском хозяйстве, охоте и лесном хозяйстве, транспорте и связи и других видах экономической деятельности. Следовательно, необходимо сконцентрировать внимание на указанных выше видах экономической деятельности.

Список литературы

1. Тумасян, А. А. Статистика промышленности: учеб. пособие / А. А. Тумасян, Л. И. Василевская. – Минск: Новое знание; М.: ИНФРА – М, 2012. – 430 с.

2. Официальная статистика [Электронный ресурс] // Главное статистическое управление Гродненской области. – Режим доступа: http://www.grodno.belstat.gov.by. – Дата доступа: 04.03.2016.

The article analyzes labor productivity in the sphere of small business of Grodno Region of the Republic of Belarus. The system of indices of average labor productivity, the «contribution» of each type of economic activity to the change in the total average output and the «contribution» of each type of economic activity to an absolute change in the volume of production, saving the number of employees were calculated.

Россинская Екатерина Александровна, студентка 2 курса специальности «Финансы и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: rossinskaya98@gmail.com.

Научный руководитель – ***Селюжицкая Татьяна Владимировна,*** старший преподаватель кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 658.6:658.783

А.С. Рощенко

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ НА ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «Техно Плюс»)

В статье уточнено понятие «управление запасами», раскрыта сущность понятия «система управления запасами», выявлены проблемы в системе управления запасами на торговом предприятии ООО «Техно Плюс», предложены направления устранения этих проблем посредством совершенствования системы управления запасами.

Определение проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами. Величина товарных запасов на торговых предприятиях оказывает значительное влияние на товарооборот, а также оборачиваемость оборотных средств. Для нормального товарооборота необходимо поддерживать оптимальный размер запаса, который соответствует потребностям конкретного торгового предприятия. При недостаточной величине запасов возникают сложности с обеспечением товарооборота предприятия, а излишние запасы вызывают дополнительные потери. В связи с этим существует необходимость выявления недостатков в системе управления запасов и принятие решений по их устранению.

Анализ последних исследований и публикаций. До настоящего времени не существует единого понятия управление запасами, причем понятие это различно как в разных странах, так и у разных авторов. Поэтому так важно разобраться, что же на самом деле представляет собой управление запасами.

Так, например: Грэхэм Бетс, Барри Брайндли под управлением запасами понимают «регулирование объема товарного запаса (stock-in-trade) компании таким образом, чтобы любые товары можно было поставить без задержки, но при этом не связывать запасом чрезмерно большие суммы денег»« [1, с. 406]; по мнению Л. И. Лопатникова, управление запасами [storagecontrol] представляет собой «комплекс моделей и методов, предназначенных для оптимизации запасов, т.е. ресурсов, находящихся на хранении и предназначенных для удовлетворения спроса на эти ресурсы» [2, с. 241]; В.И. Маргунов считает, что «управление запасами – это «комплекс мероприятий по созданию и пополнению запасов, организации непрерывного контроля и оперативного планирования поставок» [3,с.210].

Обобщая результаты исследований этих, и других ученых (А.Н. Стерлиговой [4], Д. Шрайбфедера [5], Г.Л. Бродецкого [6], А.М. Гаджинского[7], О.В. Додонова, Е.Б. Самойловой и Е.Б. Малей [8]), можно констатировать, что для одних из них управление запасами представляет собой комплекс мероприятий по созданию и пополнению запасов, организации непрерывного контроля и оперативного планирования поставок; для других – важную часть общей политики управления оборотными активами предприятия, основная цель которой – обеспечение бесперебойного процесса производства и реализации продукции при минимизации совокупных затрат по обслуживанию запасов.

С нашей точки зрения, управление запасами – это процесс определения и поддержания оптимального размера запасов, а также комплекс мероприятий по созданию и пополнению запасов при минимизации совокупных затрат по обслуживанию запасов.

Нерешенные проблемы. Более глубокого изучения, на наш взгляд, требует изучение системы управления запасами на торговом предприятии, поскольку они имеют свои специфические черты при ее формировании.

Таким образом, *целью данной статьи* является выявление проблем на торговом предприятии ООО «Техно Плюс», и разработка рекомендаций по улучшению системы управления товарными запасами на этом предприятии.

Основной материал. Система управления запасами – это комплекс мероприятий по созданию и выполнению запасов, организации и непрерывного контроля и оперативного планирования поставок[3, с. 210].

Проведенные исследования деятельности предприятия ООО «Техно Плюс» (Беларусь) позволили выявить существенные проблемы в формировании системы управления запасами на нем.

ООО «Техно Плюс» (далее – предприятие) представляет собой сеть магазинов по продаже бытовой техники и электроники, а так же, сопутствующих товаров. Предприятие представляет в Беларуси мировые бренды и стремится стать лидером в своей области[9]. Учитывая все особенности рынка и потребности потребителя, предприятие готово предложить качественное обслуживание покупателей на самом высоком уровне. Покупатель, который решил совершить покупку, получает полный цикл услуг: подбор нужного товара по требованиям покупателя; демонстрация и проверка выбранного товара на месте; консультация по правилам обращения и эксплуатации;- выписка гарантийной документации;- оформление покупки в кредит и рассрочку; бесплатная доставка заказов в пределах МКАД; безналичная оплата для организаций.

Тем не менее за последние годы на предприятии произошло ухудшение ряда показателей, а именно: себестоимость продаж по сравнению с 2013 г. (762 тыс. руб. до деноминации) значительно снизилась в 2014 г. (122 тыс. руб. до деноминации), а также наблюдалось незначительное снижение в 2015 г.(626 тыс. руб. до деноминации) по сравнению с базисным 2013 годом. Чистая прибыль имеет не равномерную тенденцию: в 2013 г чистая прибыль составила 335 тыс. руб. до деноминации, а в следующем году она увеличилась в 1,7 раза и составила 605 тыс. руб. до деноминации, однако в 2015 году наблюдается резкое снижение данного показателя (101 тыс. руб. до деноминации).

При этом происходит увеличение запасов на складе торгового предприятия: в 2014 г запасы на конец периода составили 190 ед., а уже в конце 2015 года – 299 ед. Деятельность предприятия отрицательно характеризует эффективность закупочной деятельности: товарные запасы увеличились в 1,5 раза, а общие запасы возросли на 49,1 %. Увеличение запасов товаров на складе свидетельствует о том, что рост запасов непропорционален прогнозируемым показателям сбыта продукции. По критерию уровня закупочных логистических затрат в выручке от реализации продукции также выявлены проблемы: в 2014 г. они составляли 9,7 %, а в 2015 г. повысились до 15,5 %.

С нашей точки зрения, для решения проблем в системе управления запасами на данном предприятии в первую очередь необходимо усовершенствовать контроль за распределением готовой продукции среди предприятий розничной торговой сети ООО «Техно Плюс». Выявленные проблемы говорят о том, что неравномерные и аритмичные поставки приводят к колебаниям уровня загрузки логистических мощностей розничной торговой сети, что влечет за собой непроизводительные логистические расходы и негативно отражается на обслуживании покупателей. Оперативность поставок, в свою очередь, предусматривает, что ритм завоза товаров в ее торговые предприятия должен нарастать или сокращаться в зависимости от изменений на них спроса, сезонных и других колебаний.

Следующим направлением является переход к централизации поставок, которая предполагает, что организация закупок производится силами и средствами распределительного центра розничной торговой сети. Существующие на предприятии децентрализованные поставки участникам сетевой розничной торговли имеют ряд недостатков, к числу которых относятся: усложнение координации взаимосвязанных функциональных областей логистики сетевой розничной торговли; возникновение предпосылок для использования торговыми предприятиями неформальных процедур в закупках.

Третьим направлением совершенствования системы управления запасами на данном предприятии является повышение уровня логистического сервиса, который определяется следующими основными факторами: политикой обслуживания розничной торговой сетью покупателей; особенностями логистических циклов закупок товаров и их перераспределения; технологией товародвижения.

Перемещение центра тяжести товарных запасов в распределительный центр розничной торговой сети означает переход на ежедневные волновые поставки товаров, что отвечает одному из основополагающих логистических принципов – «точно в срок». Однако обеспечение равномерности и ритмичности этих поставок в этом случае получает большую зависимость от пополнения товарных запасов распределительных центров. Причем возможность снижения логистических издержек во многом смещается в сторону «первичного» распределения, т.е. в область взаимодействия поставщиков и распределительного центра, поскольку существует возможность получения экономии за счет масштаба закупок и рационализации их организации.

В ООО «Техно Плюс» возможно применение следующих принципов пополнения товарных запасов в розничных торговых сетях (рисунок 1).

Особое внимание следует уделять вопросам синхронизации функциональных циклов логистики закупок и перераспределения товарных потоков распределительными центрами. В частности, исследуются их отличительные черты и линии их контроля с учетом степени управляемости их элементов и специфики реализации логистической стратегии «отложенного спроса», позволяющей распределительным центрам избегать формирования неликвидных товарных запасов.

В ООО «Техно Плюс» можно рекомендовать методические подходы к управлению товарным ассортиментом. Для этого используется критическая оценка и обосновывается целесообразность дополнительного учета при реализации фактора многономенклатурных и комплектных поставок, который непосредственно связан с обеспечением требуемой ассортиментной структуры товарных запасов в распределительных центрах.

Рисунок – Принципы пополнения запасов в розничных торговых сетях ООО «Техно Плюс»

Источник: собственная разработка на основе данных [5, с. 215]

Результаты и перспективы дальнейшего исследования. Для улучшения деятельности ООО «Техно Плюс» в сфере логистического управления товарными запасами необходимо перейти от системы управления запасами «модель с фиксированным размером заказа» к модели «минимум–максимум», ибо последняя совмещает в себе элементы системы с фиксированным размером заказа и системы с фиксированной периодичностью заказа.

Данная модель ориентирована на ситуацию, когда затраты на учет запасов и издержки на оформление и доставку заказа настолько значительны, что становятся соизмеримы с потерями от дефицита запасов товара. В этой связи ее целесообразно применять для товаров, имеющих незначительную величину спроса. Эта модель применима для данного предприятия, т.к. спрос на отдельную крупную технику не очень велик. Поэтому в рассматриваемой модели заказы производятся не через каждый фиксированный интервал времени между ними, а только при условии, что запасы на складе в этот момент времени оказались равными или меньше установленного минимального уровня. В случае выдачи заказа его размер рассчитывается так, чтобы поставка пополнила запасы до максимально желательного уровня, поэтому данная система работает лишь с двумя уровнями запасов – минимальным и максимальным.

Пороговый уровень запаса в модели «минимум – максимум» выполняет роль «минимального» уровня. Если в установленный момент этот уровень пройден, т.е. наличный запас равен пороговому уровню или не достигает его, то заказ оформляется. В противном случае заказ не выдается, и отслеживание порогового уровня, а также выдача заказа будут произведены только через заданный интервал времени.

Максимальный желательный запас в модели «минимум – максимум» выполняет роль максимального уровня. Его размер учитывается при определении размера заказа. Он косвенно (через интервал времени между заказами) связан с наиболее рациональной загрузкой площадей склада при учете возможных сбоев поставки и необходимости бесперебойного снабжения потребления.

Таким образом, предложенные направления совершенствования системы управления запасами в ООО «Техно Плюс» позволят увеличить товарооборот предприятия, что будет способствовать увеличению прибыли. Также будут сокращаться запасы на складах, что может способствовать снижению стоимости продукции, т.к. потребуются меньшие затраты на складирование товаров.

Список литературы

1. Толковый словарь/ Г.Бетс [и др.]; под общ. ред.: д.э.н. И. М. Осадчая. – М.:ИНФРА-М, Весь Мир, 1998. – 620 с.

2. Лопатников, Л. И. Экономико-математический словарь: Словарь современной экономической науки / Л. И.Лопатников. – М. : Дело, 2003. – 405 с.

3. Маргунов, В. И. Логистика: учеб. пособие / В. И. Моргунов. – Минск : Выш. шк., 2011. – 508 с.

4. Стерлигова, А. Н. Управление запасами в цепях поставок: учебник / А. Н. Стерлингова. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 430 с.

5. Шрайбфедер, Д. Эффективное управление запасами / Д. Шрайбфедер. – М. : Альп.Бизнес Букс, 2005. – 304 с.

6. Бродецкий, Г. Л. Управление запасами: учеб. пособие / Г. Л. Бродецкий. – М .: Экспо, 2007. – 245с.

7. Гаджинский, А. М. Логистика: учебник / А. М. Гаджинский. – 15-е изд.,перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К.», 2007. – 472 с.

8. Додонов, О. В. Проблемы и предпосылки кадрового обеспечения развития логистической системы Республики Беларусь / О. В. Додонов, Е. Б. Малей, А. Г. Самойлова // Вестник Полоцкого государственного университета, Сер. D. Экон. и юрид. науки. – 2016. – № 5. – С.61–70.

9. Официальный сайт ООО «Техно Плюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://tehnoplus.by/uslugi . – Дата доступа: 25.09.2016.

The article clarified the term «inventory management», reveals the essence of the concept of «inventory management system», revealed problems in inventory management system on the trading company Limited Liability Company «Techno Plus,» suggests ways to fix these problems by improving inventory management system.

Рощенко Анастасия Сергеевна, студентка 3 курса специальности «Логистика» финансово экономического факультета Полоцкого государственного университета, Новополоцк, Беларусь. E-mail: nroshhenko@mail.ru.

Научный руководитель – ***Додонов Олег Владимирович,*** кандидат экономических наук, старший научный сотрудник, доцент кафедры учета и аудита логистики и менеджмента Полоцкого государственного университета, Новополоцк, Беларусь.

УДК 330.831

А.С. Рутковская

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПЛАТНЫХ УСЛУГ В ГУЗ «ДЕТСКАЯ ПОЛИКЛИНИКА № 1 Г. ГРОДНО»

Рассмотрена эффективность управления платными услугами в учреждении здравоохранения. Объект исследования – ГУЗ «Детская поликлиника № 1 г. Гродно», учреждение, специализирующаяся на оказании медицинских услуг населению. Собраны и проанализированы сведения об эффективности управления инновационной деятельностью. Проведен анализ оказываемых платных услуг.

Оценка эффективности управления инновационной деятельностью в ГУЗ «Детская поликлиника № 1 г. Гродно» проводится по следующим показателям:

– доля затрат на покупку современного медицинского оборудования;

– доля оказываемых высокотехнологичных медицинских услуг – с применением высокотехнологичного оборудования;

– количество применяемых новых методов лечения;

– коэффициент подготовки персонала медицинского учреждения – количество персонала, повысившего квалификацию для работы на высокотехнологичном оборудовании.

По предложенным показателям был проведен анализ эффективности управления инновационной деятельностью, результаты которого представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Анализ эффективности управления инновационной деятельностью ГУЗ «Детская поликлиника № 1 г. Гродно» за 2013–2015 гг.

Показатели	Годы			Динамика, +/-
	2013	2014	2015	
доля затрат на покупку современного медицинского оборудования, %	2,5	2,7	3	+0,5
доля оказываемых высокотехнологичных медицинских услуг – с применением высокотехнологичного оборудования, %	0,8	1,0	1,3	+0,5
количество применяемых новых методов лечения, ед.	38	23	29	-9
коэффициент подготовки персонала медицинского учреждения – количество	10	25	29	+19

персонала, повысившего квалификацию для работы на высокотехнологичном оборудо вании, чел.				

Источник: собственная разработка на основании данных организации

Данные таблицы 1 показывают зависимость затрат на приобретение высокотехнологичного оборудования в медицинской практике: чем затраты больше, тем в большем объеме оказываются высокотехнологичные услуги, тем более подготовлен и квалифицирован медицинский персонал.

В 2015 г. наблюдается увеличение на 0,5 п.п. доли затрат на закупку медицинского оборудования, на такой же показатель увеличилась доля высокотехнологичных услуг. Однако сокращается внедрение новых методов лечения.

Платные медицинские услуги населению предоставляются ГУЗ «Детская поликлиника № 1 г. Гродно» в виде профилактической, лечебно-диагностической, реабилитационной помощи.

Платные медицинские услуги населению осуществляются медицинским учреждением в рамках договоров с гражданами или организациями на оказание медицинских услуг работникам. Предоставление платных медицинских услуг населению ГУЗ «Детская поликлиника № 1 г. Гродно» осуществляется по специальному разрешению Министерства здравоохранения.

Учреждение обязано обеспечивать соответствие предоставляемых платных медицинских услуг населению требованиям, предъявляемым к методам диагностики, профилактики и лечения, разрешенным на территории РБ.

Контроль за организацией и качеством выполнения платных медицинских услуг населению, а также правильностью взимания платы с населения осуществляет Министерство здравоохранения Республики Беларусь [1, с. 32].

Учреждение обеспечивает граждан бесплатной, доступной и достоверной информацией.

Предоставление платных медицинских услуг оформляется договором, которым регламентируются условия и сроки их получения, порядок расчетов, права, обязанности и ответственность сторон. Оплата за медицинские услуги производится в учреждениях банков или в медицинском учреждении. Расчеты с населением за предоставление платных услуг осуществляются с использованием бланков строгой отчетности.

За невыполнение правил предоставления платных медицинских услуг учреждение в установленном порядке может быть лишено права предоставления населению платных медицинских услуг.

Проанализируем виды и структуру платных услуг, производимых ГУЗ «Детская поликлиника № 1 г. Гродно» населению (таблица 2).

Таблица 2 – Анализ видов оказываемых платных услуг ГУЗ «Детская поликлиника № 1 г. Гродно», тыс. руб.

Виды оказываемых услуг	2014 г.			2015 г.		
	доходы	расходы	превышение доходов над расходами	доходы	расходы	превышение доходов над расходами
ЛФК	-	-	-	66500,6	11970,1	54530,5
Комплексные программы	943627,9	784715,9	158912	8183,7	2044,6	6139,1
Лабораторные услуги				617962,2	490423,3	127538,9
Физиотерапия				79543,1	61449,2	18093,9
Услуги по аллергологии				854554,6	588508,5	266046,1

Вакцинация	353952,4	353289,9	662,5	799405,7	771205,1	28200,6
Консультации специалистов	1074289,0	954035,0	120254	1712415,8	1525648,6	186767,2
Итого	2371869,3	2092040,8	279828,5	4138565,7	3451249,4	687316,3

Источник: собственная разработка на основании данных организации

Можно отметить такой положительный момент, что по всем видам услуг ГУЗ «Детская поликлиника № 1 г. Гродно» получает прибыль. Структуру доходов от услуг учреждения образования представим на рисунке .

Согласно данным рисунка отметим, что наибольший удельный вес в структуре доходов ГУЗ «Детская поликлиника № 1 г. Гродно» занимают доходы от услуг по консультации специалистов – 41 %. В 2014 г. удельный вес данных доходов был на уровне 45,3 %.

Экспорт услуг (лечение иностранных граждан) в структуре доходов составляет 21 %, на долю платных медицинских услуг приходится 19 % всех доходов.

Рисунок – Структура доходов от услуг ГУЗ «Детская поликлиникака № 1» в 2015 г.

Источник: собственная разработка на основании данных организации2

В таблице 3 приведем расчет прибыльности оказываемых услуг.

Таблица 3 – Прибыльность платных услуг ГУЗ «Детская поликлиника № 1 г. Гродно» за 2015 г., тыс. руб.

Виды оказываемых услуг	расходы	прибыль	рентабельность, %
ЛФК	11970,1	54530,5	455,56
Комплексные программы	2044,6	6139,1	300,26
Лабораторные услуги	490423,3	127538,9	26,01
Физиотерапия	61449,2	18093,9	29,45
Услуги по аллергологии	588508,5	266046,1	45,21
Вакцинация	771205,1	28200,6	3,66
Консультации специалистов	1525648,6	186767,2	12,24
Итого	3451249,4	687316,3	19,91

Источник: собственная разработка на основании данных организации

Данные таблицы 3 показывают, что наиболее прибыльными являются комплексные программы (300,26 %) и ЛФК (455,56 %). Прибыльность платных медицинских услуг составляет всего 3,66 %, от консультации специалистов – 12,24 %. В целом рентабельность платных услуг в 2015 г. была на уровне 19,91 %.

Фактические расходы распределены учреждением по следующим основным (укрупненным) статьям сметы. Это распределение отражено в таблице 4.

Таблица 4 – Распределение фактических расходов, произведенных за счет внебюджетных средств (платные услуги) ГУЗ «Детская поликлиника № 1 г. Гродно» за 2015 г.

Направление расходов	Условные обозначения расходов	Расходы по смете, тыс. руб.	Расходы фактические, тыс. руб.	Отклонение (+, -)
Всего поступлений средств	-	342 109,8	308632,0	-33 477,8
Всего расходов, в том числе:	ВР	342109,8	296 450,7	-45 659,1
текущие расходы	ТР	274 085,8	141 002,4	-28 765,3
капитальные расходы	КР	21 635,9	11 590,9	-10 045,0
налоги и отчисления	НО	42 495,6	36 103,3	-6392,3
прочие расходы	ПР	3 892,5	3436,0	-456,5

Источник: собственная разработка на основании данных организации

Общую сумму расходов можно выразить факторной моделью аддитивного типа, так как результативный показатель ВР можно выразить алгебраической суммой факторов:

$$ВР = ТР + КР + НО + ПР.$$

Влияние этих факторов на изменение ВР можно определить приемом цепных подстановок или простым сравнением фактических данных со сметными. Снижение расходов по факторам приведет к снижению всех расходов и наоборот.

Из таблицы 4 следует, что планирование расходов в учреждении предусматривает их осуществление в пределах поступлений внебюджетных средств, т.е. в сумме 342 109,8 тыс. руб. Однако при фактическом исполнении сметы оказалось, что поступления сократились на 33 477,8 тыс. руб. В этом случае учреждение обязано сократить и расходы, что и было осуществлено в полном объеме. Фактические затраты по укрупненным статьям бюджетной классификации оказались ниже сметных. В учреждении образовался свободный остаток от использования внебюджетных средств. При сравнении установлено, что поступления по внебюджетным средствам были выше осуществленных расходов на 12 181,3 тыс. руб. (308632,0-296450,7). Эта разница и представляет собой сумму превышения доходов над расходами. Если из этой суммы вычесть платежи в бюджет, местные налоги и сборы, то получится сумма превышения доходов над расходами, остающаяся в распоряжении учреждения. Эта сумма может быть израсходована учреждением, но при условии, что будет составлена и утверждена дополнительная смета с обязательным выделением расходов на укрепление материально-технической базы бюджетной организации. Эта выделенная часть может быть израсходована только на строительство, реконструкцию, капитальный и текущий ремонт зданий, сооружений учреждений образования, приобретение оборудования, инструментов, производственного и хозяйственного инвентаря.

Решение о выборе перечня услуг принимается коллегиально администрацией ГУЗ «Детская поликлиника № 1 г. Гродно» совместно с руководителями структурных подразделений. При принятии таких решений учитываются многие факторы, такие как:

- спрос и актуальность;

- место расположения ЛПУ;
- демографическая характеристика контингента;
- пожелания населения;
- финансовые возможности пациентов;
- наличие в шаговой доступности частных клиник со схожим ассортиментом услуг и т.д.

Говоря о необходимости расширения предложения услуг в условиях недостатка средств на их финансирование, следует остановиться на роли ценообразования на платные услуги учреждения.

Надо иметь в виду, что экономическое, в том числе и ценовое поведение учреждения в целом складывается под воздействием рыночных факторов. И хотя цены на платные услуги, как правило, ниже, чем в коммерческом секторе, вследствие влияния на их уровень пожертвований, государственных субсидий, мер государственного регулирования (льготные ставки налогообложения), однако цены не свободны от влияния рыночной конъюнктуры и ценовой политики коммерческих организаций. Формой интеграции в систему рыночных отношений является предоставление платных непрофильных услуг, цены на которые формируются в соответствии с рыночным механизмом хозяйствования.

Специфика формирования спроса и предложения на услуги, особенности функционирования рынка платных услуг вызывают и особые подходы к установлению цен в ГУЗ «Детская поликлиника № 1 г. Гродно»: а) наличие большого количества взаимозаменяемых услуг требует особых методов регулирования цен, сочетания финансовых и ценовых инструментов для стимулирования их потребления и производства; б) высокая общественная значимость этих услуг, наличие значительных и постоянных внешних эффектов обусловливает необходимость сочетания бесплатности и платности предоставляемых услуг, осуществление ценовой дискриминации для отдельных групп потребителей; в) локальный характер рынка обусловливает необходимость управления.

Таким образом, предоставление платных услуг ГУЗ «Детская поликлиника № 1 г. Гродно» ориентировано на целевой рынок – полное удовлетворение потребностей пациентов с учетом тенденций совершенствования способов и методов диагностики и лечения.

Список литературы

1. Лихтарович, Е. Е.Качество и эффективность в здравоохранении / Е. Е. Лихтарович, О. А. Кульпанович. – Минск : БелМАПО, 2011. – 66 с.

The efficiency of the management of paid services in healthcare. The object of study – GUZ «Children's polyclinic № 1 g. Grodno», institution specializing in the provision of health services to the population. Collected and analyzed data on efficiency of management of innovative activity. The analysis provided paid services.

Рутковская Анастасия Станиславовна, студентка 5 курса специальности «Менеджмент» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: rutkovskaya_nastya@mail.ru.

Научный руководитель – ***Рабцевич Валентина Вениаминовна,*** доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 338.984

Е.О. Сахавикова

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

В статье проанализирован один из современных подходов к оценке деятельности организации, оценке с помощью сбалансированной системы показателей, выявлена сущность этого подхода, его особенности и преимущества по сравнению с традиционными методами, обоснованы преимущества его использования.

В настоящее время обеспечение эффективной деятельности организации является одной из важнейших задач менеджера. Для ее исполнения исследование деятельности организации должно осуществляться с разных сторон и точек зрения. Управление организацией невозможно без контроля, анализа и оценки ее состояния в текущем и долгосрочном периодах. Результаты анализа осведомляют администрацию организации и других пользователей экономической информации о состоянии интересующих их объектов, что обеспечивает обратную связь и позволяет найти лучшие способы мотивирования людей. Менеджер должен стремиться получить наибольшее количество основных показателей, которые дают возможность дать более точную оценку текущего состояния деятельности организации, а также увидеть перспективы ее развития в долгосрочном периоде.

Существует значительное количество показателей деятельности организации, которые характеризуют ее с позиции достигнутых результатов, краткосрочных и долгосрочных целей. Считалось, что по размеру прибыли организации можно судить об ее более или менее эффективной деятельности, но сейчас для принятия результативных управленческих решений недостаточно опираться только на традиционные финансовые показатели. Это обусловлено тем, что все данные для расчета берутся из системы бухгалтерского учета и отчетности, они имеют свои особенности, влияющие на точность информации о состоянии организации, что препятствует принятию наиболее эффективных и верных управленческих решений. Эти особенности включают в себя прикрепление фактов на конкретную дату в прошлом; отражение существующего положения на определенную дату, а не его причины; неполная пространственная и недостаточная временная сопоставимость и т.д.

Таким образом, отмечается, что с помощью бухгалтерского учета иногда можно убытки организации показать на бумагах как прибыль, то есть показатель прибыли и некоторые другие финансовые показатели не только дают неполную картину эффективности деятельности организации, но и могут предоставлять ошибочные факты, которые негативно влияют на дальнейшее развитие организации.

Еще одним недостатком показателя прибыли является то, что менеджер, зацикливаясь на достижении прибыли часто в краткосрочном периоде, может потерять конкурентоспособность в долгосрочном периоде. В итоге такие действия часто приводят к разорению предприятия из-за истощения ресурсов.

Следовательно, определять эффективность организации следует не по одному показателю, а в комплексе по множеству различных показателей, которые покажут состояние предприятия со всех сторон. Необходимо не упускать детали и не допускать неточности, которые бы отрицательно сказывались на результативности. Показатели, выбранные для оценки эффективности, должны быть взаимосвязаны со стратегией, так как ее эффективная реализация является важным фактором, который определяет конкурентоспособность предприятия и его способность к устойчивому развитию. Связь между стратегией и показателями, оценивающими состояние организации, выражается в сбалансированной системе показателей.

Сбалансированная система показателей (ССП) – это система, которая измеряет эффективность деятельности всей организации при условии концентрации на показателях, характеризующих осуществление стратегии предприятия. Такая система дает возможность предприятию конкретно сформулировать планы на долгосрочную перспективу и стратегию организации и осуществить их в жизнь. Эта система позволяет вести обратную связь внутренних процессов организации с внешними показателями, что способствует повышению стратегической эффективности и плодотворной деятельности предприятия по достижению поставленных целей.

Существуют причины, из-за которых предприятие не может правильно реализовать свою стратегию. Во-первых, большинство работников организации имеют плохое представление о ее стратегии, то есть свое внимание концентрируют на каких-то других целях, которые никак не способствуют осуществлению стратегии. Во-вторых, менеджеры, которые не тратят достаточного количества времени на обсуждение и разъяснение стратегии, не могут эффективно ее осуществлять. В-третьих, часто организации строят финансовые и деловые стратегии, никак их не связывая, что делает невозможным их выполнение, так как они часто даже противоречат друг другу. В-четвертых, менеджеры, работая на повышение своей заработной платы, игнорирует параметры, необходимые для осуществления стратегии предприятия.

Вместе с тем эти причины преодолевает сбалансированная система, поскольку занимается тем, что направляет внимание работников и их действия на осуществление стратегии организации, что позволяет избавиться от причин, мешающих реализации стратегии.

Показатели ССП, характеризующие предприятие можно разделить на 4 группы:

1) финансы;
2) потребители;
3) бизнес-процессы внутри организации;
4) обучение и развитие.

В литературе отмечается, что в основе такой группировки показателей лежит идея о том, что обучение необходимо для усовершенствования внутренних бизнес-процессов; улучшение бизнес-процессов необходимо для повышения степени удовлетворения потребностей покупателей, а большая удовлетворенность покупателей обеспечивает улучшение финансовых результатов.

Основное внимание при разработке сбалансированной системы показателей уделяется усовершенствованиям во всех сферах деятельности, а не просто достижению некой конкретной цели, поскольку если организация неуклонно не совершенствует работу, она в итоге проигрывает конкурентам, которые делают это [1].

В ССП применяются различные показатели, которые каждая организация выбирает для себя, но при этом они должны соответствовать некоторым требованиям: показатели должны соответствовать стратегии компании и должны характеризовать стадию ее реализации; показатели должны быть понятными и поддающимися контролю теми людьми, работа которых будет оцениваться с помощью этих показателей; система не должна состоять из чрезмерно большого количества показателей – это приведет к недостатку внимания к каждому из них и запутанности [1, с. 203].

В литературе приводится такой универсальный пример показателей:

- финансовая деятельность (рентабельность продаж, рентабельность совокупных активов, коэффициент оборачиваемости оборотных активов, коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности и т. д.);
- операционная деятельность (продолжительность операционного цикла в днях, средняя величина незавершенного производства, удельный вес брака и т. д.);

- инновационная деятельность (удельный вес инновационной продукции в ее общем объеме, доля прибыли от реализации инновационной продукции в общем объеме прибыли от продаж, среднее время освоения нового продукта и т. д.);

- работа с потребителями (доля рынка или прирост объема продаж, лояльность потребителей, расширение потребительской базы, степень удовлетворения потребностей потребителя и т. д.);

- персонал (степень удовлетворенности работников, стабильность кадров, выработка на одного работающего в стоимостном выражении, удельные расходы на обучение и повышение квалификации персонала и т.д.);

- социальные обязательства (показатель частоты производственного травматизма, коэффициент условий труда, расходы связанные с оплатой труда, доля прибыли, направляемой на социальное развитие, и т. д.) [2].

Эти показатели являются примером основных измерителей, но они не могут использоваться в чистом виде. Для построения ССП необходимо учитывать показатели, которые характеризуют отраслевую специфику предприятия. Это позволит представить эффективную ССП в течение длительного времени.

Отраслевая специфика предприятия – особенности организации производственной и хозяйственной деятельности, свойственные предприятиям определенной отрасли [3].

Показатели, характеризующие состояние организации, следует прослеживать часто и быстро доносить до людей, которые отвечают за эту сферу деятельности. Это делается для того, чтобы была возможность быстро отреагировать на какую-то возникшую проблему и избежать дальнейших осложнений.

Благодаря ССП персонал четко представляет, к чему он идет, он не только видит и понимает стратегию организации, но и осознает свою значимость для достижения цели, и поэтому стремится в первую очередь не достичь личных целей для получения выгоды, а выполнить стратегические цели предприятия.

В основе построения ССП лежат основные принципы функционирования организации, такие как: миссия, видение и стратегия. Методика ССП позволяет топ-менеджерам и собственникам перевести цели компании на уровень операционной деятельности; четко понять, как отдельные подразделения, проекты и сотрудники организации влияют на достижение поставленных перед компанией целей и как следует корректировать ежедневную деятельность, ориентируя ее на реализацию стратегии [3].

В ССП внимание уделяется традиционным финансовым показателям и нефинансовым показателям, описывающим эффективность организации. При этом примерно 20 % показателей ССП являются финансовыми, а остальные принадлежат таким сферам, как отношения с клиентами, внутренние бизнес-процессы, обучение и развитие.

Еще одной особенностью ССП является то, что она содержит мероприятия, реализовывая которые организация достигает целевые значения показателей. Часто стратегические мероприятия сразу влияют на достижение нескольких целей. В свою очередь, причинно-следственная цепочка целей – это метод описания стратегии [4]. Такие цепочки показывают связь между разными целями стратегии организации, таким образом можно проследить за появлением каких-то взаимных эффектов. Выявление зависимостей, которые появляются между целями, помогает организовывать более эффективную командную работу. Также с помощью взаимосвязей можно выделить менее и более важные цели, т.е. некоторые цели при рассмотрении с учетом обнаруженных взаимосвязей, теряют свою значимость или наоборот.

Возможный конфликт целей, представленных в ССП, является одним из важных аспектов. Конфликты между отдельными целями организации связаны не с формулировками, а с целевыми значениями показателей, т.е. конфликт между целями – это конфликт между целевыми значениями показателей [4].

Таким образом, мы видим, что по одному показателю (например, прибыли) нельзя оценивать эффективность деятельности организации, а вот сбалансированная система показателей дает такую возможность благодаря тому, что содержит комплекс взаимосвязанных измерителей состояния организации и разрабатывается с акцентом на достижение стратегии предприятия. Становится понятным, что различным компаниям необходимо разрабатывать разные сбалансированные системы, потому что каждая стратегия организации индивидуальна, а также отличается отраслевая специфика, что значительно влияет на показатели, включенные в ССП. Правильно выстроенная сбалансированная система показателей представляет инструмент управления компанией, позволяет проследить обратную связь, характеризующую эффективность реализации стратегии. Формирование стратегии организации и составление показателей, включаемых в ССП, помогает найти решение для многих оперативных задач.

Универсальная структура сбалансированной системы показателей без проблем изменяется и подстраивается под специфику разных организаций. Таким образом, данная система является стержнем, на которые опирается организация, она позволяет объективнее оценивать эффективность деятельности организации, выявлять проблемы и пути их решения, что дает ей преимущество над другими способами оценки результативности организации.

Список литературы

1. Смольский, А. П. Практический менеджмент: инструменты, стратегия и тактика управления / А. П. Смольский. – Минск : Амалфея: Мисанта, 2016. – 124 с.
2. Фоменко, Е. В. Методика формирования сбалансированной системы показателей / Е. В. Фоменко // Вестник АлтГТУ. – 2007. – №4. – С. 18–23.
3. Шумчук, Р. Н. Эффективность сбалансированной системы показателей / Р. Н. Шумчук // Известия Самарского научного центра РАН. – 2010. – №4. – С. 510–513.
4. Джумиго, Н. А. Концепция сбалансированной системы показателей как важнейший элемент управления/ Н. А. Джумиго // Известия АлтГУ. – 2009. – №2. С. 167–172.

The article analyzes one of the modern approaches to the assessment of the organization's activities, evaluation using a balanced scorecard, identified the essence of this approach, its features and advantages over traditional methods, the advantages of its use. Key words: balanced scorecard, performance evaluation, strategy, organization, performance indicators

Сахавикова Екатерина Олеговна, студентка 2 курса специальности «Менеджмент» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: saxavikova@mail.ru.

Научный руководитель – ***Рабцевич Валентина Вениаминовна***, доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 339.138

В.Д. Скобкорева

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПАРТНЕРСТВО С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ ПО СИСТЕМЕ CRM

В настоящей статье анализируется сущность системы CRM в ее операционном, аналитическом и совместном типах, приводящих к полной клиентоориентированности организации, обеспечивающей долговременное партнерство компании с клиентом; выявляются этапы и технология ее внедрения с учетом дифференцированного подхода к организации работы с различными группами клиентов.

В современных условиях рыночной экономики с учетом стремительного роста конкуренции все больше предприятий признает необходимость усовершенствования существующей системы работы с клиентами. Возникает вопрос: как не только укрепить клиентскую базу, но и найти новых потребителей в таких жестких условиях? Данная проблема была уже давно решена на Западе при помощи системы CRM (Customer Relationship Management).

В условиях жесткого рынка добиться успеха можно только одним путем – ориентацией всей компании на клиента. Такую компанию называют клиенто-ориентированной и представляют следующей схемой (рисунок 1):

Рисунок 1 – Схема клиенто-ориентированной компании

Источник: [1, с. 41]

В центре такой компании находится потребитель – клиент.

Чаще директора имеют о маркетинге весьма туманное представление. Если же маркетинг и имеется в компании, то чаще всего в виде бессмысленного «аппендикса» (рисунок 2):

Рисунок 2 – Схема отечественной компании

Источник: [1, с. 41]

Здесь об отделе маркетинга вспоминают в основном при проведении выставок или рекламной кампании.

CRM – это принципиально отличающаяся от всех других стратегия бизнеса, согласно которой вся деятельность предприятия должна строиться вокруг клиента. Суть

данной стратегии заключается в том, что путем сбора информации о клиенте, а также сохранения истории его взаимоотношении с компанией происходит установление индивидуального контакта с потребителем, а следовательно, повышается уровень облуживания клиентов. В настоящее время данный показатель имеет крайне важное значение, поскольку с ростом конкуренции на рынке увеличиваются и запросы потребителей.

Можно сказать, что CRM – это индивидуальный маркетинг, однако охватывает он гораздо больший пласт взаимоотношений между потребителем и производителем. Это целая философия, которая требует значительного перестроения работы всего предприятия.

Во-первых, внедрение системы CRM означает полную клиентоориентированность организации. Заказчик нуждается в индивидуальном подходе при работе с ним, только так можно убедить клиента, что компания заинтересована в работе именно с ним.

Во-вторых, необходимо обеспечить максимальный уровень удобства при общении с заказчиком. Возможность напрямую обратиться в компанию без каких-либо барьеров и сложностей может сыграть решающую роль при выборе клиентом именно этой организации.

В-третьих, нельзя не учитывать психологическую сторону взаимоотношения с клиентами. Конечно, каждому приятно приобрести какой-либо товар (услугу) по более низкой цене или получить приятный бонус от полюбившейся компании.

Все это повышает шанс того, что в последующем клиент вернется именно в вашу организацию, ведь здесь его хорошо знают и ценят. Зачем обращаться куда-либо еще?

Таким образом, в рамках системы CRM клиент воспринимается как единственный надежный источник дохода. Это значит, что чем плотнее будет связь между ним и компанией, тем больше прибыли он может принести. Для поддержания постоянного контакта с потребителем нужно обладать необходимым набором данных о клиенте, его предпочтениях и занятиях. Следовательно, важна любая информация, которая появляется в процессе встреч, переговоров, вопросов и т.д., то есть любых форм взаимодействия с клиентом.

В результате внедрение системы CRM предполагает постоянную работу с огромным количеством информации, потому она представлена в виде электронного приложения.

Можно выделить следующие функциональные составляющие программы CRM:

- управление клиентской базой (сбор имеющихся данных о клиентах в единую базу, включая подробную характеристику клиента и историю его взаимоотношения с компанией);
- управление контактами (планирование и постоянная поддержка контактов с клиентами, быстрый обмен данных между отделами);
- управление деятельностью (предоставление календаря и делового дневника для торговых представителей);
- управление продажами (назначение цен и скидок, управление стадиями продажи);
- управление маркетингом (планирование и бюджетирование, предоставление информации о конкурентах, продуктах, ценах и т.д.);
- управление заказами (управление информацией о наличии товара на складе и доставках в режиме он-лайн);
- подсистема оповещений и рассылок и т.д.

Таким образом, использование современной системы CRM помогает достигнуть следующих результатов [2]:

1) оптимизация работы компании, включая клиентов и сотрудников;
2) координация и систематизация информации о клиентах, что позволяет выделить наиболее прибыльных из них;
3) прогнозирование поведения потребителей;

4) определение на основе полученных данных списка товаров или услуг, которые могут принести наибольшую прибыль компании в будущем;

5) нахождение путей для снижение операционных затрат и административных издержек;

6) увеличение степени удовлетворенности клиентов и др.

Современные системы CRM подразделяются на множество видов. К числу основных можно причислить: операционные, аналитические и совместные.

Операционный тип CRM предназначен для автоматизации оперативной деятельности. Операционные CRM-системы обрабатывают различные наборы данных, «привязанных» к каждому конкретному клиенту. Они необходимы для оперативной поддержки отделов продаж, маркетинга, а также отделов обслуживания клиентов (сервисная поддержка). Как правило, наборы данных, с которыми работают операционные CRM-системы, включают в себя всю контактную информацию о клиенте, историю взаимодействия, виды, объем и количество покупок, каналы коммуникации с клиентом и пр. Информация из этих систем является базовой для работы аналитических CRM-систем.

Аналитический тип систем необходим для поддержки этапов маркетинга и продаж на стратегическом уровне. Они позволяют планировать маркетинговые компании и выбирать наиболее эффективные стратегии продаж. Аналитические CRM-системы обрабатывают информацию из различных баз данных, проводят систематизацию информации, на основе определенных алгоритмов выявляют наиболее эффективные тенденции взаимодействия с клиентами.

Совместный тип CRM-системы – это тип, который обеспечивает совместную работу с клиентами, т.е. клиенты имеют возможность непосредственно взаимодействовать с CRM -системой компании. Взаимодействия могут осуществляться через web-страницы, электронную почту, автоматическую голосовую связь и пр.

В целом анализ взаимодействия с клиентами приводит к выводу о целесообразности для компании внедрить CRM-технологию. Алгоритм внедрения при этом включает несколько этапов:

1. Упорядочивание клиентской базы. Полученные данные позволят обеспечить эффективный анализ по атрибутивным признакам и особенностям поведения клиентов. Основные блоки информации: персональная (контактная) информация, коммерческая информация, история сделок и продаж, история взаимодействия. База данных дает возможность расширять контакты с клиентами, своевременно изменять способы доставки и систему оплаты поставляемых товаров, что приводит к более полному учету потребностей конкретных потребителей [3, с. 360].

2. Сегментация клиентов на основании полученных данных, которую целесообразно проводить по двум критериям: доходность (размер клиента или сумма заключенных сделок) и затратность (в долгосрочном плане – следствие лояльности), как показано в таблице:

Таблица – Матрица сегментации клиентов [4, с. 130].

Критерий сегментации		Лояльность клиента		
		Высокая	Средняя	Низкая
Размер клиента	Крупный	Выявление основных ценностей, поддержание лояльности	Выявление основных ценностей, поддержание лояльности	Устранение причин недовольства, повышение лояльности
	Средний	Выявление основных ценностей, поддержание лояльности	Предложение дополнительных товаров и услуг, стимулирование сбыта	Сокращение издержек

Малый	Предложение дополнительных товаров и услуг, стимулирование сбыта	Сокращение издержек	Сокращение издержек, отказ от клиентов

3. Разработка индивидуальных предложений. Для каждого клиентского сегмента компания проектирует свои продуктовые и сервисные пакеты. «Продуктовая» составляющая касается как модификаций уже существующих продуктов, так и разработки новых решений. «Сервисная» составляющая предполагает использование комплекса различных методов при работе с разными группами клиентов (уровень качества сервиса, разнообразие и индивидуальность пакетов сервиса, эксклюзивность сервиса) для формирования его лояльности.

4. Реинжиниринг направленных на клиента бизнес-процессов. Формируются CRM-процедуры, обеспечивающие взаимодействие различных подразделений и их ориентацию на выполнение заданного уровня требований клиента. Для каждого сегмента клиентов определяются необходимые материалы и оборудование, квалификация персонала, уровень сервисного обслуживания, каналы распространения [4, с. 136].

5. Разработка стратегии контактов. Прорабатывается матрица контактов: перечень информационных поводов, список контактных лиц, предпочтительные средства коммуникации, их время и частота, структурная и содержательная части посланий. Для разных клиентских групп могут использоваться различные способы взаимодействия (от личной встречи до электронного послания), что обеспечивает рациональное использование корпоративных ресурсов.

6. Построение долгосрочных отношений с клиентами и управление ими. В рамках внешней составляющей разрабатываются программы лояльности и стимулирования сбыта (бонусные программы, программы партнерства, клубы постоянных клиентов, дополнительные услуги). Под внутренней составляющей понимаются корпоративные программы, ориентирующие сотрудников компании на повышение качества работы с клиентами, формирование клиенто-ориентированной культуры, мониторинг степени удовлетворенности клиентов и др. [4, с. 137].

Внедрение приведенной CRM-технологии позволяет повысить эффективность работы с клиентами для получения конкурентных преимуществ и усиления позиций на рынке.

Система CRM гарантирует продолжительный успех и дальнейший рост компании. Почему же тогда данная новинка не получает широкого использования на отечественном пространстве? В первую очередь проблема заключается в давольно высокой стоимости внедрения данной программы. Другой вопрос, что стратегия CRM требует определенных масштабов. Малый объем бизнеса вряд ли окупит стоимость подобных инвестиций, так как цена самой технологии довольно велика, не говоря уже об отсутствии специалистов, которые могли бы помочь в этом. Таким образом, система CRM пока что доступна только крупным компаниям, имеющим огромную базу клиентов, каждого из которых обслуживать в отдельности слишком затратно и сложно.

Список литературы

1. Репьев, А. Что должны знать и чего не знают директора? / А. Репьев // Директор. – 2011. – №3. – С.40–43.

2. Цуневская, О. Оценка клиентской базы в программах лояльности / О. Цуневская //Маркетинг. – 2008. – №2. – С. 59–68.

3. Акулич, И. Л. Маркетинг: учеб. пособие / И. Л. Акулич, И. З. Герчиков; под общ. ред. И. Л. Акулича. – Минск : Интерпрессервис, 2003. – 397 с.

4. Лосев, С. В. Принципы построения клиенто-ориентированной организации / С. В. Лосев // Менеджмент в России и за рубежом. – 2008. – №6. – С.127–138.

In this article, the essence of the CRM system in its operational, analytical and joint types is analyzed, leading to a complete client-oriented organization that ensures a long-term partnership of the company with the client; Identify the stages and technology of its implementation, taking into account a differentiated approach to the organization of work with different groups of clients.

Скобкорева Виктория Дмитриевна, студентка 2 курса специальности «Менеджмент» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: vskobkoreva@mail.ru.

Научный руководитель – ***Рабцевич Валентина Вениаминовна***, доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы,. Гродно, Беларусь.

УДК 332.8 (476.6)

В.И. Станчик

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ РЕКЛАМЫ КАК СПОСОБА ПРОДВИЖЕНИЯ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ОАО «МОЛОЧНЫЙ МИР»

В статье анализируются основные способы рекламной деятельности по продвижению молочной продукции для промышленного предприятия ОАО «Молочный мир» и ее роль в маркетинговой деятельности организации.

В современных условиях инновационный способ развития становится для современной промышленной организации главным средством достижения экономического лидерства, важнейшим источником конкурентного преимущества, приносит значительный коммерческий успех. Реальный сектор экономики Республики Беларусь испытывает настоятельную потребность в исследовании маркетинговой деятельности по сбыту продукции. Переход экономики на рыночные отношения создал качественно новые социально-экономические условия развития производства молочных продуктов. Производственные процессы отличаются высокой сложностью, влиянием на них большого числа факторов и многоплановостью. В связи с этим исследование данной проблемы значительно повлияет на конкретный результат его развития.

В данной работе будет рассмотрена проблема продвижения продукции и сложности в борьбе с конкурентами в области молочной промышленности. Целью является выявление способов рекламной деятельности для предприятия ОАО «Молочный мир» и оценка ее эффективности. Всегда существуют различные способы и методы повышения эффективности производства и сбыта молочной продукции, которые применяются далеко не на всех предприятиях. Выявлению этих возможностей и посвящена данная работа. Выявление основ организации инновационной маркетинговой деятельности по сбыту продукции перерабатывающего предприятия, определение путей и резервов повышения экономической эффективности производства, пути совершенствования сбытовой стратегии и рационального использования ресурсов были рассмотрены в данном исследовании.

Длительное время существует расхождение во мнениях между специалистами о том, какое место занимает маркетинг в системе управления организацией. Сначала маркетинг определяли как одну из важнейших функций управления, вопрос встал как реакция практического менеджмента на его растущую роль. Если служба маркетинга организации является простым функциональным подразделением, то речь идет об управлении маркетингом. Для выяснения сущности маркетингового управления целесообразно рассмотрение его как системы функций через выполнение управленческих действий [1].

При этом процесс маркетингового управления включает следующие системно и комплексно связанные между собой функции:

1. Планирование функциональных стратегий маркетинга:
- планирование товара, цен;
- планирование распределения, продвижения.
2. Организация маркетинга:
- организация структуры управления маркетингом;
- организация каналов продвижения товара и ценовой политики;
- распределение прав, задач и ответственности в системе маркетингового управления;
- организация сбора и обработки маркетинговой информации.
3. Мотивация:
- каналов продвижения товара и потребителей;
- персонала службы маркетинга.
4. Учет и контроль маркетинговой деятельности:
- контроль годовых планов маркетинга и прибыльности;
- стратегический контроль (аудит маркетинга).

Выполнение этих функций должно соответствовать принципам системности и комплексности.

Актуальности проведения коммуникационной политики отводится лидирующее место, что объясняется рекламной компанией, проводимой конкурентами. Потребитель, подверженный всестороннему влиянию различных рекламных средств, приходя за покупкой, чаще отдает предпочтение не только качеству товара, красочной упаковке и приемлемой для него цене, но и знакомому названию, бренду, который так часто появляется на экране его телевизора, тем самым формируя у покупателя посредством проводимых производителями рекламных компаний доверие к товаром под рекламируемой торговой маркой. Поэтому отечественные производители продуктов питания видят возможность увеличения объемов продаж именно в проведении многочисленных рекламных компаний. Однако такого рода действия приводят лишь к краткосрочному увеличению прибыли.

Должен разрабатываться весь комплекс маркетинга для предприятия, основные элементы которого будут работать в единой системе. Актуальность разработки товарной политики вытекает из необходимости управления товарным ассортиментом. Производители отечественной товарной продукции столкнулись с проблемой «раздутого ассортимента», в то время как большинство европейских предприятий давно работают по пути создания и продвижения нескольких ассортиментных брендов и специализации на производстве отдельных продуктов, что позволяет им занимать свои конкурентные позиции на рынке. Важная роль в маркетинге продуктов питания приобретает политика предприятия в области обеспечения качества и конкурентоспособности продуктов питания. Так как с потреблением продуктов питания непосредственно связано здоровье и жизнь потребителей, то на передний план выходят вопросы безопасности изготавливаемой продукции, следовательно, и требования обязательной сертификации, которая подтверждает соответствие продукта требованиям стандарта. Товарная политика предприятия-изготовителя продуктов питания требует особых действий по разработке и маркировке реализуемой продукции.

Для привлечения внимания покупателя продукты питания должны иметь яркую и оригинальную упаковку, которая, что не маловажно, способна выполнить рекламную функцию, функцию общения. Таким образом, упаковка продуктов питания должна отвечать требованиям непосредственных потребителей продукции, при этом предприятие должно учитывать и то, что упаковка должна облегчать транспортировку и хранение продукции, быть прочной и содержать всю необходимую информацию.

Поскольку особо важным фактором при покупке продовольственных товаров остается цена, актуальной является разработка ценовой политики.

Снижение цен на продукты питания – лишь одно из главных направлений деятельности эффективного маркетинга. При установлении цен прежде всего учитываются затраты на производство единицы продукции. Чем они меньше, тем выше при других равных условиях ценовая конкурентоспособность товара. В связи с тем, что не всегда является возможным изменение цен за счет уменьшения издержек, предприятия должны быть заинтересованы в формировании ценовой стратегии (система скидок, дифференцированных цен) [2].

Рассмотрим данные методы управления маркетинговой деятельностью на примере промышленного предприятия ОАО «Молочный мир». Одним из мероприятий, позволяющих улучшить деятельность организации, выступает реклама. В таблице 1 показаны преимущества и недостатки основных средств распространения рекламы.

Таблица 1. – Основные виды средств распространения рекламы

Средство рекламы	Преимущества	Ограничения
Газеты	Гибкость, своевременность, хороший охват местного рынка; широкое признание и принятие; высокая достоверность.	Кратковременность существования; низкое качество воспроизведения; незначительная аудитория «вторичных» читателей.
Телевидение	Сочетание изображения, звука и движения; чувственное воздействие; высокая степень привлечения внимания; широта охвата.	Высокая абсолютная стоимость; перегруженность рекламой; мимолетность рекламного контакта; меньшая избирательность аудитории.
Радио	Массовость использования; высокая географическая и демографическая избирательность; низкая стоимость.	Представление только звуковыми средствами; степень привлечения внимания ниже, чем у телевидения; отсутствие стандартной структуры тарифов; мимолетность рекламного контакта.
Журналы	Высокая географическая и демографическая избирательность; достоверность и престижность; высокое качество воспроизведения; длительность существования; значительное число «вторичных» читателей.	Длительный временной разрыв между покупкой места и появлением рекламы: наличие бесполезного тиража; отсутствие гарантии размещения объявления в предпочтительном месте.
Наружная реклама	Гибкость, высокая частота повторных контактов; невысокая стоимость; слабая конкуренция.	Отсутствие избирательности аудитории; ограничения творческого характера.

Источник: [2].

Рекламную деятельность ОАО «Молочный мир» осуществляет посредством размещения в СМИ, однако следует отметить недостатки, связанные с рекламной деятельностью данного предприятия. Местные газеты игнорируются предприятием для рекламы. Радио – используется крайне редко, хотя в городе и республике действуют около десятка радиостанций. Поскольку в Республике Беларусь выпускается ограниченное число журналов, то реклама ведется лишь в специальных торговых журналах с незначительной читательской аудиторией.

В связи с вышеперечисленными недостатками, необходимо использовать для стимулирования продаж организацию рекламы в Интернете, а также на радиостанциях страны. В результате проведенной рекламной кампании в Интернете будут увеличены не только объемы продаж, но и значительно увеличится клиентская аудитория ОАО «Молочный мир». Дополнительный эффект – узнавание торговой марки ОАО «Молочный мир», что не менее важно, чем дополнительная прибыль.

В связи с вышесказанным, необходимо отметить, что разумные размеры бюджета рекламы создают необходимые условия для эффективного проведения рекламных мероприятий, это не означает, что все средства должны быть непременно израсходованы. Важно найти наиболее эффективные подходы к выбору оптимальных средств проведения рекламы. Однако необходимо отметить, что рекламная деятельность слишком часто не дает нужного результата по той причине, что направлена на людей или организации, которые никогда не станут постоянными покупателями, поскольку не являются целевой аудиторией. Да и просто не могут быть ею. Поэтому, во-первых, в плане по рекламе необходимо правильно выбрать целевую аудиторию, а во-вторых, необходимо сконцентрировать свои усилия на одной единственной цели. Реклама в газетах и журналах – высокий охват аудитории, высокое доверие этим СМИ, возможность отбора целевой аудитории по тематикам газет и журналов. Глянцевые страницы журналов в цвете, занятые рекламой, стоят на втором месте по запоминаемости и впечатляемости. Реклама будет распространяться на самых популярных сайтах, также будет производиться адресная рассылка рекламных писем, планируется размещение баннеров на самых популярных финансовых и новостных сайтах. Ввиду постоянно ужесточающейся конкуренции на рынке прослеживается также и тенденция к типично оборонительному состоянию. В этих условиях предприятие-–лидер, в нашем случае ОАО «Молочный мир», всеми своими действиями нацелено на сохранение и укрепление с помощью достигнутого финансового состояния положения на рынке и конкурентоспособности своей продукции по отношению к другим производителям, товары которых присутствуют на данном рынке.

Вместе с тем следует учитывать современное продвинутое понимание маркетинга как подхода в управлении предприятием в целом, обеспечивающее маркетинговую ориентацию фирмы [3, с. 231–232]. Это, очевидно, предполагает следующий шаг в развитии предприятия от совершенствования маркетинга как важной функции управления к маркетинговой ориентации управления, где меняются приоритеты. В производстве – на решение, прежде всего, проблем непосредственно потребителей, в ценовой политике – на приоритет цены потребления, в отношении к рынку – на интенсификацию креативных форм продвижения продукции, в ориентации исследований – на эффективные способы решения проблем клиентов, в предпочтениях при определении состава руководства фирмы – на специалистов, специализирующихся на современных направлениях и инструментах маркетинга.

Список литературы

1. Акулич, М. В. Способы повышения эффективности использования глобальных стратегий бизнеса и маркетинга / М. В. Акулич // Маркетинг в России и за рубежом. – 2014. – №5. – С. 191–193.

2. Бородин, В. А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности (рынки предприятий): учеб. пособие / В. А. Бородин, О. П. Бородина, Е. Н. Болховитина; Алт. гос. техн. им. И. И. Ползунова. – Барнаул: АлтГТУ, 2011. – 438 с.

3. Менеджмент: учебно-методический комплекс для подготовки магистров / под общ. ред. А. Л. Гапоненко. – М. : РАГС, Изд. Дом «ИНФРА-М», 2010. – 480 с.

The article describes the basic principles and methods of evaluation of personnel of enterprises, the main problem in the evaluation of staff and conditions for improving existing evaluation system, or use in the organization of new approaches to the assessment of staff performance.

Станчик Валерия Игоревна, студентка 3 курса специальности «Менеджмент» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: lera.stanchik00@mail.ru

Научный руководитель – ***Рабцевич Валентина Вениаминовна***, доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 331.28

Д.С. Тарасевич

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОПЛАТЫ ТРУДА РАБОТНИКОВ В БЮДЖЕТНОЙ СФЕРЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Рассмотрены существующие формы и системы оплаты труда, проведен их сравнительный анализ в Республике Беларусь и Республике Казахстан, выявлены общие черты и имеющиеся различия.

Республика Беларусь стремится к созданию в стране эффективной и действенной социально ориентированной рыночной модели экономики. Утвердив себя демократическим, правовым и социальным государством, высшими ценностями которого являются жизнь человека, его права и свободы, а основополагающими принципами своей деятельности – общественное согласие, политическая стабильность, и экономическое развитие на благо всего народа, государство взяло на себя обязательства по обеспечению определенного уровня и качества жизни своим гражданам.

Принято различать сдельную и повременную формы оплаты труда. Повременная форма оплаты труда основана на количестве отработанного времени и качестве (квалификации) затраченного труда. Такая форма рассчитывается с помощью тарифных ставок и должностных окладов. При повременной форме оплаты труда выделяют простую повременную и повременно-премиальную системы оплаты труда.

Сдельная форма оплаты труда базируется на объеме выполненной работы (количестве изготовленной продукции) и сдельной расценке за единицу работы (продукции). Она применяется на тех работах, где можно нормировать и точно учитывать результаты труда, а увеличение объема продукции не приведет к снижению ее качества и стимулирует повышение производительности труда и квалификации рабочих [1, с. 345–346].

При сдельной форме оплаты труда выделяют такие системы, как:

– прямая сдельная (заработок работнику начисляется по установленным расценкам в соответствии с фактической выработкой; увеличение размера заработка осуществляется прямо пропорционально увеличению количества единиц качественно произведенной продукции);

– сдельно-премиальная (работнику сверх заработка по прямым сдельным расценкам начисляется и выплачивается премия за выполнение или перевыполнение конкретных показателей работы);

– сдельно-прогрессивная (в пределах исходной (установленной) нормы труд оплачивается по основным расценкам, а сверх нормы – по повышенным (прогрессивным) расценкам);

– косвенно-сдельная (размер заработной платы вспомогательного (подсобного) работника ставится в прямую зависимость от показателей труда обслуживаемого им основного работника);

– аккордная (размер оплаты труда устанавливается не за каждую произведенную операцию в отдельности (единицу продукции), а за весь комплекс работ, взятых в целом).

Заработная плата – один из основных источников дохода населения, а значит, регулирование труда и его оплата нуждаются в определенном контроле со стороны государства. И данную точку зрения разделяет не только Республика Беларусь, но и ее партнер по Евразийскому экономическому союзу – Республика Казахстан.

Одним из наиболее важных направлений государственного регулирования оплаты труда является установление минимального размера заработной платы, который гарантируется государством – статья 28 Конституции Республики Казахстан и Закон

Республики Беларусь № 124-З от 17 июля 2002 г. «Об установлении и порядке повышения размера минимальной заработной платы». По состоянию на 1 января 2017 года в Республике Казахстан данная величина составляет 24 459 тенге (или 143,64 белорусских рубля), а в Республике Беларусь – 265,00 белорусских рублей (или 45 123 тенге). Однако следует отметить, что минимальный размер заработной платы в Республике Казахстан ежегодно устанавливается Законом «О республиканском бюджете» на соответствующий год, в то время как в Республике Беларусь – соответствующим постановлением Совета Министров Республики Беларусь.

Кроме того, к числу государственных гарантий в сфере оплаты труда относятся: законодательное ограничение удержаний из заработной платы работников по различным основаниям, предусмотренных действующим законодательством; регламентация порядка и сроков выплаты заработной платы.

Согласно статье 115 пункта 3 Трудового кодекса Республики Казахстан размер ежемесячного удержания не может превышать пятьдесят процентов причитающейся работнику заработной платы. Данное ограничение действует и в Республике Беларусь, оно закреплено в статье 108 Трудового Кодекса Республики Беларусь. Однако данная статья также оговаривает: «Ограничения, установленные частями первой и второй настоящей статьи, не распространяются на удержания из заработной платы при взыскании алиментов на несовершеннолетних детей и расходов, затраченных государством на содержание детей, находящихся на государственном обеспечении. Однако за работником должно быть сохранено не менее 30 процентов заработка» [2].

В то же время некоторые методы регулирования оплаты труда уникальны. Так, постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 20 февраля 2016 г. № 146 «Об установлении размера тарифной ставки первого разряда для оплаты труда работников бюджетных организаций и иных организаций, получающих субсидии, работники которых приравнены по оплате труда к работникам бюджетных организаций» работникам бюджетной сферы была установлена ежемесячная дифференцированная доплата [3].

По состоянию на 2017 год на дифференцированную доплату имеют право работники, тарифицируемые 1–14 разрядами, в размерах 8,6 рубля – 5,7 рубля, а именно:

- 1–5 разряда (дежурные, дворники, сторожа и др.) – 8 рублей 60 копеек;
- 6–9 разряда (лаборанты, секретари, кассиры и др.) – 8 рублей;
- 10–11 разряда (экономисты, менеджеры и др.) – 7 рублей 50 копеек;
- 12 разряда (начальники отделов, ведущие специалисты) – 7 рублей;
- 13 разряда – 6 рублей 50 копеек;
- по 14-му разряду – 5 рублей 70 копеек [2].

Для наглядности размеры доплат согласно тарифному разряду занимаемой должности представлены в виде таблицы 1.

Таблица 1 – Размеры ежемесячных дифференцированных доплат работников бюджетных организаций

Тарифный разряд	1–5	6–9	10–11	12	13	14
Размер ежемесячной дифференцированной доплаты в белорусских рублях, BYN.	8,6	8,0	7,5	7,0	6,5	5,7
Размер ежемесячной дифференцированной доплаты в тенге, KZT (по курсу НБРБ на 01.01.2017)	1464	1362	1277	1191	1107	971

Источник: собственная разработка автора.

Каждому работнику установлен свой размер ежемесячной дифференцированной доплаты согласно занимаемой должности и ее разряду по Единой тарифной сетке.

Следует отдельно отметить, что наибольший размер доплаты получили работники с низкими разрядами должностей. В данную категорию входят: уборщики, дворники, сторожа, дежурные и т.д. Размер заработной платы данных работников зачастую минимален. Решение установить данным категориям работников максимальный размер доплаты свидетельствует о намерении государства повысить социальную защищенность граждан с низким уровнем дохода, что является одним из пунктов «Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы» по наиболее важным направлениям [4].

Согласно данной программе меры в области оплаты труда будут направлены на последовательное повышение ее реального уровня, снижение разрыва между оплатой труда работников бюджетных организаций и средней заработной платой в экономике. Реализацию поставленной задачи в реальном секторе экономики планируется осуществлять путем широкого применения гибких систем оплаты труда, обеспечения роста реальной заработной платы, взаимосвязанного с ростом производительности труда.

Поскольку установление подобной доплаты является достаточно новым шагом в сфере оплаты труда, Министерство труда и социальной защиты в связи с поступающими вопросами по применению ежемесячных дифференцированных доплат опубликовало комментарий, в котором более детально были разъяснены особенности применения данной дифференцированной доплаты. Было уточнено, что установленные размеры доплат выплачиваются в полном объеме при отработанной месячной норме рабочего времени, выполнении объема работ на ставку (оклад) (учителя, тренера – преподавателя по спорту, грузчика и др.). В то же время при недоработке месячной нормы рабочего времени или выполнении работ в меньшем объеме, чем предусмотрено на ставку (оклад), доплата выплачивается пропорционально отработанному времени (объему выполненных работ). Например, дворнику с тарифным разрядом 1, работающему на полставки размер доплаты составляет 4,3 белорусских рубля (8,6*0,5=4,3).

Однако размер доплаты не увеличивается при выполнении:

– работы сверх установленной продолжительности рабочего времени (сверхурочная работа, работа в государственные праздники, праздничные и выходные дни);

– медицинским работником – работы, связанной с организацией и оказанием медицинской помощи, обеспечением санитарно-эпидемического благополучия населения, проведением медицинской экспертизы, выполняемой им сверх продолжительности рабочего времени по основной работе;

– педагогическим работником и работником, осуществляющим педагогическую деятельность в сфере физической культуры и спорта, и работ, более чем на ставку (оклад).

Также было определено, что при выполнении работы на условиях совместительства по основному месту работы или у другого нанимателя доплаты устанавливаются по основной должности (профессии) и по должности (профессии) по совместительству в пределах норм рабочего времени или объемов выполняемых работ. При совмещении должностей (профессий), выполнении работ временно отсутствующего работника, увеличении объема выполняемых работ доплаты выплачиваются в установленных размерах только по основной должности (профессии). Данное уточнение говорит о том, что размер ежемесячной дифференцированной доплаты на одну занимаемую должностную ставку не должен превышать установленный законодательством размер.

Одной из главных задач любого государства является последовательное непрерывное повышение уровня и качества жизни своих граждан. Для выполнения поставленной задачи используется широкий спектр регуляторов. Республика Беларусь и Республика Казахстан едины в своем решении использовать такие социальные гаранты, как установление размера минимальной заработной платы и законодательное ограничение удержаний из заработной платы работников.

В то же время установление ежемесячной дифференцированной доплаты работникам бюджетных организаций является мерой, действующей исключительно на территории Беларуси. Впрочем, если данный регулятор докажет свою эффективность, то, будучи адаптированным под особенности локальной социально-экономической сферы, он сможет применяться и в других странах.

Список литературы

1. Бухгалтерский учет. Теория. Документы. Корреспонденция счетов. Регистры. Отчетность: практическое пособие / Н. И. Ладутько [и др.]; под общ. ред. Н. И. Ладутько. – 6-е изд., перераб. и доп. – Минск : ФУАинформ, 2007. – 808с.
2. Об установлении размеров ежемесячных дифференцированных доплат работникам бюджетных организаций и иных организаций, получающих субсидии, работники которых приравнены по оплате труда к работникам бюджетных организаций: постановления Министерства труда и социальной защиты Респ. Беларусь от 11 января 2017 г. № 2 // Эталон – Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.
3. Об установлении размера тарифной ставки первого разряда для оплаты труда работников бюджетных организаций и иных организаций, получающих субсидии, работники которых приравнены по оплате труда к работникам бюджетных организаций / Эталон-Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2016.
4. Основные положения программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы [Электронный ресурс] / Белорусское телеграфное агенство. – Режим доступа: http://shod.belta.by/programma. – Дата доступа: 20.12.2016.

This article describes current forms and systems of labor remuneration for workers. Comparative analysis of these systems in Belarus and Kazakhstan was made with the definition of similarities and differences that have place in the countries.

Тарасевич Дарья Сергеевна, магистрант 2 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: tarasevichds@gmail.com

Научный руководитель – ***Тарасова Людмила Станиславовна,*** кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 332.122

Т.В. Федорова

КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД К РАЗВИТИЮ ЭКОНОМИКИ – ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ГОСУДАРСТВА

В работе проведен анализ кластерной политики Российской Федерации, определены факторы, отражающие ее экономическую актуальность, а также действия государства, направленные на поддержание и развитие кластеров.

Современные тенденции развития экономики в трансформирующихся рыночных условиях обозначили проблему поиска новых подходов, форм, методов и механизмов обеспечения положительной динамики устойчивого экономического роста национальной экономики.

Особенностью современного экономического развития является активизация преобразований экономических систем как развитых стран, так и стран с переходной экономикой. Преобразования сопровождаются наряду с глобализацией все более выраженной концентрацией территориальных центров экономического развития.

Возрастает актуальность разработки теоретических концепций, позволяющих обосновать и реализовать эффективные формы территориальной организации национальной экономики. Практика зарубежных стран показывает, что в настоящее время наиболее востребованной является кластерная концепция экономического развития.

Кластер (в экономике) – сконцентрированная на некоторой территории группа взаимосвязанных организаций (компаний, корпораций, государств): поставщиков продукции, комплектующих и специализированных услуг; инфраструктуры; научно-исследовательских институтов; вузов и других организаций, взаимодополняющих друг друга и усиливающих конкурентные преимущества отдельных компаний и кластера в целом [1].

Различают 3 широких определения кластеров, каждое из которых подчеркивает основную черту их функционирования:

- регионально ограниченные формы экономической активности внутри родственных секторов, обычно привязанные к тем или иным научным учреждениям (НИИ, университетам и т.д.);

- вертикальные производственные цепочки, узко определенные секторы, в которых смежные этапы производственного процесса образуют ядро кластера (например, цепочка «поставщик – производитель – сбытовик – клиент»);

- отрасли промышленности, определенные на высоком уровне агрегации (например, «химический кластер») или совокупности секторов на еще более высоком уровне агрегации (например, «агропромышленный кластер»). Отличительная черта кластера – целевая предпринимательская деятельность.

В настоящее время создание и развитие сети территориально-производственных кластеров как способа реализации конкурентного потенциала субъектов является одним из пунктов Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 года.

Актуальность проведения эффективной кластерной политики государства обусловлена, в первую очередь, важностью перехода экономики России к инновационному типу развития и необходимостью поддержания высокого уровня конкуре нтоспособности в связи с нестабильной внешнеэкономической ситуацией [2].

Такие важнейшие события новейшей мировой истории, как экономический кризис, вступление России в ВТО, экономические последствия политического кризиса на Украине создают условия, в которых развитие экономики становится приоритетной задачей.

Проведение эффективной кластерной политики может стать одним из способов поддержания конкурентоспособности страны на мировом уровне и создать условия для стабильного экономического роста [1].

Особое значение для обеспечения развития экономики страны имеет политика, проводимая на уровне субъектов, так как развитие отдельных регионов способствует их конкуренции внутри страны, стимуляции развития субъектов, и как следствие, повышению общего уровня конкурентоспособности страны.

Проблемы управления региональным развитием России в современных экономических условиях постоянно актуализируют задачу формирования и реализации эффективных стратегий социально-экономического развития регионов. Разработка стратегий развития территорий на основе традиционных методов часто не обеспечивает достижения высоких конечных результатов и требует нового подхода – формирования стратегии на основе развития территориальных кластеров.

Реализация кластерных проектов входит в число стратегических задач многих субъектов Российской Федерации, так как она способствует экономическому развитию регионов и повышению уровня инновационного развития предприятий, входящих в состав кластеров [3]. Однако наиболее важной задачей для развития субъекта является

определение степени реализации разработанных кластерных проектов, измерение их эффективности и влияния на благосостояние субъекта [4].

Калужская область – один из самых экономически развитых субъектов РФ. Регион занимает лидирующие позиции в России по темпам роста промышленности, объемам инвестиций на душу населения, темпам роста реальных доходов населения и уровню ежегодно внедряемых в производство передовых технологий. В основе роста лежит своевременная и грамотная инвестиционная политика, высокое качество управления и профессионально выстроенная программа поддержки традиционных производств. Кластерный вектор развития определен как основная идея повышения конкурентоспособности и экономического развития.

В Калужской области активно развиваются автомобильный, фармацевтический, транспортно-логистический, туристический, агро- и IT-кластеры. Особое место в этом списке занимает автомобилестроительный кластер. По объемам производства он входит в тройку автоцентров России. В его составе объединены российские и иностранные предприятия. Ядро кластера – три OEM-производителя: «Фольксваген Груп Рус», «Пежо-Ситроен Митсубиши Аутомотив» и российские предприятия концерна «Вольво». Именно с автомобилестроения, а точнее, с открытия завода «Фольксваген», началась история новой экономики области, коренным образом изменившая структуру промышленного комплекса. В рамках фармацевтического кластера, ставшего основой для развития экономики знаний, работают производства мировых лидеров фарминдустрии: «Берлин-Хеми/Менарини», «Ново Нордиск», «АстраЗенека», «Ниармедик», «Сфера-фарм» и др. Ключевыми проектами в формате транспортно-логистического кластера стали создаваемые в формате «грузовой деревни» комплексы FV «Ворсино» и FV «Росва». Важнейшее направление – реконструкция двух международных аэропортов «Калуга» и «Ермолино». В рамках отраслевых кластеров открываются специализированные учебные центры, развиваются научные организации, повышается уровень конкурентоспособности всех предприятий, в том числе и предоставляющих различные услуги.

Регион стремится к построению многоотраслевой, а значит, эффективной экономики. В области работают заводы крупнейших международных концернов: «Самсунг», «Дженерал Электрик», «Континентал», «Нестле», «Л'Ореаль» и др. Активно развиваются предприятия, представляющие традиционные сектора экономики, – это производители турбогенераторов и газотурбинных двигателей, железнодорожной техники, строительных материалов, электроники, оптики и мн. др.. Создаются новые высокотехнологичные производства, занимающиеся исследованиями и разработками в различных сферах: от ядерных технологий, авиации и космонавтики до наномеханики и очистки воды.

Таким образом, взятый пятнадцать лет назад экономический курс полностью себя оправдал. Новая экономическая политика позволила выйти на уровень финансовой самодостаточности, создать условия для развития высокотехнологичных производств, сформировать качественно иную инфраструктурную и социальную среду.

Сегодня перед Калужской областью стоят новые задачи, от решения которых зависит дальнейшее социально-экономическое развитие. Ключевые направления работы – реинжиниринг традиционных производств, углубление процессов интеграции, привлечение новых и расширение интересов присутствующих инвесторов, поддержка малого и среднего бизнеса, моделирование условий для роста кадрового потенциала, развитие экономики знаний, а главное – постоянное повышение уровня жизни в регионе.

В Методических рекомендациях по реализации кластерной политики в субъектах Российской Федерации перечислены основные направление осуществления мероприятий по организации эффективной работы кластеров и поддержания их конкурентоспособности [5].

Действия государства, направленные на поддержание и развитие кластеров, могут быть крайне разнообразными.

Во-первых, это обеспечение кластера высококвалифицированными специалистами, для обучения которых необходимы средние профессиональные и высшие учебные заведения.

Во-вторых, государство может обеспечивать развитие инфраструктуры региона как способа создания благоприятных условий для притока молодых специалистов.

В-третьих, немаловажной является практика создания промышленных парков, технопарков в регионе, которые занимаются обеспечением предприятий кластеров необходимым транспортом, арендованными земельными участками, помещениями, а также средствами логистических и телекоммуникационных инфраструктур.

В-четвертых, возможно установление налоговых льгот для предприятий, входящих в состав кластера, как меры стимуляции производства и расширения деятельности организаций. В настоящее время снижение ставки налога на прибыль является одним из наиболее эффективных инструментов стимулирования роста кластера и привлечения инвестиций.

В-пятых, метод снижения административных барьеров, который подразумевает такие преобразования, как уменьшение срока экспертизы документов, ускорение вынесения решения по результатам проверок, упрощение получения разрешения на строительство.

Предоставление финансовой помощи государства также является сильным стимулом для увеличения темпов развития кластера. Одним из наиболее распространенных методов финансовой помощи является предоставление субсидий регионам России для развития определенных отраслей, наиболее выгодных для повышения конкурентоспособности страны или для создания и применения новейших технологий, необходимых для научно-инновационного развития.

Значимым для эффективного функционирования кластера также является грамотное составление программ развития федерального, регионального и местного значений, цели и задачи которых должны не противоречить, а дополнять друг друга.

Разработка и составление теоретических материалов, описывающих общие подходы стратегического планирования усовершенствования кластеров, необходимы для обеспечения стабильной теоретической базы, на основе которой осуществляются мероприятия, направленные на поддержание конкурентоспособности субъектов.

Создание наукоградов для совершенствования научно-технической базы кластеров и своевременного внедрения новейших технологий в производственный процесс.

Проведение образовательных мероприятий, направленных на подготовку к реализации кластерных проектов и управление ими [5].

Выполнение перечисленных задач обеспечит высокую эффективность деятельности кластеров и увеличит конкурентоспособность субъекта, а также страны в целом.

Таким образом, для наиболее эффективной реализации кластерной политики и обеспечения высокого уровня конкурентоспособности необходимо создать благоприятные условия для возникновения кластерных инициатив и мониторинга их деятельности, а также способствовать применению зарубежного опыта. В настоящее время кластерная политика России недостаточно развита, однако существуют все предпосылки для эффективного развития и обеспечения конкурентоспособности на уровне, отвечающем запросам времени.

Список литературы

1. Корпош, Е. М.Конструирование и развитие кластерных структур как основа конкурентного развития промышленных секторов экономики / Е. М Корпош, В. А. Семидоцкий // Экономика и предпринимательство. –2015. – № 3–2. – С.769–773.

2. Назмутдинова, Е. В. Методические аспекты определения потенциала кластеризации экономики региона / Е. В. Назмутдинова // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 11. – С.112–115.

3. Кулакова, Л. И. Кластерный подход – основа эффективного развития регионов / Л. И. Кулакова // Российское предпринимательство. – 2013. – № 22 (244). – С. 121–130.

4. Галлямова, Д. Х. Кластерная политика как инструмент повышения конкурентоспособности экономики регионов / Д. Х. Галлямова. – 2014. – №. 03-04. – С. 12–15.

5. Методические рекомендации по реализации кластерной политики в субъектах Российской Федерации (подписаны заместителем Министра экономического развития Российской Федерации А.Н. Клепачем от 26.12.2008 г. № 20636-АК/Д19).

The paper discusses the cluster policy of the Russian Federation, the factors showing its economic relevance, and also represented the state's actions aimed at maintaining and development of clusters.

Федорова Татиана Витальевна, студентка 2 курса, направление подготовки «Экономика», профиль «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» финансово-учетного факультета Калужского филиала Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, Калуга, Россия. E-mail: vcz25@yandex.ru .

Научный руководитель – ***Трутнева Наталья Юрьевна,*** кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики Калужского филиала Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, Калуга, Россия.

УДК 336.67

А.В. Шелешко

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПУТЕЙ УЛУЧШЕНИЯ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ И ЛИКВИДНОСТИ

В статье описаны наиболее действенные направления улучшения финансового состояния предприятия. Данные направления базируются на применении методики комплексной оценки финансовой устойчивости предприятия и оценке платежеспособности на основе показателей ликвидности предприятия.

Анализ финансовой устойчивости и ликвидности предприятия показывает, куда предприятие инвестирует (где заморожены деньги), какими источниками (собственными или заемными) пользуется, какова политика и философия финансирования, как быстро (в правильном ли направлении) движутся деньги с момента приобретения ресурсов до получения платежей за готовую продукцию.

Финансовая устойчивость и ликвидность во многом зависит от оптимальности структуры источников капитала и активов предприятия, а также от уравновешенности активов и пассивов в балансе предприятия. Поэтому, проанализировав баланс предприятия, можно определить наиболее благоприятные пути улучшения его финансового состояния. Анализ финансового состояния будем проводить на примере Предприятия А.

В первую очередь проведем анализ финансовой устойчивости Предприятия А на основе методики комплексной оценки финансовой устойчивости предприятия. Он представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Коэффициенты, характеризующие финансовую устойчивость Предприятия А

Наименование коэффициента	Значение коэффициента		Изменение коэффициента, в %
	2014 г.	2015 г.	
Коэффициенты, характеризующие состав и использование собственных средств организации:			
1. Коэффициент автономии (Кавт)	0,59	0,51	-14,3
2. Коэффициент эффективности использования собственных средств (Кисп сс)	0,37	0,36	-3,5
3. Коэффициент обеспеченности запасов собственными средствами (Козсс)	-1,14	-2,05	-80
4. Коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования (Коб сиф)	-0,57	-0,64	-11,9
Коэффициенты, характеризующие состав и использование заемных средств организации:			
1. Коэффициент концентрации заемного капитала (Ккон зк)	0,41	0,49	20,5
2. Коэффициент финансового левериджа (Кфин лев)	0,7	0,98	40,6
3. Коэффициент структуры заемного капитала (Кстр зк)	0,21	0,3	38,1

Источник: собственная разработка автора на основании данных [1, с. 221].

Изучив полученные результаты расчетов коэффициентов, характеризующих состав и использование собственных средств предприятия, можно сделать вывод, что все исследуемые коэффициенты в 2015 году снизились по сравнению с 2014. Это обусловлено уменьшением собственного капитала и увеличением оборотных активов в 2015 году. Также стоит обратить внимание на такие показатели, как коэффициент обеспеченности запасов собственными средствами и коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования. Значение данных коэффициентов существенно ниже нуля, что говорит о том, что за счет собственных оборотных средств предприятия невозможно покрытие всех оборотных активов.

Проанализировав показатели расчетов коэффициентов, характеризующих состав и использование заемных средств организации, установлено, что все коэффициенты второй группы увеличились в 2015 году по сравнению с 2014. Это говорит о том, что доля заемного капитал в балансе организации существенно увеличилась. А из анализа коэффициента структуры заемного капитал можно увидеть, что преобладают краткосрочные обязательства, которые составляют в 2015 году 70 %.

Для более полного и точного исследования финансовой устойчивости предприятия составим таблицы сравнения коэффициентов, характеризующих состав и использование собственных и заемных средств Предприятия А (таблицы 2 и 3).

Таблица 2 – Таблица сравнения коэффициентов, характеризующих состав и использование собственных средств Предприятия А

		Изменение коэффициента				
		Резкое снижение	Умеренное снижение	Не изменяется	Умеренный рост	Резкий рост
Уровень коэффициента	Очень высокий					
	Высокий					
	Средний		Кавт			
	Умеренно низкий			Кисп сс		
	Низкий	Козсс	Коб сиф			

Источник: собственная разработка автора на основании данных [1, с. 222].

Таблица 3 – Таблица сравнения коэффициентов, характеризующих состав и использование заемных средств Предприятия А

		Изменение коэффициента				
		Резкое снижение	Умеренное снижение	Не изменяется	Умеренный рост	Резкий рост
Уровень коэффициента	Очень высокий					Кфин лев
	Высокий					
	Средний				Ккон зк	
	Умеренно низкий				Кстр зк	
	Низкий					

Источник: собственная разработка автора на основании данных [3, с. 222].

Из рассмотренных таблиц можно сделать следующий вывод: Предприятие А не является финансово устойчивым, так как большинство коэффициентов попало в зону черного и серого цвета. То есть ни один из показателей не оказался в зоне белого цвета, что свидетельствует о неоптимальной структуре баланса предприятия.

Одним из показателей, характеризующих финансовое положение предприятия, является его платежеспособность, т.е. возможность своевременно погашать свои платежные обязательства наличными денежными ресурсами.

Оценка платежеспособности по балансу осуществляется на основе характеристики ликвидности оборотных активов, которая определяется временем, необходимым для превращения их в денежные средства. Чем меньше требуется времени для инкассации данного актива, тем выше его ликвидность. Ликвидность баланса – возможность субъекта хозяйствования обратить активы в наличность и погасить свои платежные обязательства, а точнее – это степень покрытия долговых обязательств предприятия его активами, срок превращения которых в денежную наличность соответствует сроку погашения платежных обязательств. Наличность зависит от степени соответствия величины имеющихся платежных средств величине краткосрочных долговых обязательств [2, с. 483].

Для оценки ликвидности и платежеспособности предприятия рассчитывают такие относительные показатели, как коэффициент абсолютной ликвидности, коэффициент быстрой ликвидности и коэффициент текущей ликвидности. Данные коэффициенты Предприятия А представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Показатели ликвидности Предприятия А

Показатель	**На 31 декабря 2014г.**	**На 31 декабря 2015г.**	**Изменение**
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,00201	0,00065	-0,00135
Коэффициент быстрой ликвидности	0,39396	0,23826	-0,15570
Коэффициент текущей ликвидности	0,81304	0,51233	-0,30071

Источник: собственная разработка автора на основании данных предприятия.

Все рассматриваемые показатели ликвидности ОАО «Гронитекс» в 2015 году по сравнению с 2014 годом снизились. Это свидетельствует об ухудшении ликвидности активов, что говорит об увеличении доли неликвидных запасов, просроченной

дебиторской задолженности, просроченных векселей и др.

Рассматривая показатели ликвидности, следует иметь в виду, что их величина является довольно условной, так как ликвидность активов и срочность обязательств по бухгалтерскому балансу можно определить весьма приблизительно. Так, ликвидность запасов зависит от их качества, оборачиваемости, доли дефицитных, залежалых материалов и готовой продукции. Ликвидность дебиторской задолженности также зависит от скорости ее оборачиваемости, доли просроченных и нереальных для взыскания платежей. Поэтому радикальное повышение точности оценки ликвидности достигается в ходе внутреннего анализа на основе данных аналитического бухгалтерского учета.

Для того чтобы улучшить финансовое состояние предприятия, можно предпринять следующие меры.

Составление финансового рейтинга клиентов. Разработать его, например, основываясь на таких критериях, как: история сотрудничества; объемы продаж; планы продаж на следующий период; кредитные условия; истории оплат за последний финансовый год; дополнительная финансовая информация о компании. Каждой категории можно предложить собственные контрактные кредитные условия. К примеру, для клиентов можно определить среднегодовой / среднемесячный / среднеквартальный объем продаж. Кредитным условием будет отсрочка платежа, а за своевременную оплату – дополнительная скидка. Распределив контрагентов по финансовым категориям, можно определить не только отдельные условия сотрудничества, но и предупредить возможные финансовые риски.

Автоматизировать процесс взыскания долгов по дебиторской задолженности, а также установить кредитные лимиты. Использовать их необходимо для всех контрагентов. Для этого нужно рассчитать средний оборот за квартал, количество кредитных дней, изучить финансовую историю каждого клиента. Таким образом, возможно сократить будущие потери.

Реструктуризация кредиторской задолженности. Сократить сумму задолженности или уменьшить процентную ставку по кредиту можно в обмен на различные активы, принадлежащие компании, например, предприятие может договориться с кредитором о погашении части кредиторской задолженности в обмен на основные средства. Также погасить кредиторскую задолженность можно за счет предоставления векселей. Вексель как средство реструктуризации долгов является новым обязательством, которое должно быть исполнено в соответствии с вновь установленными сроками и зачастую с меньшими процентными ставками. Это освобождает предприятие от уплаты долга в данном периоде, способствует улучшению показателей деятельности компании.

Увеличение расходов на маркетинг и продажи. Предприятию необходимо осуществлять вложения в создание и продвижение своего бренда, интеллектуальную собственность. Активизация продаж должна выражаться в развитии отношений с существующими клиентами и привлечении новых, а также в пересмотре существующей системы скидок и льгот для клиентов. Для этого можно порекомендовать провести маркетинговое исследование. Основная цель исследования – определение емкости рынка, оценка возможности увеличения объемов продаж и отпускных цен [3, с. 24].

Пересмотр бюджета и определение оптимальной структуры компании. Для этого нужно сделать несколько бюджетов и сценариев развития событий. Примерные варианты: пессимистический, оптимальный и амбициозный. На их основании определяется пошаговый план действий. Это позволяет сократить затраты предприятия и при этом не увольнять сотрудников. Следует отметить, что увольнение персонала – самый сложный и непопулярный шаг. Но в случае острой необходимости он действенный. Также можно применить такие варианты, как перевод на неполный рабочий день, увеличение дополнительных обязанностей, приостановка новых проектов либо проектов, которые не релевантны на текущий момент. Во время кризиса сотрудники лучше и качественнее

работают, дают результаты, потому что понимают, что на рынке труда есть много желающих занять их место. У персонала есть возможность повысить свои профессиональные знания и компетенции, если они начинают работать еще и над дополнительными проектами.

Оптимизация потоков денежных средств – одна из важных задач управления финансовой деятельностью. Первое, что следует сделать в этом направлении, – внедрить процедуру ежедневной сверки баланса наличных денежных средств. Затем нужно создать реестр текущих платежей и расставить приоритеты. После этого можно переходить к построению максимально детального бюджета движения денежных средств на будущий отчетный период (месяц). Это позволит оптимизировать денежные потоки компании и предвидеть кассовые разрывы. Кроме того, надо поддерживать низкий баланс на расчетных счетах в различных банках, т.е. свести сумму наличных средств к минимуму. Эта мера позволит обезопасить компанию от таких рисков, как банкротство банка или выставление картотеки по счетам.

Важное мероприятие в области повышения ликвидности и платежеспособности – совершенствование управления активами, сокращение сверхнормативных запасов, совершенствование их нормирования, решение проблем их учета и оценки (при невозможности использования в производстве по реальной цене) для последующей реализации на сторону, усиление материальной заинтересованности в рациональном использовании ресурсов.

Также к одному из путей улучшения финансового состояния предприятия можно отнести выпуск новой продукции или предоставление новых услуг потребителям. Разработка стратегии развития предприятия, а также оценка рынка и выработка предложений по разработке новых видов продукции может проводиться как непосредственно сотрудниками компании, так и специалистами различных консалтинговых предприятий.

На основании проведенного исследования установлено, что разработать действенные меры по улучшению финансового состояния можно лишь с помощью постоянного мониторинга и анализа развития как самого предприятия, так и отрасли. Мониторинг также дает возможность проводить рейтинговую оценку финансового состояния предприятия и прогнозировать его изменение.

Список литературы

1. Шелешко, А. В. Разработка методики комплексной оценки финансовой устойчивости предприятия и ее апробация на примере ОАО «Гронитекс» / А. В. Шелешко // Экономика и управление XXI века: сб. науч. ст. в 2-х ч. / ГрГУ им. Я. Купалы; редкол.: М. Е. Карпицкая (гл. ред.), С. Е. Витун (зам. гл. ред.) [и др.]. – Гродно: ГрГУ, 2016. – Ч. 2. – С. 218–224.

2. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Г. В. Савицкая. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 536 с.

3. Сорокин, М. Как финансовому менеджменту обеспечить устойчивый рост предприятия / М. Сорокин // Финансовый директор. – 2014. – №2. – С. 20–26.

In this article describes the most actionable direction to improve the financial condition of the company. These directions are based on the application of the method of integrated assessment of financial stability of the company and assessment of solvency on the basis of liquidity indicators enterprise.

Шелешко Алеся Владимировна, студентка 3 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: alesia_sheleshko@mail.ru.

Научный руководитель – ***Гораева Татьяна Юрьевна***, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 339.743(476)

Ю.С. Шимкович

РОЛЬ ВАЛЮТНОЙ ПОЛИТИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

В представленной статье проведен анализ валютного регулирования государственным органом; обозначены объекты и методы валютного регулирования; определены виды ограничений, предмет регулирования и главный инструмент реализации валютных ограничений.

Изменение экономической ситуации в Республике Беларусь, вызванное кризисными явлениями в финансовой сфере, требует использования государственными органами различных методов и инструментов регулирования экономических процессов. В первую очередь следует обратить внимание на инструменты макроэкономического регулирования, способные привести к положительным эффектам в краткосрочном периоде. Одним из таких инструментов является курс национальной валюты, прямо или косвенно оказывающий влияние на все макроэкономические показатели. Учитывая разностороннее влияние валютного курса на отдельные экономические процессы и в первую очередь на динамику экспортно-импортных потоков, необходимо четко разграничивать возможные последствия корректировок курсовой политики для конкурентоспособности национальных производителей, ориентированных как на внутренний, так и на внешние рынки. Приоритет целей государственной политики и сложившиеся условия национальной экономики должны определять выбор путей совершенствования курсовой политики государственными органами, в которой основными элементами выступают режим валютного курса и его динамика.

Валютное регулирование представляет собой комплекс осуществляемых государственными органами мер (законодательных, административных, экономических и организационных), направленных на:

1) создание и обеспечение функционирования государственных органов валютного регулирования и валютного контроля;
2) установление и реализацию определенного порядка проведения операций с валютными ценностями на внутреннем валютном рынке;
3) установление порядка перемещения валютных ценностей за пределы государства или на его территорию из-за рубежа и режима осуществления иностранных инвестиций;
4) обеспечение и защиту имущественных прав на валютные ценности;
5) регламентацию международных расчетов;
6) поддержание стабильного курса национальной валюты и национального платежного баланса;
7) обеспечение желательного (интеграционного или изоляционистского) режима взаимодействия страны с мировым валютным рынком.

Объектом регулирования являются порядок и условия проведения:

1) операций в валютах;
2) операций и сделок с другими валютными ценностями;
3) торговых и других экономических отношений с нерезидентами.

Методом валютного регулирования является установление и (или) изменение соотношения спроса и предложения на рынках. В качестве предмета регулирования могут выступать:

1) покупка-продажа иностранных валют на внутреннем рынке страны;
2) расчеты между резидентами и нерезидентами в национальной валюте;
3) расчеты между резидентами и нерезидентами в иностранной валюте;
4) трансфертные перемещения реальных и финансовых ресурсов;

5) сроки расчетов по текущим операциям;

6) обязанность и размеры продажи экспортной выручки в иностранной валюте на внутреннем рынке или центральному банку;

7) количество иностранной валюты и сроки ее прохождения в собственности юридических лиц – резидентов;

8) размер ввоза и вывоза банкнот и монет валют;

9) количество и виды перемещаемых через границу товаров; размер импортных и (или) экспортных пошлин;

10) размещение активов (депозиты, участие в капитале, приобретение недвижимости и др.) в иностранных государствах резидентами и на экономической территории страны-нерезидента;

11) возможность, виды и размеры сделок с драгоценными металлами и камнями;

12) размер денежной массы национальной валюты (операции на открытом рынке, валютные интервенции, нормы обязательного резервирования, займы и кредиты центрального банка);

13) бюджетный дефицит;

14) значения обменного курса валют.

Одним из главных инструментов реализации валютных ограничений является лицензирование валютных операций – требование получения предварительного разрешения органов валютного контроля. Валютные ограничения характеризуются как дискриминационные и способствующие перераспределению валютных ценностей в пользу государства за счет остальных субъектов экономики, затрудняют им доступ к иностранной валюте. В сфере текущих операций применяются следующие виды ограничений:

1) блокирование выручки иностранных экспортеров от продажи товаров на территории страны либо ограничение возможности распоряжаться полученными средствами;

2) обязательная продажа всей или части валютной выручки экспортеров-резидентов центральному или уполномоченным банкам, имеющим соответствующую лицензию, либо на обычных или торговых сессиях одной или нескольких специализированных государственных или коммерческих валютных бирж;

3) установление ограничения на продажу иностранной валюты импортерам-резидентам (только при наличии соответствующего разрешения валютного контроля). В некоторых странах импортер обязан внести определенный депозит в национальной валюте на счет в уполномоченном банке для получения импортной лицензии;

4) ограничение права импортеров-резидентов на совершение форвардных, фьючерсных и (или) опционных операций по приобретению иностранной валюты;

5) запрещение продажи отечественных товаров за рубежом за национальную валюту;

6) запрещение оплаты отдельных категорий импортных товаров в иностранной валюте (с принудительным проведением расчетов через клиринговые счета);

7) регулирование сроков платежей по экспортным и импортным операциям в связи с широким распространением в условиях дестабилизации курсов операций типа “leads and lags” (“опережения и отставания”), заключающихся в ускорении или затягивании производства расчетов по внешнеторговым операциям в зависимости от ожидаемых изменений валютных курсов;

8) установление прямых либо косвенных ограничений на продажу иностранной валюты резидентам на внутреннем рынке;

9) множественность валютных курсов, представляющая собой дифференциацию курсовых соотношений валют по различным видам операций, товарным группам, регионам.

Государственный валютный контроль – это система мер, принимаемая правительством с целью упорядочения обращения иностранных валют внутри страны, для стабилизации макроэкономической ситуации посредством установления контроля со стороны государства над операциями с валютами и экспортно-импортными сделками резидентов.

Как взаимодействуют валютный контроль и национальная экономика?

Государство выдает ограниченное количество экспортно-импортных лицензий, разрешающих ввоз и вывоз товаров, оплата за которые будет производиться в иностранной валюте. Если объем иностранной валюты в стране приближается к критической точке минимума и цена на нее вырастает при падении курса национальной валюты, то правительство вправе ограничить распределение импортных лицензий и тем самым уменьшить отток иностранной валюты из страны. И наоборот, если иностранная валюта начинает замещать национальную на внутреннем рынке в качестве средства обращения, государство ограничивает распределение экспортных лицензий и, как правило, обязывает резидентов сдавать иностранную валюту государству по искусственно заниженному курсу, что объясняется политикой поддержания престижа национальной валюты.

Необходимо заметить, что конкретные механизмы действия системы государственного контроля являются индивидуальными для каждой страны в отдельности.

Валютный контроль применяется практически во всех странах, но с разным уровнем жесткости. Одни постоянно усиливают валютный контроль, другие (в основном развитые страны) пришли к либерализации валютного регулирования и свободному курсообразованию, введя полную конвертируемость валют и сняв ограничения при движении капитала. Вместе с тем при наступлении трудных периодов некоторые страны вновь и вновь возвращаются к ужесточению валютного регулирования и валютного контроля.

Основными целями валютного контроля во всех странах мира являются защита их собственных экономик от резких колебаний денежно-кредитной системы и уменьшения валютных резервов, вызываемых движением капитала, а также обеспечение национальной экономической безопасности.

Список литературы

1. Валютная политика Республики Беларусь на современном этапе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.nbrb.by/bv/articles/9289.pdf. – Дата доступа: 29.12.2016.

2. Факторы, определяющие выбор режима валютного курса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: media.min.by/files/store/items/eiup/40/ein_4_2014_8.pdf. – Дата доступа: 29.12.2016.

The analysis of currency regulation by the public authority is carried out in the article; objects and methods of currency regulation are designated. The article considers types of restrictions, the subject of regulation and the main instrument of implementing currency.

Шимкович Юлия Сергеевна, студентка 2 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: shymk.jul@gmail.com .

Научный руководитель – ***Мороз Аркадий Иосифович***, кандидат экономических наук, доцент, профессор кафедры экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 335.42 (26.4)

Т.М. Юраго

СКИДЕЛЬСКОЕ ЖКХ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ ЖИЛИЩНОЙ РЕФОРМЫ

В статье содержится анализ состояния изучаемого объекта в условиях быстрой динамики развития рассматриваемой отрасли хозяйственного комплекса Республики Беларусь в целом и в частности, сложных проблем экономики объекта жилищного комплекса с учетом задач его социальной направленности, с одной стороны, и экономической эффективности, с другой стороны.

Основной целью хозяйственной деятельности ГРУП «Скидельское ЖКХ» является извлечение прибыли в процессе оказания населению жилищно-коммунальных услуг, а также обеспечение сохранности жилфонда и других зданий и сооружений, находящихся на балансе или обслуживании предприятия, в надлежащем техническом и санитарном состоянии.

Предметом деятельности ГРУП «Скидельское ЖКХ» является:

- содержание и благоустройство территории домовладений;
- заключение и регистрация договоров поднайма жилых помещений в домах государственного жилого фонда;
- обеспечение сбора квартирной, коммунальных платежей от населения;
- выдача справок населению в пределах компетенции жилищно-эксплуатационных служб;
- оказание бытовых услуг населению по ремонту жилых помещений;
- рассмотрению устных и письменных обращений граждан по вопросу эксплуатации, технического обслуживания, текущего и капитального ремонта ж/фонда и содержанию придомовой территории.

Объемы работ и оказываемых услуг по содержанию жилого фонда и придомовой территории выполняются в соответствии с требованиями правил и норм содержания ж/домов в городах и поселках Республики Беларусь и в пределах финансовых средств, выделяемых на эти цели.

Основными целями и задачами, стоящими перед коллективом в ближайшие годы, являются: стабилизация финансово-экономического положения; увеличение объемов всех видов ремонтов; увеличение объемов оказываемых платных услуг; повышение качества выполняемых работ и оказываемых услуг и их конкурентоспособности; компьютеризация управленческого труда.

Реализация настоящего прогноза развития предприятия позволит коллективу предприятия стабилизировать производственно-хозяйственную деятельность и создать предпосылки для расширения оказываемых услуг.

В ГРУП «Скидельское ЖКХ» имеется планово-экономический сектор, который занимается вопросами планирования, развития деятельности. Маркетинговой службы в организации нет. Функции маркетолога выполняет экономист, что закреплен в должностной инструкции.

По состоянию на 01.01.2016 года по ГРУП «Скидельское ЖКХ» средняя обслуживаемая площадь составила 2524,1 тыс.м^2. Количество обслуживаемых жилых домов – 888 ед., в том числе домов негосударственной формы собственности – 85 ед., общежитий – 1 ед. Численность проживающих в обслуживаемых жилых домах составляет 11376 чел. На балансе предприятия находятся наружных тепловых сетей в однотрубном исчислении – 180,3 км.п., 57 отдельностоящих ЦТП и 3 котельных, с объемом плановой выработки в 2014 году тепловой энергии в количестве 28,52 тыс. Гкалл.

Для предприятия большое значение имеет наращивание объемов по техническому обслуживанию жилищного фонда. Однако в связи с тем, что оказываемые населению жилищно-коммунальные услуги являются социально значимыми и тарифы на них регулируются государством, приемка жилых домов на обслуживание зависит от наличия в городском бюджете бюджетных субсидий на возмещение части затрат по эксплуатации жилфонда.

Уровень возмещения затрат на жилищно-коммунальные услуги начисленными населению платежами, прочими доходными источниками и плановыми бюджетными субсидиями приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Уровень возмещения затрат, связанных с эксплуатацией жилфонда РУП «Скидельское ЖКХ»

Источники возмещения затрат, связанных с оказанием населению жилищно-коммунальных услуг	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
1. Сумма затрат на оказание услуг, млн руб.	27 686	32 432	32 098	55 459	76785
2. Сумма начисленных населению платежей (т/о, лифты, ТБО), млн руб.	10 792	11 590	12 619	15 712	19267
– Уровень возмещения затрат, по эксплуатации жилфонда платежами населения, %	39,0	35,7	39,3	28,3	25,1
3. Сумма выручки от прочих собственных доходных источников млн руб.	5 793	5 306	3 211	5 103	7731
4.Налоги, исключаемые из выручки, млн руб.	585	618	522	1 953	1285
- Уровень возмещения затрат по эксплуатации жилфонда прочими, собственными доходными источниками за минусом налогов, исключаемых из выручки, %	18,8	14,5	8,4	5,7	8,4
5. Сумма плановых бюджетных субсидий, предназначенных на возмещение части затрат по эксплуатации жилфонда, млн руб.	9 300	16 003	16 791	36 597	51072
- Уровень возмещения затрат по эксплуатации жилого фонда плановыми бюджетными субсидиями, %	33,6	49,3	52,3	66,0	66,5
- Уровень возмещения затрат по эксплуатации жилфонда за счет всех источников, %	91,4	99,5	100	100	100

Источник: собственная разработка на основе данных организации

Таким образом, безубыточная деятельность предприятия в значительной степени зависит от суммы выделенных ему плановых бюджетных субсидий на возмещение части затрат по эксплуатации жилфонда. Можно отметить увеличение затрат на оказание услуг за анализируемый период на 49099 млн руб., или в 3 раза.

Результаты финансово-хозяйственной деятельности за последние пять лет, предшествующие планированию, сведены в таблицу 2:

Таблица 2 – Результаты финансово-хозяйственной деятельности РУП «Скидельское ЖКХ»

Наименование	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
1. Выручка от реализации работ и услуг, млн руб.	29 787	38 662	64 143	111 354	149050
в т.ч. бюджетные субсидии	10 839	19 094	35 489	62 273	76676
2. Налоги, исключаемые из выручки	675	908	1 501	3 277	6395
3. Другие налоги и сборы				1 105	-
4. Выручка от реализации за минусом налогов	29 112	37 754	62 642	106 972	142655
5. Себестоимость реализации	31 436	37 746	62 563	104 941	140799
6. Прибыль от реализации	-2 324	8	79	2 031	1856
7. Прочие доходы по текущей деятельности			1 087	1 101	4215
8. Прочие расходы по текущей деятельности			891	2 419	8807
9. Прибыль, убыток от текущей деятельности			275	713	-2736
10. Прибыль, убыток от иной деятельности			-221	-225	7487
11. Налог на прибыль			50	397	
12. Прочие налоги и сборы, исчисляемые из прибыли (дохода)			4	91	1607
13. Чистая прибыль, убыток			0	0	944

Источник: собственная разработка

По результатам производственно-хозяйственной деятельности за 2015 год предприятием получена прибыль от реализации работ и услуг в сумме 1856 млн руб. Уровень рентабельности работы ГРУП «Скидельское ЖКХ» составил 1,3 %.

Для анализа ликвидности ГРУП «Скидельское ЖКХ» по методике Минфина рассчитаем следующие коэффициенты (таблица 3) [1].

Таблица 3 – Коэффициенты текущей ликвидности и обеспеченности собственными оборотными средствами ГРУП «Скидельское ЖКХ»

Наименование показателя	На 01.01.2015.	На 01.01.2016.	Норматив
Коэффициент текущей ликвидности	1,278	1,323	К1≥1,0
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,216	0,246	К2≥0,1
Коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами	0,667	0,618	К3≤0,85

Источник: собственная разработка

Таким образом, финансовое состояние ГРУП «Скидельское ЖКХ» на 01.01.2016. можно охарактеризовать как устойчивое. Предприятие обеспечено собственными оборотными средствами для ведения хозяйственной деятельности и своевременного погашения срочных обязательств, у него достаточно собственных оборотных средств для обеспечения финансовой устойчивости. Положительным моментом является и тот факт,

что ГРУП «Скидельское ЖКХ» способно рассчитаться по своим финансовым обязательствам после реализации активов.

В 2016 году стратегией развития предприятия будет являться обеспечение безубыточной работы по реализации комплекса работ и услуг, повышение качества оказываемых услуг и выполнение установленных целевых показателей прогноза социально-экономического развития и заданий МЖКХ, инвестирование средств в обновление основных производственных фондов.

Для поддержания высокой мобильности имущества как постоянного финансового показателя ГРУП «Скидельское ЖКХ» необходимо привлекать как можно меньше заемных средств и по возможности увеличивать собственные [2]. Если судить о дебиторской задолженности, то на предприятии дебиторская задолженность по сравнению с 2013 г. снизилась на 106299 млн руб.

На ГРУП «Скидельское ЖКХ» в 2014 г. кредиторская задолженность превышает дебиторскую задолженность. Превышение кредиторской задолженности над дебиторской в 2014 гг. является отрицательным для предприятия, так как кредиторскую задолженность предприятие обязано погашать независимо от состояния дебиторской задолженности. Доля последней в общем объеме оборотных средств в 2015 году составляла 73,5 % (111618 / 151885 × 100 %), а в 2014 году – 3,9 % (5319 / 135440 × 100 %). Снижение данного показателя говорит о повышении мобильности структуры имущества ГРУП «Скидельское ЖКХ» [3].

Таким образом, для объекта в современных условиях требуется изменение концепции обеспечения населения жилищными услугами.

Список литературы

1. Симионов, Ю. Ф. ЖКХ. Справочник для работников муниципальных образований / Ю. Ф. Симионов, Н. А. Ткачева, В. А. Яковлев. – М. : ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2007 – 272 с.

2. Кругликов, А. А. Государственная политика в сфере жилищно-коммунального хозяйства. / А. А. Кругликов // Журнал руководителя и главного бухгалтера ЖКХ. – 2007. – №7. – С. 94–100.

3. Ивашкевич, В. Б. Бухгалтерский управленческий учет: учебник / В. Б. Ивашкевич. – М. : Магистр, ИНФА-М, 2011. – 576 с.

The article contains analysis of the state of the studied object in terms of the rapid dynamics of development of the sector in question of the economic complex of the Republic of Belarus in General and in particular, complex issues of the Economics of a residential complex to meet the objectives of its social orientation, on the one hand, and economic efficiency, on the other hand.

Юраго Татьяна Михайловна, студентка 5 курса специальности «Менеджмент» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: sk_tanya93@mail.ru.

Научный руководитель – ***Рабцевич Валентина Вениаминовна,*** доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

МАТЕМАТИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

УДК 330.45

В.М. Басинский

ПРИМЕНЕНИЕ МУРАВЬИНОГО АЛГОРИТМА ДЛЯ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ ОБ УТВЕРЖДЕНИИ КРЕДИТА

Рассмотрен принцип применения муравьиного алгоритма построения классификатора и извлечения решающих правил для определения надежности клиента, описан подход, позволяющий, на основании информации о выданных ранее кредитах и данных нового клиента, предсказать, какое решение будет принято для него.

Банковский кредит представляет собой денежную сумму, предоставляемую банком на определенный срок и на определенных условиях. Основной проблемой для банка является определение надежности клиента и принятие решения об утверждении кредита или отказе.

Задачу принятия решения о предоставлении кредита можно рассматривать как одну из проблем классификации. Проблема классификации представляет собой задачу упорядочения объектов по некоторым классификационным признакам и отнесения каждого объекта к какому-то заранее известному классу. Для проведения классификации необходимо начальное множество объектов – обучающая выборка, на основании которой выделяются некие закономерности, являющиеся классификационными правилами. Задачу предсказания класса объекта по списку его признаков также можно отнести к классификационным [1].

Обучающая и тестовая выборка представляют собой наборы записей, каждая из которых соответствует одному объекту и является набором значений ряда атрибутов. Для проверки результатов работы модификации алгоритма муравьиной колонии, описанной далее, использовался набор данных, взятый в [2]. Рассматриваемый набор является описанием 690 клиентов банка. Атрибуты в этом наборе как дискретные, так и непрерывные, количество записей с неполной информацией составляет 5 % от общего числа, количество записей каждого из классов примерно равное. Классов в этой задаче два, так как решением будет либо утверждение кредита, либо отказ. Проблема дискретизации непрерывных атрибутов в этой статье не затрагивается.

На основе имеющихся у банка данных о предыдущих клиентах нужно по характеристикам нового автоматически определить, будет ли выдан ему кредит.

В качестве атрибутов используются следующие параметры:

- Пол
- Возраст
- Средняя частота переездов
- Наличие жилья
- Текущее место работы
- Текущая должность
- Среднее время работы в одной компании
- Наличие вкладов
- Наличие счета в банке
- Время работы с банком
- Средние затраты за месяц

• Баланс сберегательного счета

Последним атрибутом каждой записи является класс: если клиенту кредит был одобрен, то класс – «Accepted», иначе – «Rejected».

После построения классификатора и его обучения на истории выдачи кредитов для каждого нового клиента ответ будет определен сразу же после получения от него информации, описанной выше.

Различные подходы к решению описанной задачи заключаются в выборе способа построения классификатора. В данной статье предлагается перейти к представлению задачи классификации в виде полного графа, где каждая вершина характеризуется двумя параметрами: имя атрибута и значение атрибута. Таким образом граф может быть описан как набор выражений вида «имя атрибута – значение атрибута». Каждая запись из выборки будет являться путем в таком графе [3].

После перехода к такому представлению исходной задачи для ее решения можно использовать алгоритмы случайного поиска на графах, например, алгоритм муравьиной колонии.

Результатом работы алгоритма будет набор правил. Каждое правило представляет собой набор выражений вида «имя атрибута – значение атрибута» и является обобщением части исходных путей в выборке.

Муравьиный алгоритм требует определения следующих параметров: порядок выбора вершин для перехода, эвристическая функция, механизм обновления количества феромонов при прохождении по графу, способ оценки качества полученных правил.

Рассмотрим, как определить каждый из этих параметров.

Вероятность выбора следующей вершины для добавления к правилу определяется следующим образом:

$$\boldsymbol{P_{ij}} = \frac{\boldsymbol{\eta_{ij}\tau_{ij}(t)}}{\sum_{i=1}^{a} \boldsymbol{x_i} \sum_{j=1}^{b_i} \boldsymbol{\eta_{ij}\tau_{ij}(t)}}, \quad (1)$$

где $\boldsymbol{\eta_{ij}}$ – значение эвристической функции вершины;

$\boldsymbol{\tau_{ij}(t)}$ – количество феромонов в этой вершине;

$\boldsymbol{a}$ – количество атрибутов;

$\boldsymbol{x_i}$ = 1, если правило уже содержит выражение в которое входит -ый атрибут, и 0 иначе;

$\boldsymbol{b_i}$ – количество значений, которые может принимать -ый атрибут;

$\boldsymbol{j}$ – номер значения $\boldsymbol{i}$-го атрибута.

В качестве эвристической используется следующая функция:

$$\boldsymbol{\eta_{ij}} = \frac{\boldsymbol{\log_2 k - H(W|A_i = b_j)}}{\sum_{i=1}^{a} \boldsymbol{x_i} \sum_{j=1}^{b_i} (\boldsymbol{\log_2 k - H(W|A_i = b_j)})}, \quad (2)$$

где $\boldsymbol{a}$ – количество атрибутов;

$\boldsymbol{x_i}$ = 1, если правило уже содержит выражение, в которое входит -ый атрибут, и 0 иначе;

$\boldsymbol{b_i}$ – количество значений, которые может принимать -ый атрибут;

$\boldsymbol{j}$ – номер значения $\boldsymbol{i}$-го атрибута.

Величины $\boldsymbol{H(w|A_i = b_j)}$ представляют собой условные энтропии, рассчитанные для каждой вершины графа. Определяются они следующим образом:

$$\boldsymbol{H(w|A_i = b_j)} = -\sum_{w=1}^{k} (\boldsymbol{P(w|A_i = b_j) log_2 P(w|A_i = b_j)}), \quad (3)$$

где $\boldsymbol{w}$ – класс объекта;

$\boldsymbol{k}$ – количество классов;

$\boldsymbol{P(w|A_i = b_j)}$ – вероятность наблюдения у объекта класса $\boldsymbol{w}$ при значении $\boldsymbol{b_j}$ у атрибута $\boldsymbol{A_i}$.

Величины $\boldsymbol{H(W|A_i = b_j)}$ рассчитываются только один раз до запуска муравьиного алгоритма и остаются неизменными в процессе работы независимо от того, как изменяется множество объектов.

При добавлении к правилу новой вершины необходимо пересмотреть класс, который оно предсказывает. Для этого просматриваются все записи, которые правило покрывает, и результатом становится тот класс, который встречается у большей части записей.

Качество правила рассчитывается на основании показателей точности и специфичности. Для расчета этих показателей применяются следующие формулы:

$$\boldsymbol{precision} = \frac{\boldsymbol{TP}}{\boldsymbol{TP+FN}}, \quad (4)$$

$$\boldsymbol{specificity} = \frac{\boldsymbol{TN}}{\boldsymbol{FP+TN}}, \quad (5)$$

где $\boldsymbol{TP}$ – количество объектов, которые покрыты правилом и имеют такой же класс, как предсказанный правилом;

$\boldsymbol{FP}$ – количество объектов, которые покрыты правилом и имеют класс, отличающийся от предсказанного правилом;

$\boldsymbol{TN}$ – количество объектов, не покрытых правилом и имеющих класс, отличающийся от предсказанного правилом;

$\boldsymbol{FN}$ – количество объектов, которые не покрыты правилом, но имеют класс предсказанный правилом.

Тогда качество правила можно определить следующим образом:

$$\boldsymbol{Q} = \boldsymbol{precision} * \boldsymbol{specificity}. \quad (6)$$

Величина $\boldsymbol{Q}$ принимает значения от 0 до 1.

Изменение количества феромонов осуществляется следующим образом:

$$\boldsymbol{\tau_{ij}(t+1)} = \begin{cases} \boldsymbol{\tau_{ij}(t)} * (\boldsymbol{1+Q}), \text{если вершина } (\boldsymbol{i,j}) \text{ входит в правило,} \\ \frac{\boldsymbol{\tau_{ij}(t)}}{\sum \boldsymbol{\tau_{ij}(t)}}, \text{если вершина } (\boldsymbol{i,j}) \text{ не входит в правило.} \end{cases} \quad (7)$$

Рассмотрим общую схему алгоритма.

Случайным образом выбирается вершина, в которую помещается муравей. На каждом этапе построения пути он выбирает лучшую вершину из еще не посещенных и переходит туда, добавляя ее к правилу. Выбор осуществляется на основании уровня феромонов вершин и значений эвристической функции. Процесс построения пути осуществляется, пока выполняются следующие условия: 1) есть вершины, атрибут которых не входит в текущий путь; 2) текущее правило соответствует достаточно большому набору путей обучающей выборки.

На втором этапе производится усечение (pruning) правила. Это необходимый этап, так как по ходу построения возможно включение несущественных вершин, которые делают соответствующее правило слишком детализированным и ведут к возникновению переобучения (overfitting). Происходит это из-за жадного выбора следующего шага при локальном поиске вершин.

После получения муравьем окончательного правила необходимо провести пересчет весов вершин – обновление феромонов, для симуляции испарения на непосещенных вершинах и увеличения количества феромона на пройденных.

Эти три этапа повторяются до выполнения одного из следующих требований: 1) количество итераций цикла превысило количество муравьев колонии; 2) последние k муравьев построили одинаковый путь – популяция сошлась. После этого необходимо исключить из выборки записи, которые покрываются лучшим из найденных правил.

Результаты работы алгоритма на описанном наборе на разных тестах представлены в таблице.

Таблица – Результат работы алгоритма на описанном наборе на разных тестах

Количество муравьев	Тренировочная выборка	Тестовая выборка	Среднее количество правил	Средняя длина правила	Среднее количество ошибок
50	300	390	7.6	2.7	5.6
100	300	390	6.9	3.6	3.2
50	450	240	7.8	2.5	4.3
100	450	240	6.3	3.5	1.3

Источник: собственная разработка автора на основании [2].

Из таблицы видно, что описанный алгоритм показывает высокую точность на рассмотренном наборе. Среднее количество ошибок составляет около 1 % и уменьшается при увеличении количества муравьев и объеме тренировочной выборки. Среднее количество правил и их длина в среднем также уменьшаются при увеличении времени работы.

Список литературы

1. Городецкий, В. И. Ассоциативная классификация: аналитический обзор / В. И. Городецкий, О. Н. Тушканова // Труды СПИИРАН. – 2015. – №2(39). – С. 212–240.

2. UCI Machine Learning Repository [Электронный ресурс] / Center for Machine Learning and Intelligent Systems. – Режим доступа: http://archive.ics.uci.edu/ml/. – Дата доступа: 10.02.2017.

3. Witten, I. H. Data Mining: Practical Machine Learning Tools and Techniques, Third Edition / I. H. Witten, E. Frank, M. A. Hall. – Morgan Kaufmann Series in Data Management Systems, 2012.

The principle of using the ant algorithm for constructing the classifier and extracting the decisive rules for determining the reliability of the client is described, an approach is described that allows, based on information on previously issued loans and new client data, to predict what decision will be made for it.

Басинский Вадим Михайлович, студент 5 курса специальности «Информационные системы и технологии (в экономике)» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: vadim.basinskii@gmail.com.

Научный руководитель – ***Степин Юрий Генрихович,*** старший преподаватель кафедры математического и информационного обеспечения экономических систем факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 620.97:502.171

Д.А. Зятиков

АКТУАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭНЕРГЕТИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В работе проведен обзор состояния энергосистемы республики на начало 2017 года. Подведены некоторые итоги работы Белорусской энергетической системы за 2016 год, иотмечены основные направления деятельности организаций, входящих в систему министерства. Обозначены основные проблемы и перспективы развития энергетики в Республике Беларусь.

Для многих стран мира энергетика является ключевым сектором экономики, и Республика Беларусь не исключение. Ее развитие определяется сложным комплексом динамически меняющихся факторов, лежащих как в пределах энергетики, так и в пределах политики, экономики, социальной сферы.

Развитие мировой экономики сопровождается неуклонным ростом потребления топливно-энергетических ресурсов, что, в свою очередь, требует соответственных мер по экономии и эффективному их использованию. Также в мировой энергетике по-прежнему остро стоит вопрос об экологии и внедрении в энергосистемы энергии из возобновляемых источников.

Топливно-энергетический комплекс (ТЭК) Республики Беларусь представляет собой сложную совокупность производственных систем для получения, преобразования, распределения и использования природных энергетических ресурсов и энергии всех видов. ТЭК состоит из трех основных блоков.

1. *Топливная промышленность* – совокупность организаций по добыче, закупке, заготовке, транспортировке невозобновляемых природных ресурсов (нефти, торфа, природного газа, дров и т.п.).

2. *Электроэнергетика* – производство и распределение электроэнергии, центральными элементами которой являются электростанции, производящие электроэнергию, а также системы и сети, передающие и распределяющие ее.

3. *Теплоснабжение* – система обеспечения теплом зданий и сооружений, предназначенная для обеспечения теплового комфорта людей.

Для развития и обеспечения энергетической безопасности страны необходим орган исполнительной власти, осуществляющий управление в области энергетики. Таким органом государственного управления, формирующим и реализующим энергетическую политику страны, является Министерство энергетики Республики Беларусь. Ему подчиняются следующие государственные организации.

1. Производственное объединение электроэнергетики «Белэнерго».
2. Производственное объединение по топливу и газификации «Белтопгаз».
3. Республиканское унитарное предприятие «Белорусская атомная электростанция».

В 2016 году Белорусская энергетическая система отметила 85-летний юбилей. На этот момент установленная мощность электростанций организаций, входящих в состав ГПО «Белэнерго», составляет 9 026,6 МВт. Установленная тепловая мощность энергоисточников – 44,55 тыс. гкал/ч. Кроме того, параллельно с генерирующими источниками энергосистемы работает 251 блок-станции организаций, не входящих в состав ГПО «Белэнерго», мощностью 825,8 МВт [1].

Электрическая сеть энергосистемы Республики Беларусь включает в себя линии электропередачи напряжением 0,4–750 кВ общей протяженностью 276 187 км (рисунок), 1318 трансформаторных подстанций напряжением 35–750 кВ и 73 195 трансформаторных

подстанций напряжением 6–10/0,4 кВ. Протяженность тепловых сетей – 6 092 км в однотрубном исчислении [1].

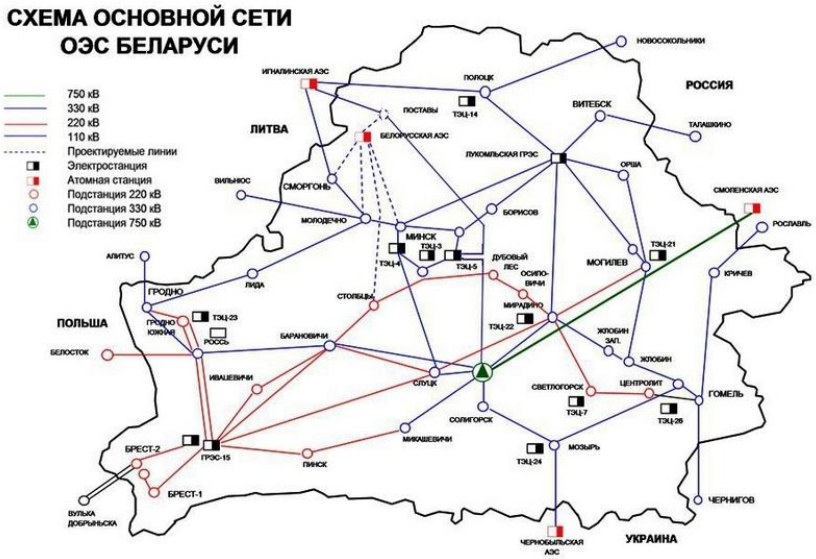


Рисунок – Схема основной сети объединенной энергетической системы Беларуси

По итогам работы организаций ГПО «Белэнерго» за 2016 год выработка электроэнергии составила 30,04 млрд кВтч. Как результат реализации энергосберегающих мероприятий организациями объединения за 2016 год получена экономия 192 тысячи тонн условного топлива [1].

По итогам работы организаций ГПО «Белэнерго» за 2016 год необходимо отметить снижение уровня оплаты потребителей за потребленную энергию. За январь-декабрь 2016 года уровень сбора средств за отпущенную потребителям электрическую и тепловую энергию составил 95,6 %. Потребителями недоплачено 376,7 млн руб. Таким образом, за 12 месяцев 2016 года задолженность за энергию увеличилась на 76,6 % и достигла 868 млн руб. Уровень оплаты за потребленную энергию потребителями коммунальной формы собственности в целом по республике составил 91,3 %, недоплачено 185,2 млн руб. Полная оплата за энергию не обеспечена потребителями коммунальной собственности всех областей республики и города Минска. В январе текущего года ситуация с оплатой за потребленную энергию еще более усугубилась. Уровень оплаты за энергию в январе 2017 года составил 93,5 %, недоплачено 54,6 млн руб. Низкий уровень оплаты потребителями отмечен во всех областях [2].

В 2017 году продолжаются работы по реконструкции Гомельской ТЭЦ-1 с созданием блока ПГУ-35 МВт, возведению Полоцкой и Витебской гидроэлектростанций на реке Западная Двина, реконструкции подстанции ПС 330/110/10 кВ «Минск-Северная» с заходами ВЛ 110 кВ. В стадии реализации находятся семь пусковых комплексов проекта по выдаче электрической мощности с Белорусской АЭС и иные объекты энергосистемы. В текущем году планируется приступить к проектным работам по реконструкции Минской ТЭЦ-3, подстанций 750кВ «Белорусская» и 330 кВ «Могилевская» [3].

Основная проблема энергетики РБ – *зависимость* от поставок энергоносителей из партнерских государств. Республика Беларусь не является страной, экономика которой обеспечена собственными энергетическими ресурсами. Соответственно, она относится к числу энергозависимых от внешних поставок энергоносителей. Из-за этого возникает множество дополнительных факторов, влияющих на энергетическую безопасность страны.

Продолжающееся истощение таких природных энергетических ресурсов, как нефть, природный газ и уголь, и соответствующее повышение цен на них усиливают внимание к

повышению *энергоэффективности* производства энергии и снижению расхода дорожающих традиционных энергоресурсов. Резервы повышения эффективности производства электрической и тепловой энергии в Беларуси составляют примерно 20 % от объема потребляемых энергоресурсов. Эти ресурсы в основном заключены в предполагаемом переходе от паротурбинной технологии производства электроэнергии на парогазовую [4, с.4].

Одним из основных направлений снижения потребления традиционных энергоресурсов является внедрение в энергосистему *возобновляемых источников энергии (ВИЭ).* К таким источникам можно отнести: гидроэнергию, ветровую, солнечную, биомассу, геотермальную энергию, энергию приливов и отливов и др.

В настоящее время во многих странах мира серьезное внимание уделяется развитию децентрализованных систем энергоснабжения, малой энергетики. Их еще называют локальными, автономными, они получили обобщенное название: «*распределенная генерация энергии»* (РГЭ) [4, с.5]. В качестве топлива для генерации электро и теплоэнергии может использоваться как традиционное топливо, так и нетрадиционные источники (возобновляемые). Эти децентрализованные установки, работающие на местном топливе, более эффективны за счет более низкой стоимости этого топлива. Также отсутствует необходимость сооружения протяженных электрических и тепловых сетей, что в свою очередь удешевляет саму энергию и уменьшает потери при передаче энергии. А уменьшение потерь при передаче позволяет повысить коэффициент использования энергии первичного топлива. В пользу РГЭ также можно отметить повышение надежности электроснабжения для экстренного резервирования, повышения качества электроэнергии.

Для государства, зависящего от импорта энергоресурсов, внедрение источников распределенной генерации (ИРГ) на базе возобновляемых источников приходится отчасти вынужденной мерой для поддержания и обеспечения национальной энергетической безопасности. Также важным аргументов в их пользу является сокращение эмиссии CO_2 в атмосферу согласно Киотскому Соглашению.

Из данных, приведенных в таблице, видно, что ветроэнергетические и биогазовые установки могут конкурировать с угольными ТЭС [4, с.137].

Таблица – Удельные капитальные затраты на создание генерирующих установок различного типа и стоимость электроэнергии, производимой на них:

Тип электростанции	Удельная стоимость установленной мощности, долл/кВт	Себестоимость электроэнергии, цент/кВт*ч
АЭС	2000-3000	3-9
ГЭС	1000-2500	3-5
Тепловая (уголь)	1000-1400	4-6
Тепловая (газ)	800-1000	4-6
Тепловая (мазут)	800-1200	3-8
Ветровая	600-1200	4-8
Топливные элементы	2000-2500	6-10
Фотоэлектрическая	4000-6000	20-60
Биогазовая	600-1000	4-7

Источник: [4, с.138].

Прогресс использования *энергии из ветра* не стоит на месте и ведет к увеличению единичной мощности установки, тем самым повышается их эффективность. В мировой практике стоит отметить тенденцию к увеличению не только единичной мощности, но и к объединению нескольких установок в одну электростанцию. Оба пути развития

ветроэнергетики позволяют повышать конкурентоспособность с другими источниками электроэнергии.

Биогазовая энергия занимает не последнее место в нетрадиционных источниках нашей страны за счет имеющихся ресурсов древесины, которая используется для биомассы, и из которой, в свою очередь, получают биотопливо. Благодаря лесным хозяйствам, агрокомплексам и достаточному количеству инженеров-специалистов в республике есть достаточный потенциал для ввода децентрализованных биогазовых установок.

В Беларуси более 20 тысяч рек и 11 тысяч озер. Однако не все они могут использоваться для получения энергии, установка ГЭС требует соблюдения многих условий и требований к месту. Рельеф Республики Беларусь равнинный и ГЭС в стране низконапорные. На данный момент экономически целесообразный гидропотенциал оценивается в 250 МВт [5].

В будущем в качестве ИРГ могут быть применены топливные элементы – экологически чистый источник энергии, в котором происходит преобразование химической энергии топлива (водорода) в электричество. При работе топливного элемента не выделяются парниковые газы, но, несмотря на значительный прорыв в улучшении характеристик топливных элементов, производителям нужно решить еще немало проблем, связанных как с их стоимостью, так и надежностью, безопасностью.

Вместе с топливными элементами фотоэлектрическая энергия также пока еще не имеет должной конкурентоспособности. Однако солнце является самым мощным, экологически чистым и общедоступным источником энергии на нашей планете. Объемы этой потенциальной энергии у нас сопоставимы с Германией, Японией и Канадой, где количество световой энергии, поступающее на единицу поверхности, примерно одинаково.

Одним из главных вопросов на текущую пятилетку является интеграция БелАЭС в энергосистему. Дальнейшее развитие энергетической системы Республики Беларусь будет связано с вводом в эксплуатацию первой Белорусской атомной электростанции мощностью 2400 МВт [6]. При всем при этом необходимо решение задачи использования избытка выработки электрической энергии и выравниванию суточных графиков электропотребления.

На сегодняшний день больным вопросом в энергетике продолжает являться зависимость от импорта топливно-энергетических ресурсов. Перспективы развития должны быть направлены именно в сферу национальной энергетической независимости и безопасности. Достичь их возможно с помощью внедрения возобновляемых источников энергии в энергосистему и распределенной генерации. Издержки ВИЭ имеют тенденцию снижения, что в свою очередь приводит к применению все более мощных источников. При внедрении большого количества ВИЭ в общую энергосистему возникает необходимость в новых системах управления электроснабжением и диспетчеризации, так как значительно усложняется сама система и необходимо управление изменчивыми мощностями зеленой энергетики. Здесь на помощь энергетике может прийти сфера информационных технологий, и в настоящее время в мире активно развивается направление «Big data».

Человек не может контролировать ветер и солнце. Это рождает необходимость в сохранении энергии. Накопление энергии не всегда возможно и требует дорогостоящих вложений. Технологии сохранения энергии еще далеки до совершенства. Здесь Big data и машинное обучение может предложить решение проблемы неравномерности выработки энергии и позволит создать актуальную автоматизированную инфографику необходимых прогнозов не только для использования резервов, прогнозирования состояний элементов системы, но и для управления спросом. Новые IT-технологии уже повлияли на работу ресурсоснабжающих компаний, сделав их более эффективными. Революция IT в

энергетике будет с годами изменять ее в нечто новое. Таким образом, со временем, прогресс увеличит использование ВИЭ в энергосистемах.

Список литературы:

1. Официальный сайт министерства энергетики Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://minenergo.gov.by/god-2016-jenergetika-v-cifrah-i-faktah/. – Дата доступа: 15.03.2017.

2. Информационный сайт для энергетиков Беларуси [Электронный Ресурс]. – Режим доступа: http://энергетик.бел/index.php?newsid=1445. – Дата доступа: 10.03.2017.

3. Официальный сайт министерства энергетики Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://minenergo.gov.by/po-itogam-rasshirennoj-kollegii-ministerstva-jenergetiki-ob-osnovnyh-prioritetah-i-zadachah-na-2017-god/. – Дата доступа: 10.03.2017.

4. Дайнеко, А. Е. Энергоэффективность экономики Беларуси / А. Е. Дайнеко, Л. П. Падалко, В. М. Цилибина; Национальная академия наук Беларуси, Институт экономики. – Минск :Беларуская навука, 2016. – 363 с.

5. Об утверждении Государственной программы строительства в 2011–2015 годах гидроэлектростанций в Республике Беларусь: постановление совета министров Республики Беларусь от 17.12.2010 № 1838 «

6. Программа деятельности Правительства Республики Беларусь на 2016-2020 годы, Утверждена Постановлением Совета Министров Республики Беларусь 05.04.2016 №274.

The paper reviews the state of the republic's energy system at the beginning of 2017. Some results of the work of the Belarusian energy system for 2016 have been summed up, and the main activities of the organizations included in the ministry's system have been noted. The main problems and perspectives of the development of power engineering in the Republic of Belarus are indicated.

Зятиков Дмитрий Александрович – магистрант 1 курса специальности «Прикладной компьютерный анализ данных» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. Email: zyats989@gmail.com.

Научный руководитель – ***Ляликова Валентина Ивановна,*** кандидат физико-математических наук, доцент, доцент кафедры математического и информационного обеспечения экономических систем факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 338.984:004

В.А. Колендо

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В ГРГУ ИМ. Я. КУПАЛЫ

Раскрыта сущность и взаимосвязь понятий финансового планирования, финансовой стратегии, финансового плана, достижения поставленной финансовой цели. Охарактеризованы основные информационные источники, используемые для составления финансового плана в Гродненском государственном университете им. Янки Купалы. Охарактеризована информационная система ГрГУ и ее роль в финансовом планировании. Выявлены основные преимущества и недостатки программных продуктов, применяемых в ГрГУ для управления финансовыми потоками. Предложены пути решения выявленных проблем на основе построенной концептуальной модели.

В современных рыночных условиях понятие финансового планирования занимает ключевое место. Под финансовым планированием принято понимать процесс разработки системы финансовых планов и нормативных показателей, которые позволяют обеспечить

развитие учреждения необходимыми финансовыми ресурсами и тем самым повысить эффективность его финансовой деятельности в предстоящем периоде [1, с. 123].

В условиях рыночных отношений учреждение нуждается в выработке собственной, обоснованной, оптимальной финансовой стратегии. Она включает в себя различные способы и действия, реализация которых необходима для достижения главной стратегической цели. К основным способам и действиям можно отнести:

- формирование финансовых ресурсов и руководство ими;
- выявление основных направлений;
- поэтапное достижение целей;
- соответствие финансовых действий экономическому состоянию и материальным возможностям учреждения;
- учет экономических и финансовых возможностей учреждения.

Таким образом, реализация финансовой стратегии обеспечивается в процессе разработки и использования финансового плана, путем обеспечения взаимной увязки теории и практики финансовой стратегии.

Следует отметить, что финансовый план тесно связан с планированием производственной программы, фонда заработной платы, материально-технического снабжения и сбыта, содержания машин и оборудования. Другими словами, финансовый план завершает производственно-хозяйственное планирование деятельности учреждения, важнейшим результатом которого является прибыль [2, с.145].

Финансовый план – обобщенный плановый документ, который содержит расчеты поступления и расходования денежных средств на текущий или долгосрочный период.

Для составления финансового плана в ГрГУ им. Я. Купалы используются следующие информационные источники [3]:

- результаты анализа бухгалтерской отчетности (Формы 1, 2, 3, 4, 5, 6) и выполнение финансового плана за предыдущий период;
- договора с потребителями и поставщиками;
- прогнозные расчеты по реализации образовательных услуг;
- экономические нормативы;
- утвержденная учетная политика.

Анализ и обработка вышеуказанных информационных источников – достаточно трудоемкий процесс. Это связано с тем, что объем поступающей для обработки информации очень большой, и сделать это вручную просто не возможно. Таким образом, эффективность управляющей системы в ГрГУ им. Я. Купалы в значительной мере зависит от информационного обеспечения. От качества информации, используемой для принятия управленческих решений, в значительной мере зависит объем расходования финансовых ресурсов, уровень прибыли и другие показатели, которые характеризуют уровень благосостояния учреждения, темпы его развития и т.д.

Система информационного обеспечения (информационная система) финансового планирования представляет собой непрерывный и целенаправленный отбор соответствующих информационных показателей, необходимых для осуществления анализа, планирования и подготовки эффективных управленческих решений по всем направлениям финансовой деятельности в учреждении.

Информационная система в ГрГУ предназначена обеспечивать необходимой информацией не только управленческий персонал и руководителей учреждения, но и удовлетворять интересы широкого круга внешних ее пользователей, а именно студентов. Таким образом, можно разделить основных пользователей финансовой информации на внутренних и внешних.

К внешним пользователям можно отнести студентов, которые получают оперативную информацию в реальном времени в своем личном кабинете, на образовательном портале, о начисленной им сумме за обучение, за проживание в

общежитии, за дополнительные образовательные услуги, пеню за несвоевременную оплату за обучение, а также информацию о поступивших платежах на их лицевой счет.

К внутренним пользователям относятся сотрудники и руководители ГрГУ им. Я. Купалы, которые имеют доступ к любой бухгалтерской информации, которая будет полезна для их структурного подразделения. Кроме поступающих платежей по любому структурному подразделению и любому виду услуги, руководитель может просмотреть и имеющийся расход по выбранным позициям. Владение такой информацией позволяет скорректировать свои планы на будущий период для всех руководителей, чтобы тем самым обеспечить прирост прибыли за текущий период.

Однако центральным звеном в обеспечении выполнения и планирования финансового плана в учреждении, чтобы получить максимальную прибыль в текущих экономических реалиях, является отдел бухгалтерии и планово-экономический отдел, которые обеспечивают контроль и планирование финансовой деятельности в университете.

На сегодняшний день управление финансовыми потоками обеспечивается посредствам таких программных продуктов, как 1С и АСУ Студенты (собственная разработка ГрГУ им. Я. Купалы). Поступление, движение, списание денежных средств отображается в виде сводной ведомости по различным бухгалтерским счетам в зависимости от оказанных услуг.

Однако при работе в 1С при составлении финансовой отчетности возникают определенные проблемы [4, с.39]:

- выводимая информация о студентах больших объемов;
- неправильная классификация вводимой информации по виду деятельности;
- неточности в вычислениях пени за несвоевременную оплату обучения и общежитий;
- относительно невысокая скорость проведения документов;
- отсутствие автоматического фиксирования вводимых данных по корсчетам.

Если оставить выше изложенные проблемы без внимания и не стараться их устранить, то это может послужить в дальнейшем серьезным нарушением в формировании отчетности [5, с.87]. Это связано с тем, что вся информация о финансовой деятельности всех подразделений в равной степени влияет на точность составления финансового отчета. И если хоть одно звено будет давать сбой, то тогда говорить о достоверности и точности полученных результатов не придется.

Однако, несмотря на имеющиеся проблемы, в работе с 1С имеются и определенные преимущества:

- наличие готовых настроек;
- возможность получения и автоматической распаковки ЕРИП выписки;
- контроль всего движения денежных средств.

На основе анализа достоинств и недостатков работы в 1С, было принято решение о проведении модернизации существующего программного продукта. Реализация этого решения позволит не только автоматизировать процесс составления бухгалтерской отчетности, необходимой для использования при финансовом планировании, но и устранить ряд проблем, с которыми сталкивается руководство при проведении планирования своих внебюджетных средств. К основным проблемам можно отнести следующие:

- отсутствие хорошо организованной автоматизированной системы;
- нереальность формируемых планов и прогнозов;
- отсутствие наглядного представления о получаемых результатах;
- отсутствие четких внутренних стандартов для составления планов и прогнозов;
- отстраненность стратегического планирования от текущего.

Для выявления сфер бухгалтерской деятельности, которые необходимо автоматизировать для того, чтобы разрабатываемая программа могла в полной мере решать поставленные задачи, необходимо начать с построения концептуальной модели (рисунок 1).

Построение концептуальной модели позволит смоделировать содержательную модель, определяющую структуру моделируемой системы, свойства ее элементов и причинно-следственные связи, присущие системе и существенные для достижения цели моделирования.

В данном случае целью моделирования является создать такую автоматизированную информационную систему для проведения финансового планирования в ГрГУ, которая позволит устранить вышеупомянутые проблемы в процессе планирования внебюджетных средств.

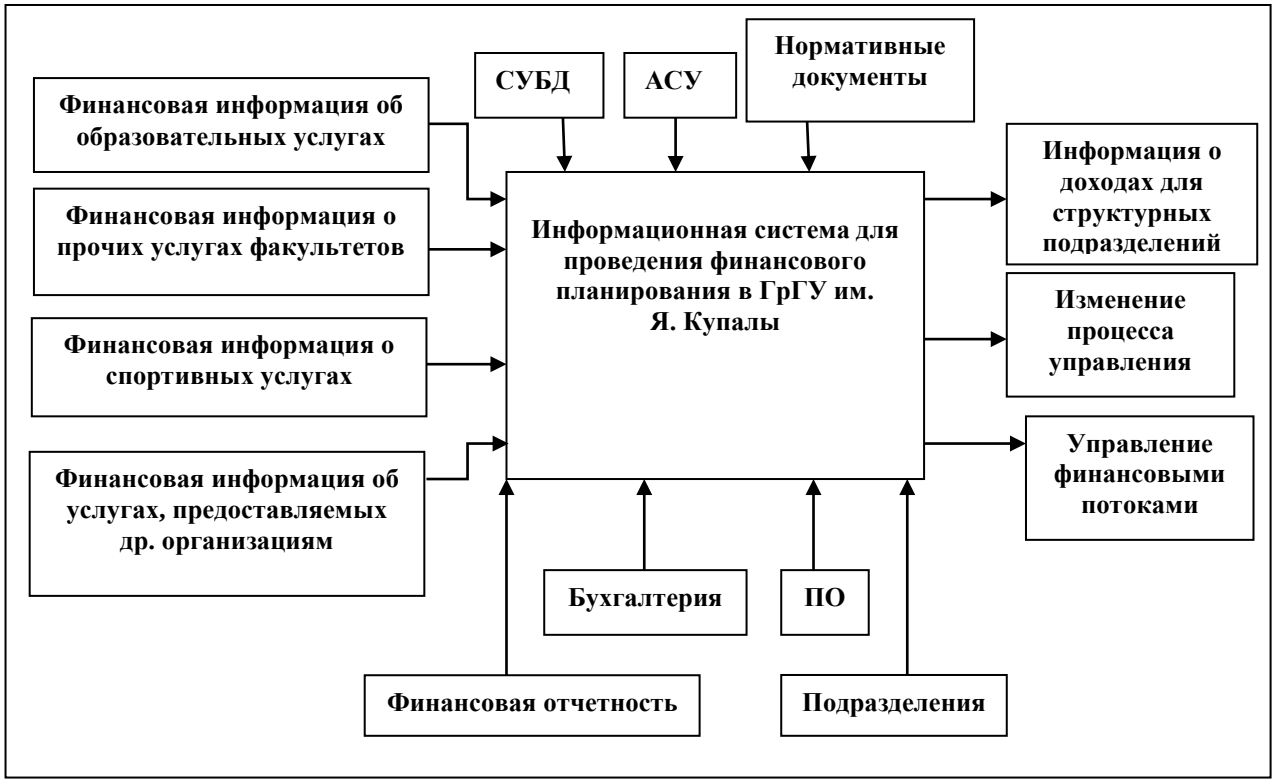


Рисунок – Концептуальная модель информационной системы финансового планирования ГрГУ им. Я. Купалы

Источник: собственная разработка автора на основании [6, с. 22]

Разработка качественной автоматизированной системы для проведения планирования и внебюджетных средств в учреждении позволит устранить указанные проблемы. С помощью такой системы появится возможность строить близкий к идеальному, обоснованный финансовый план, разработанный с учетом множества разнородных факторов, выполнять оперативную корректировку его с учетом динамично изменяющихся условий. Реализация такого плана позволит улучшить функционирование образовательного учреждения, а также повысит его финансовую устойчивость на современном рынке.

Список литературы

1. Поддерегина, Л. И. Производственный менеджмент: учебно-методическое пособие / Л. И. Поддерегина, Э. М. Гайнутдинов, Е. В. Поддерегин. – Минск : БНТУ, 2016. – 255с.

2. Дулевич М. И. Бизнес план как документ / М. И. Дулевич // Актуальные проблемы гуманитарных наук: сб.ст. по мат. XI междунар. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых, Томск, 5–6 апреля 2012 г. / Нац. исследоват. Томский политехн. ун-т; под ред. Н. В. Трубникова [и др.]. – Томск, 2012. – С. 145–148.

3. О бухгалтерском учете и отчетности: Закон Респ. Беларусь от 12 июля 2013 №57-З / Нац. Реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2013. – №2/2055.

4. Филатова, Р. В. Исправление существенных ошибок бухгалтерской отчетности / Р. В. Филатова // Бухгалтерский учет. – 2011. – № 5. – С. 38–41.

5. Горчакова, Е. Н. Проблемы составления и пути совершенствования бухгалтерской отчетности / Е. Н. Горчакова // Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки: сб. ст. по мат. VI междунар. студ. науч.-практ. конф. № 6, Новосибирск, 20 декабря 2012 г./ Новосибирск:СибАК, 2012..– С. 86–89.

6. Васильев, К. К. Математическое моделирование систем связи: учеб. пособие / К. К. Васильев, М. Н. Служивый. – Ульяновск: УлГТУ, 2008. – 170 с.

The essence and interrelation of concepts of financial planning, financial strategy, financial plan is revealed. The basic information sources used for drawing up of the financial plan in Grodno State university are characterized. The information system of GRSU and its role in financial planning are characterized. The main advantages and disadvantages of software products used in GRSU to manage financial flows are revealed. The ways of solving the identified problems on the basis of the constructed conceptual model are suggested.

Колендо Вероника Анатольевна, магистрант 1 курса специальности «Прикладной компьютерный анализ данных» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета им. Я. Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: nika210689@mail.ru.

Научный руководитель – ***Цехан Ольга Борисовна***, кандидат физико-математических наук, доцент, заведующий кафедрой математического и информационного обеспечения экономических систем факультета экономики и управления Гродненского государственного университета им. Я. Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 330.322:517.929

К.Г. Косач

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СВОЙСТВ МОДЕЛЕЙ ДИНАМИКИ ВЫПУСКА ВАЛОВОГО РЕГИОНАЛЬНОГО ПРОДУКТА БРЕСТСКОЙ И ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТЕЙ

Рассмотрен подход к параметрической идентификации модели для анализа динамики выпуска ВРП в виде неоднородного линейного дифференциального уравнения второго порядка. По данным статистического комитета РБ о показателях ВРП за 2008–2015 гг., инвестиций в основной капитал за 2005–2015 гг. по Брестской и Гродненской областям выполнена идентификация параметров динамической системы ВРП Брестской и Гродненской областей. Целью идентификации является минимизация суммарного отклонения расчетных значений выпуска ВРП от наблюдаемых значений выпуска ВРП. Проведен сравнительный анализ свойств моделей динамики выпуска ВРП Брестской и Гродненской областей.

Рассматривается задача [1] параметрической идентификации неоднородного линейного дифференциального уравнения второго порядка (1), предложенного в работе Р. М. Нижегородцева [2, с. 100], используемого в качестве модели динамики выпуска валового регионального продукта, дополненного запаздыванием действия инвестиций h:

$$m\frac{dw^2(t)}{dt^2}+b\frac{dw(t)}{dt}-cw(t)=f(t-h), \qquad (1)$$

где t – непрерывное время; w(t) – ВРП в году t; $f(t)$ – объем инвестиций в основной капитал в году t; параметр $m > 0$ – мера инерции хозяйственной системы; $b > 0$ – мера сопротивления переменам; $c > 0$ – норма накопления, $h \geq 0$ – запаздывание, с которым проявляется эффект от инвестиций (согласно исследованию в [3], принимаем h=3). Идентификации подлежат параметры m, b, c системы (1).

Два параметра m и b зависят от множества показателей: от степени физического и морального износа капитала, от коэффициента выбытия, от восприимчивости экономической системы к инновациям, от средней скорости оборота капитала, от уровня нормы ссудного процента и других величин [2, с. 100].

Идентификация проводится в соответствии с алгоритмом (с использованием идей метода МНК), описанным в [1] на основе данных о показателях (в неденоминированных единицах) по Гродненской и Брестской областям (таблица 1) за 2008–2015 гг. [4].

Таблица 1 – Исходные данные для идентификации

Год	*Брестская область*		*Гродненская область*	
	ВРП	**Инвестиции в основной капитал**	**ВРП**	**Инвестиции в основной капитал**
2005		1 798,10		1 615,30
2006		2 505,20		2 222,30
2007		3 182,30		2 900,90
2008	12 494,80	4 883,00	10 438,20	4 250,90
2009	14 054,10	6 463,70	11 563,80	5 012,60
2010	17 178,50	9 029,30	13 200,10	5 829,00
2011	26 891,40	12 557,40	22 446,50	10 692,10
2012	48 230,80	16 724,20	41 419,90	18 526,50
2013	61 345,80	23 809,10	53 382,30	24 058,40
2014	74 913,30	24 401,70	66 418,70	27 607,80
2015	80 290,90	19 653,30	68 625,40	27 526,20

Источник: на основании данных [4].

Идентификация выполняется по следующему критерию: сумма квадратов отклонений наблюдаемых значений ВРП от расчетных.

$$\varepsilon_p = \sum_{i=p+1}^{p+4} \left(w(m,b,c,i) - W_i \right)^2 \to \min_{m,b,c \geq 0} \; p = 0, p = 4, \qquad (2)$$

где ε_p – значение критерия качества (невязка), $p = 0$ для периода 2008–2011, $p = 4$ для периода 2011-2015, индекс i соответствует порядковому номеру года, начиная с 2008 (2008→1, 2009→2 и т.д.)), $w(m,b,c,i)$ – решение соответствующей граничной задачи, W_i – наблюдаемое значение ВРП в i-м году.

На основании визуального анализа исходных данных структурно модель (1) разделена на 2 подмодели (подмодель 1: 2008–2011, подмодель 2: 2011–2015). В рамках каждой подмодели идентифицируемые параметры считаются постоянными.

Используя приведенный критерий, решаем задачи для двух подмоделей на основе указанных выше статистических данных для каждого региона. В качестве математического пакета для расчетов использовался Wolfram Programming Lab.

Для Брестской области.

В качестве функций аппроксимации инвестиций используем следующие уравнения линий тренда:

$$f_1(t) = 993.18t + 609.2 \quad (3)$$

$$f_2(t) = 486.85t^2 + 124.63t + 4270.4 \quad (4)$$

Решая задачи (2), для двух подмоделей на основе статистических данных по Брестской области из таблицы 1, получаем величины невязок и значения идентифицируемых коэффициентов. Сведем данные в таблицу 2.

Таблица 2 – Результаты идентификации для Брестской области

Подмодель	Величина невязки	Коэффициент m1	Коэффициент b1	Коэффициент c1
1	2.91*10^(-5)	0.17342	0.08846	0.05642
2	1.54*10^6	0.02044	423260	90774.3

Источник: собственная разработка на основании данных [4].

Для проверки качества идентификации выполним визуализацию решения дифференциального уравнения (1) с идентифицированными параметрами из таблицы 2 на одном графике с наблюдаемыми значениями ВРП (с использованием критерия (2)) (рис. 1).

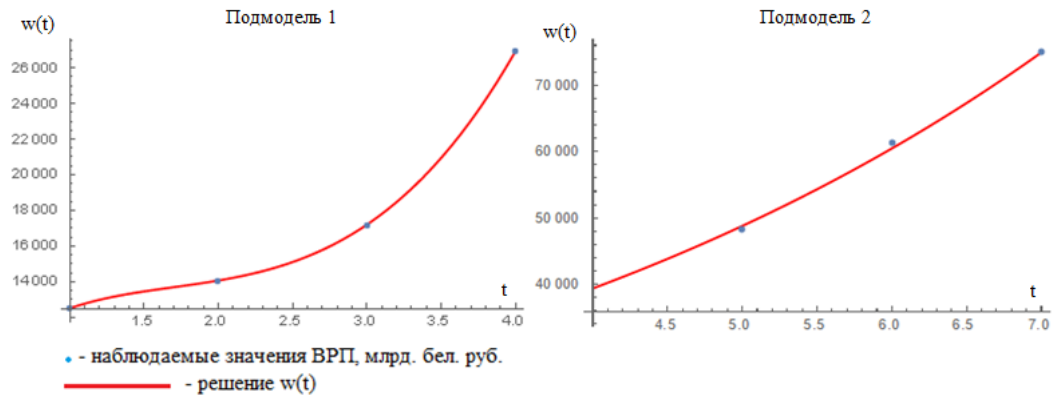


Рисунок 1 – Сравнение решения с наблюдаемыми значениями ВРП Брестской области, в млрд бел. руб.

Источник: собственная разработка автора на основании данных [4].

Из результатов идентификации видно, что для Брестской области за период времени 2008-2015 гг. характерно снижение меры инерции (m1) и увеличение меры сопротивления (b1) и меры накопления (c1).

Для Гродненской области.

Здесь, как и в случае с Брестской областью, в качестве функций аппроксимации инвестиций используем уравнения линий тренда:

$$f_1(t) = 858.54t + 601 \quad (5)$$

$$f_2(t) = 1299.4t^2 - 4373.5t + 7689.1 \quad (6)$$

Решая задачу (2) для двух подмоделей на основе статистических данных по Гродненской области (таблица 1), получаем величины невязок и значения коэффициентов, которые также сводим в таблицу 3.

Таблица 3 – Результаты идентификации для Гродненской области

Подмодель	Величина невязки	Коэффициент m2	Коэффициент b2	Коэффициент c2
1	0.03*10^(-18)	0.09316	0.06067	0.02954
2	1.55*10^(-18)	0.87474	1.22282	0.17320

Источник: собственная разработка на основании данных [4].

Аналогично произведем визуализацию решения дифференциальных уравнений в сравнении с наблюдаемыми значениями ВРП (рис. 2).

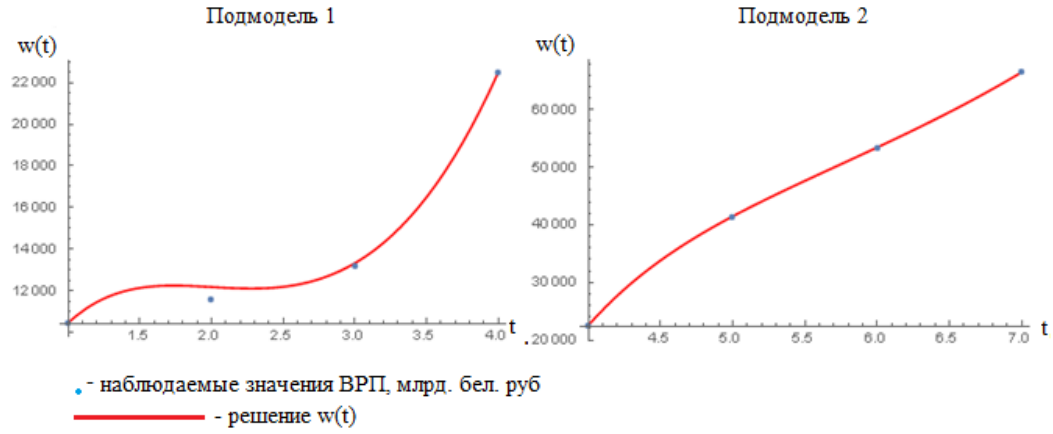


Рисунок 2 – Сравнение решения с наблюдаемыми значениями ВРП Гродненской области, в млрд бел. руб.

Источник: собственная разработка автора на основании данных [4].

Величины идентифицированных параметров системы (1) на основе данных Гродненской области за последние 8 лет позволяют сделать вывод об увеличении меры инерции хозяйственной системы (m2); меры сопротивления переменам (b2) и нормы накопления (c2), что свидетельствует о снижении эффективности экономики Гродненского региона после 2011 г.

Сравнивая значения параметров систем Брестской и Гродненской областей, можно сделать следующие выводы:

- в период с 2008–2011 гг. хозяйственная система Брестской области (m1=0.17342) обладала большей мерой инерции, чем система Гродненской области (m2=0.09316). Однако в период с 2011–2015 гг. m2 возросла и превысила m1;
- на протяжении 8 последних лет наблюдается увеличение параметров b и c в областях, причем мера сопротивления переменам (b1), происходящим вследствие действия силы *f*, и мера накопления (c1) модели Брестской области больше, чем у модели Гродненской области.

Список литературы

1. Цехан, О. Б. Моделирование динамики производства ВРП Гродненского региона на основе дифференциальных уравнений / О. Б. Цехан, К. Г. Косач // Проблемы современной экономики: глобальный, национальный и региональный контекст : сб. науч. ст. в 2 ч. / ГрГУ им. Я Купалы ; редкол.: М. Е. Карпицкая (гл. ред.), С. Е. Витун (зам. гл. ред.) [и др.]. – Гродно : ГрГУ, 2016 . – Ч. 1. – С.352–359.

2. Нижегородцев, Р. М. Информационная экономика. Книга 2. Управление беспорядком: Экономические основы производства и обращения информации / Р. М. Нижегородцев. – М. – Кострома, 2002. – 173 с.

3. Косач, К. Г. Идентификация модели в пространстве состояний динамической системы выпуска валового регионального продукта Гродненской области / К. Г. Косач, О. Б. Цехан // Наука-2015 : сб. науч. ст. : в 2 ч. / ГрГУ им. Я. Купалы ; редкол.: Г. М. Третьяков (гл. ред.) [и др.]. – Гродно: ГрГУ, 2015. – Ч. 2. – 292 с.

4. Зиновский, В. И. Беларусь в цифрах / В. И. Зиновский //Статистический сборник [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: http://belstat.gov.by/bgd/public_compilation/index_131/.–Дата доступа: 02.01.2017.

The approach to parametric identification of the model for analysis of the GRP dynamics in the form of a non-homogeneous linear second order differential equation is considered. According to the statistics committee of the Republic of Belarus on GRP indicators for 2008-2015, investment in fixed assets for 2005-2015 for the Brest and Grodno regions, the parameters of the GRP dynamic system of the Brest and Grodno regions were identified. The purpose of identification is to minimize the total deviation of the calculated GRP output from observed GRP output. A comparative analysis of the properties of the dynamics models for the GRP output of the Brest and Grodno regions was carried out.

Косач Кристина Геннадьевна, магистрант 1 курса специальности «Прикладной компьютерный анализ данных» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: dilfinium_kristi@mail.ru.

Научный руководитель – ***Цехан Ольга Борисовна,*** кандидат физико-математических наук, доцент, заведующий кафедрой математического и информационного обеспечения экономических систем факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 378.4(476.6)

Д.В. Кошко

ЯЗЫК R В МИРЕ СТАТИСТИЧЕСКИХ ПРОГРАММ

На сегодняшний день существует много универсальных программ обработки и анализа статистической информации. Благодаря кругу охватываемых задач, они могут быть полезны не только студентам на стадии изучения статистических методов, но и научным работникам, экономистам, решающим задачи анализа и прогноза с использованием статистических данных. В статье проведен сравнительный анализ ряда известных статистических пакетов и системы вычислений R. Сравнение проведено в зависимости от решаемых задач, простоты и удобства их выполнения. В результате выявлены преимущества и недостатки рассматриваемых приложений.

Про R можно сказать, что этот язык принимает эстафету у доминирующего среди статистических пакетов SPSS, ныне принадлежащего IBM, становясь универсальным языком для специалистов по обработке данных. В том, что это так, а не иначе, убеждает очевидный факт: главным апологетом R стал Норман Ни, создатель Tex и SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), в 2009 году основавший компанию Revolution Analytics, являющуюся дистрибьютором продуктов на базе R. В своем комментарии Forbes по этому поводу он сказал: «R – это возможность изменить правила игры в самом быстрорастущем сегменте программной индустрии».

Роберт Мюнхен, автор книги «R для пользователей SAS и SPSS», убежден, что язык радикально изменил «ландшафт в области разработки ПО». Пользование R не только дешевле, чем применение коммерческих пакетов, но к тому же в R практически нет

ничего такого, что есть в SAS или SPSS, а обратное утверждение невозможно, функциональные возможности R выше, чем у известных статистических пакетов. Мало того, при работе в мегабайтном масштабе данных R вполне может заменить и Matlab, и SAS. Подобное стало реальностью потому, что R – это не закрытый пакет, принадлежащий одному производителю, а развиваемый и эволюционирующий язык, разрабатываемый членами сообщества. Можно искать секрет успеха R в аналогии с успехом Linux, и этому он обязан основополагающим принципам, заложенным Айхаком и Джентльменом.

Развитию сообщества способствует языковая модель, отличающая R от готовых пакетов. Эту программу можно прочитать и усовершенствовать. Прогресс R обеспечивает так называемая «ядерная группа» (core group), в которую входят не только специалисты из компьютерной науки, но и серьезные математики и специалисты по статистике. Майк Кинг, главный статистик-аналитик Bank of America, высказался следующим образом: «Уверен, нет другого языка программирования, который бы собрал такое сильное сообщество. R попросту повезло – в core group вошли таланты, способные найти самые сильные ходы». R как инструмент позволяет сообществу с невероятной скоростью создавать новые R-программы, и сегодня это сообщество превратилось в гигантскую саморегулируемую фабрику по производству такого рода пакетов. Основным резоном в переходе на R является наличие сообщества, причем действует положительная обратная связь: чем больше становится сообщество, тем привлекательнее становится R. В сообществе силен дух соревновательности, что открывает дорогу молодым талантам.

Система R – это одновременно и свободно распространяемая программная среда с открытым кодом, развиваемая в рамках проекта GNU, и язык программирования для статистической обработки данных и работы с графикой.

R можно применять везде, где нужна работа с данными. Это и сама математическая статистика во всех ее приложениях, и первичный анализ данных, и математическое моделирование. Основная мощь R лучше всего проявляется именно при статистическом анализе данных: от вычисления средних величин до серьезных операций с временными рядами. С помощью R можно подготовить данные для исследования, которое может быть осуществлено с помощью реализованных в различных функциях статистических методов, а затем вывести полученные результаты для дальнейшего анализа. Сейчас практически во всех западноевропейских и американских университетах изучают и используют R, ежегодно издаются многостраничные учебники и монографии относительно как работы с самим пакетом R, так и его применения при исследовании и обработке данных в статистике, медицине, экологии, финансовом анализе, актуарной математике и пр. Многие компании также применяют R, например Boeing.

На данный момент насчитываются десятки качественных статистических пакетов, среди которых явными лидерами являются SPSS, SAS и MatLab. Однако в 2013 году, несмотря на высокую конкуренцию, R стал самым используемым программным продуктом для статистического анализа в научных публикациях. Кроме того, в последнее десятилетие R становится все более востребованным и в бизнес-секторе. Такие компании-гиганты, как Google, Facebook, Ford и New York Times, активно используют его для сбора, анализа и визуализации данных. Для того чтобы понять причины растущей популярности языка R, обратим внимание на его общие черты и отличия от других статистических продуктов.

Большинство статистических инструментов можно разделить на три типа.

Программы с графическим интерфейсом, основанные на принципе «кликни здесь, тут и получи готовый результат».

Статистические языки программирования, в работе с которыми необходимы базовые навыки программирования.

«Смешанный», в которой есть и графический интерфейс (GUI), и возможность

создания скриптовых программ (например: SAS, STATA, Rcmdr).

Рисунок – Особенности программ с GUI

Программы с графическим интерфейсом имеют привычный для обычного пользователя вид и легки в освоении. Но для решения нетривиальных задач они не подходят, так как имеют ограниченный набор статистических методов, в них невозможно писать собственные алгоритмы. Смешанный тип сочетает в себе удобство GUI оболочки и мощь языков программирования. Однако при детальном сравнении статистических возможностей с языками программирования SAS и STATA проигрывают и R, и MatLab. За лицензию для этих программ придется выложить приличную сумму денег, а единственным бесплатной альтернативой является Rcmdr: оболочка для R с GUI.

Сравнение R с языками программирования MatLab, Python и Julia.

В таблице приведены минимальные цены на одну инсталляцию платных статистических пакетов.

Таблица – Цены на статистические пакеты

Наименование	**Разработчик**	**Цена**	**Операционная система**	**Сайт**	**Особенности**
Analyse-it	Analyse-it	$185–495	Windows	www.analyse-it.com	Дополнение к Excel
ASReml GenStat	VSN International	>$150 >$190	Кросс платформенный	http://www.vsni.co.uk/	Профиль – аграрная наука
BioStat StatPlus	AnalystSoft	$100 $150	Windows	www.analystsoft.com	Профиль – биология, медицина
GAUSS	Aptech Systems	?	Кросс платформенный	http://www.aptech.com	Профиль – эконометрика
Minitab	Minitab Inc.	$895–$1395	Windows	www.minitab.com	Универсальный
OxMetrics	OxMetrics, J.A. Doornik	$1805-...	Windows	www.oxmetrics.net	Профиль – эконометрика
Partek	Partek	?	Кросс платформенный	www.partek.com	Профиль – генетические исследования
SAS	SAS Institute	академическая и студенческая лицензия: бесплатно Коммерческая: ~$6000 локально / ~$28000 (Windows	Кросс платформенный	www.sas.com	Универсальный

		server)			
SPSS	SPSS Inc.	$1599	Кросс платформенный	www.spss.com	Профиль – социология, эконометрика
Stata	StataCorp	академическая лицензия > $595 / коммерческая > $1245	Кросс платформенный	www.stata.com	Универсальный
STATISTICA	StatSoft	>$695	Windows	www.statsoft.com	Универсальный
XLSTAT	Addinsoft Inc.	$395	Windows	www.xlstat.com	Дополнение к Excel

Источник: собственная разработка по статистическим данным.

Среди языков программирования, используемых в статистических расчетах, лидирующие позиции занимают R и Matlab. Они схожи между собой, как по внешнему виду, так и по функциональности, но имеют разные лобби пользователей, что и определяет их специфику. Исторически MatLab был ориентирован на прикладные науки инженерных специальностей, поэтому его сильными сторонами являются математическое моделирование и расчеты, к тому же он гораздо быстрее R. Так как R разрабатывался как узкопрофильный язык для статистической обработки данных, то многие экспериментальные статистические методы появлялись и закреплялись именно в нем. Этот факт и нулевая стоимость сделали R идеальной площадкой для разработки и использования новых пакетов, применяемых в фундаментальных науках.

Другими «конкурирующими» языками являются Python и Julia. По нашему мнению, Python, являясь универсальный языком программирования, больше подходит для обработки данных и сбора информации с применением веб-технологий, чем для статистического анализа и визуализации. Статистический язык Julia – довольно молодой и претенциозный проект. Основной особенностью этого языка является скорость вычислений, в некоторых тестах превышающая R в 100 раз! Пока Julia находится на ранней стадии развития и имеет мало дополнительных пакетов и последователей, но в отдаленный перспективе Julia – это, пожалуй, единственный потенциальный конкурент R.

R и большие данные

Как бы ни были велики преимущества отрытого ПО и коллаборативной деятельности виртуальных коллективов даже самых талантливых людей, иногда возникают ситуации, когда требуется предпринимать радикальные шаги, вносить такие изменения, управлять которыми можно только из единого центра. Именно такая ситуация возникла с появлением необходимости работы с большими данными. R не задумывался для этой цели и не эволюционировал в этом направлении. Руководство адаптацией R к таким задачам – созданию Big Data Analytics – взяла на себя компания Revolution Analytics, которая интегрировала R и Hadoop. Такая интеграция выглядит совершенно естественно. Hadoop также относится к свободному ПО и подчинено данным (data driven), но есть несколько серьезных сложностей процедурного порядка. На протяжении всей своей истории R оставался итерационной технологией (как это принято в статистике), а Hadoop по определению работает в пакетном режиме: задача запускается и может работать минуты или часы. Вторая сложность заключается в ином оперировании данными. В языке R данные преимущественно размещаются в общей оперативной памяти, а Hadoop основан на процедурах map/reduce, где данные разделяются и обрабатываются параллельно. Эти противоречия были преодолены специалистами Revolution Analytics в продуктах серии RevoConnectR for Hadoop, предоставляющих программистам на R

возможность работы с данными, размещенными в файловой системе Hadoop HDFS и СУБД Hbase.

Таким образом, в настоящее время язык R является одним из ведущих статистических инструментов в мире. Он активно применяется в генетике, молекулярной биологии и биоинформатике, науках об окружающей среде (экология, метеорология) и сельскохозяйственных дисциплинах. Также R все больше используется в обработке медицинских данных, вытесняя с рынка такие коммерческие пакеты, как SAS и SPSS.

Достоинства среды R:

- бесплатная и кроссплатформенная;
- богатый арсенал статистических методов;
- качественная векторная графика;
- более 7000 проверенных пакетов;
- гибкая система в использовании:
  – позволяет создавать/редактировать скрипты и пакеты,
  – взаимодействует с другими языками, такими как: C, Java и Python,
  – может работать с форматами данных для SAS, SPSS и STATA;
- активное сообщество пользователей и разработчиков;
- регулярные обновления, хорошая документация и техническая поддержка.

Недостатки среды R:

- небольшой объем информации на русском языке (хотя за последние пять лет появилось несколько обучающих курсов и интересных книг);
- относительная сложность в использовании для пользователя, незнакомого с языками программирования.

Последний недостаток можно сгладить, работая в GUI оболочке Rcmdr. Для нестандартных решений все же необходимо использовать командную строку.

R является средством разработки методов интерактивного анализа данных. Система была разработана быстро с большим количеством пакетов. Однако большинство программ, написанных в R, принципиально являются программами-однодневками, написанными для конкретного случая анализа данных.

Много людей используют R в качестве системы статистики. Мы предпочитаем думать о ней как о среде, в пределах которой были реализованы много классических и современных статистических методов. Некоторые из них встроены в основу среды R, но многие предоставлены как пакеты. В составе R существует около 25 пакетов (названных «стандартными» и «рекомендуемыми» пакетами), и еще больше доступно через семейство сайтов CRAN (через http://CRAN.R-project.org), а также из других источников.

Список литературы

1. 1 SAS Institute, Inc [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.sas.com. – Дата доступа: 17.03.2017.

2. SPSS, Inc [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.SPSS.com. – Дата доступа: 17.03.2017.

3. SciTech Software, Inc [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.scitechsoft.com. – Дата доступа: 17.03.2017.

4. Minitab Inc [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www. minitab.com, 2017. – Дата доступа: 17.03.2017.

Today, there are a lot of universal treatment programs and analysis of statistical information. Through a circle covered by tasks, they can be useful not only for students under study statistical methods, but also scientists, economists, critical task analysis and forecasting using statistical data. This article provides a comparative analysis of several well-known statistical packages in particular statistical package R. A comparison is carried out in accordance with the task, the simplicity and ease of implementation, thus noting the advantages and disadvantages of the considered application.

Кошко Дмитрий Владимирович, магистрант 1 курса специальности «Прикладной компьютерный анализ данных» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: koshkodima16@gmail.com.

Научный руководитель – ***Ляликова Валентина Ивановна,*** кандидат физико-математических наук, доцент, доцент кафедры математического и информационного обеспечения экономических систем факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 004

Д.А. Кузюта

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ИТ-ПРОЕКТАМИ

Проанализирована деятельность организации ООО «Айтибо». Рассмотрены существующие особенности в управлении ИТ-проектами, выявлено влияние выбора подхода к управлению проектом на жизненный цикл проекта.

В наше время деятельность любой компании состоит из выполнения ряда проектов. Проекты могут быть как простыми и мелкими, так и сложными долгосрочными, требующими много сил и зачастую просто развитой фантазии. Каждый проект имеет начало и точку завершения – результат, который необходимо получить в очерченные сроки.

Исходя из этого, управление проектами можно рассматривать как целое искусство прохождения намеченного плана от начала и до конца без каких-либо отклонений. Однако это идеальный исход, к которому можно лишь стремиться. В правильном управлении проектами может помочь лишь уже накопленный в книгах и научных трудах опыт других руководителей проектов со всего мира. Ведь каждый из них сталкивался с теми же трудностями и вопросами, что и мы, при ведении своих проектов. Выходит, что решение большинства наших проблем уже найдено, а зачастую и не одно, и у нас есть возможность принимать свои решения на их основе, просчитать последствия своих решений и выбрать наиболее подходящее из них.

Управление проектами – в соответствии с определением национального стандарта ANSI PMBoK – область деятельности, в ходе которой определяются и достигаются четкие цели проекта при балансировании между объемом работ, ресурсами (такими как деньги, труд, материалы, энергия, пространство и др.), временем, качеством и рисками. Ключевым фактором успеха проектного управления является наличие четкого, заранее определенного плана, минимизации рисков и отклонений от плана, эффективного управления изменениями (в отличие от процессного, функционального управления, управления уровнем услуг).

Управление проектами – это приложение знаний, опыта, методов и средств к работам проекта для удовлетворения требований, предъявляемых к проекту, и ожиданий участников проекта. Чтобы удовлетворить эти требования и ожидания необходимо найти оптимальное сочетание между целями, сроками, затратами, качеством и другими характеристиками проекта [1].

Процессы управления проектами проходят по логической цепочке, и их порядок в ней определяется правилами из различных областей знаний.

Для начала, проект не может существовать без цели, а чаще всего их будет несколько. И в данном случае под целью принято понимать не только результат, ради которого мы работаем над проектом, но и способы получения этого результата. К таким

способам следует относить методики и технологии, которые используются в проекте, а также и саму систему управления проектом.

На данный момент можно сказать, что управление проектами – одна из самых быстроразвивающихся управленческих дисциплин нашего времени. На современном этапе развития национальной экономики Беларуси, когда конкуренция во всех областях возрастает, в то время как сроки жизни многих продуктов ограничиваются парой месяцев, применение инновационных технологий управления проектами можно считать необходимым не только для процветания, но и просто для существования любого предприятия.

Управление проектом – применение знаний, навыков, инструментов и методов для планирования и реализации действий, направленных на достижение поставленной цели в рамках проектных требований [2].

Каждый проект в ходе реализации проходит определенные стадии, которые в общей совокупности называются жизненным циклом проекта. Действия, выполняемые для осуществления функций проекта, называются процессами управления проектами.

Процессы управления проектами подразделяются на пять основных групп:

- процессы инициации;
- процессы планирования;
- процессы исполнения;
- процессы анализа;
-
- процессы завершения.

Схема процесса управления проектом изображена на рисунке.

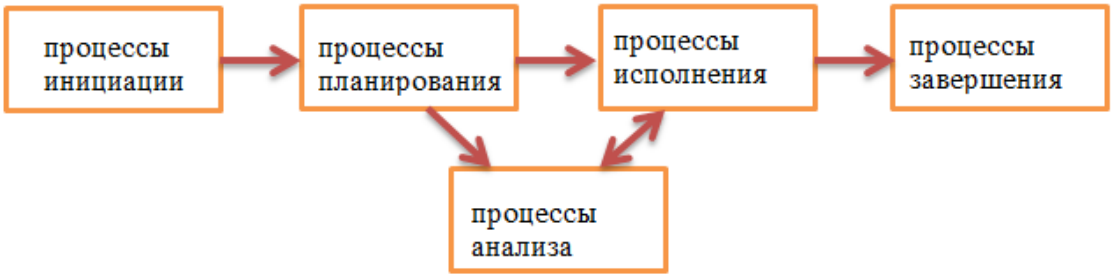


Рисунок – Схема процесса управления проектом

Источник: собственная разработка автора на основании данных [1].

Перечисленные процессы предназначены для реализации следующих функций проекта:

- принятие решения о том, что мы беремся за проект и настало время начать его выполнение;
- установление целей и критериев успешности проекта;
- выработка плана достижения поставленных целей;
- управление ресурсами проекта;
- анализ соответствия планового состояния текущему, оценка проекта по принятым критериям успеха и, при необходимости, внесение корректировок;
- согласование внесения корректировок, их утверждение и исполнение;
- реализация проекта и доведение его до точки завершения.

В итоге каждая организация в определенный момент своего существования сталкивается с ИТ–проектом. Однако все эти проекты имеют различные цели и требуемые

конечные результаты из-за различных предпосылок к их реализации и самих условий реализации. Этот факт еще раз напоминает нам о разнообразии и многосложности ИТ-проектов.

ИТ-проекты можно грубо разделить на две категории:

- ИТ-проект как один из инструментов программы по реструктуризации предприятия и внедрению информационных, чаще всего автоматизированных, систем;
- разработка программного обеспечения.

Выше речь шла о проекте выделенной нами первой категории. В данном случае ИТ-проект нужно рассматривать как самостоятельный проект, призванный для усовершенствования управления компанией, а именно – повышения эффективности данного процесса.

Здесь мы рассматриваем ИТ-проект как один из инструментов программы по реструктуризации предприятия, что означает, что проект повлечет за собой изменения в каждом бизнес-процессе, в управлении каждым отделом организации, а затем и во всей его оргструктуре. Как правило, некоторые работы по такому проекту не могут быть выполнены силами самого предприятия и осуществляются с помощью сторонней организации. В ходе проекта анализируется деятельность всего предприятия, описываются все бизнес-процессы, выделяются аспекты, нуждающиеся в изменениях.

Так как проект затрагивает все отделы предприятия, невозможным будет избежать расхождения мнений и конфликтов между руководителями отделов, менеджерами проекта и персоналом предприятия. Здесь стоит сказать, что ИТ-проекты сопровождаются высокими рисками.

Также следует выделить два типа ИТ-проектов: инвестиционные и организационные.

Первый тип подразумевает получение прибыли. Пути получения необходимой прибыли могут быть различными: уменьшение затрат на ресурсы проекта, уменьшение затрат на управление проектом, уменьшение средств, вводимых в оборот при работе предприятия. Это подразумевает регулярное пользование некоторыми метриками, принятыми в организации для оценки эффективности управления проектами. Существование данных метрик подразумевает периодический подсчет отдельных параметров, анализ тенденций их изменения в ходе проекта и обобщение полученных данных, формулировку четких выводов и принятие решений о необходимости корректирующих воздействий на проект. Характерной особенностью ИТ-проекта можно назвать то, что проект может считаться эффективным и без видимой прибыли в денежных средствах. Для того чтобы считать проект эффективным, достаточно будет удостовериться, что он сокращает время, затрачиваемое на определенный бизнес-процесс или операцию. Так, внедрение автоматизированной информационной системы помогает ускорить процесс обработки данных. В данном случае прибыль предприятия увеличится благодаря принятию своевременных верных и продуктивных решений на основе полученной актуальной информации.

Что же касается второго типа проектов, то их идея основывается на реорганизации бизнес–процессов и системы управления предприятием в целом. В данном случае проект будет состоять из выведения списка необходимых организационных мероприятий и их проведения.

ИТ-проекты по разработке программного обеспечения, которые мы выделили в отдельную категорию, также являются самостоятельными проектами и могут быть как мелкими, так и крупными. Главным отличием будет то, что такие проекты ведутся от начала и до конца одной компанией. Организации, занимающиеся такими проектами, принято называть ИТ-компаниями. Чаще всего они ведут несколько отдельных проектов с разными заказчиками.

Не смотря на то, что каждый проект – это уникальное мероприятие, не поддающееся стандартизации, можно смело утверждать, что при реализации ИТ-проектов необходимо использовать методологии управления проектами.

Начиная ИТ-проект, каждый менеджер должен помнить о свойственных таким проектам особенностях. И первым шагом, в любом случае, будет выбор подхода к управлению проектом. Не стоит забывать, что от принятого решения может зависеть жизненный цикл проекта. Этот факт можно считать еще одной особенностью ИТ-проекта. Стадии будут проходиться типовые, а именно – инициация, планирование, реализация, и контроль (три последние могут повторяться несколько циклов) и, наконец, завершение и введение в эксплуатацию. Однако можно выделить три вида жизненного цикла управления ИТ-проектами [3]:

- повторяющийся: управление проектом должно быть определено в начале проекта, однако оценка финансовых затрат и затраченного времени осуществляется непосредственно в ходе реализации проекта;
- прогнозируемый: сроки, бюджет и график проекта оцениваются менеджером (с помощью проектной команды) еще до начала проекта, версии проекта выпускаются в конце каждой фазы, временные границы которой должны быть определены в ходе планирования. Данный тип является самым распространенным и известен под названием «waterfall»;
- адаптируемый: данный подход идеален для ИТ-проектов, так как он готов к возникновению изменений, планирование и реализация в данном подходе сменяют друг друга постоянно. В качестве примера следует назвать методологии Agile и Scrum.

На выбор жизненного цикла проекта влияют не только организационные требования, но и требования заказчика, и мнение менеджера проекта.

В наше время уже не встретишь проект значительного масштаба, ведение которого осуществлялось бы без использования методологий управления проектами. Относительно формализованная практика управления проектами существует сегодня в большинстве белорусских ИТ-компаний. Ведь эффективность использования методологий проектного менеджмента экономит до 20 % средств проекта и затраты на управление не превышают пары процентов от общей стоимости проекта. В случае же отсутствия такой системы управления проектом неизбежными будут конфликты сроков, целей, приоритетов и ресурсов.

Список литературы

1. Группа компаний Баланс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://balans.ru/ru/library/2/article_40.html. – Дата доступа: 18.01.2017.
2. АЛАН Архитектурное Проектирование и Управления Проектами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://alanmimarlik.com/ru/project-management-services/. – Дата доступа: 10.02.2017.
3. Рубрикатор Энциклопедии управления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cfin.ru/rubricator.shtml. – Дата доступа: 14.02.2017.

The article analyzes the activities of «Itibo» organization. Considered the existing features in the IT projects management. And revealed the impact of the choice of the approach to the project management on the project life cycle.

Кузюта Диана Анатольевна, студентка 4 курса специальности «Управление информационными ресурсами» факультета математики и информатики Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: dianakuzuta777@gmail.com.

Научный руководитель – ***Лешук Сергей Валерьевич,*** старший преподаватель кафедры экономики и управления на предприятии Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК-519.832.3

В.Э. Матяс

РАЗРАБОТКА МОДЕЛИ ПОДДЕРЖКИ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ ПРИ УПРАВЛЕНИИ НАБОРОМ АБИТУРИЕНТОВ

На основе модели для расчета экономической и качественной эффективности стратегии факультета по набору абитуриентов и выбора обоснованных рациональных структуры и масштаба набора студентов на факультете разработана автоматизированная система поддержки принятия решений.

В современных условиях развития рыночных отношений в сфере образования, усиления конкуренции, уменьшения бюджетного финансирования университетов, возрастает значимость проблемы управления набором абитуриентов вуза, как поставщика услуг, с учетом состояний внешней среды, в которой формируются потребности потребителей образовательных услуг.

Рассмотрим следующую проблемную ситуацию. С одной стороны есть ограниченное количество абитуриентов. Абитуриенты поступают на определенные специальности. С другой стороны имеется некоторое количество вузов, в которых производится набор на определенные специальности. Задача вузов объявить набор по специальности с такими параметрами, чтобы набрать максимальное количество хороших абитуриентов и получить прибыль. В интересах абитуриента подать документы в вуз, предоставляющий обучение на выбранной абитуриентом специальности, при должном уровне качества обучения в данном вузе и минимальной стоимости обучения. Таким образом, мы выделили 2 основные стороны, участвующие в формировании набора абитуриентов, имеющие несовпадающие цели. В связи с этим для моделирования ситуации можно применять положения и методы теории игр.

Будем строить игровую модель, описывающую взаимодействие двух конкурирующих сторон (вуз – сознательный игрок и поток абитуриентов – природа), имеющих несовпадающие, но не антагонистические цели. В результате будет построена модель статистической игры (игры с природой).

Эффективность взаимодействия игроков в модели будем учитывать в разрезе 2 компонент: количественная (экономическая) и качественная.

Так как факультет – коммерческая организация, то одним из показателей эффективности его работы примем прибыль от предоставления образовательных услуг.

Кроме того факультету очень важно набрать хороших студентов, которые положительно повлияют на рейтинг вуза. Одним из главных критериев качества абитуриента является его балл вступительной компании (ЦТ), на его основе будет далее сформирована качественная компонента модели.

Формирование модели основывается на информационном обеспечении и следующих допущениях: факультет является автономной единицей; находится на самофинансировании; свободно распоряжается финансами; все студенты обучаются на платной основе; ППС работает на условиях почасовой оплаты; факультет – коммерческая организация; количество штатного состава ППС не изменяется; привлечение внештатных единиц ППС влечет за собой дополнительные расходы.

Обозначим $\boldsymbol{St(N_1, N_{...}, N_k, S_1, S_2, \dots, S_k)}$ – стратегия вуза, $\boldsymbol{Fp(N_1, N_2, \dots, N_k; C_1, C_2, \dots, C_k)}$ – состояние потока абитуриентов, $\boldsymbol{F(ST, Fp)}$ – платежная функция игры.

Модель игры в нормальной форме будет иметь следующий вид:

$$\boldsymbol{G = \{St(N_1, N_{...}, N_k, S_1, S_2, \dots, S_k); Fp(N_1, N_2, \dots, N_k; C_1, C_2, \dots, C_k), F(ST, Fp)\}}.$$

Описание стратегий факультета.

Пусть факультет может объявить набор на $\boldsymbol{K}$ специальностей. При этом возможное количество групп ограничено материально-технической базой факультета и преподавательским составом.

С целью управления прибылью от образовательной деятельности факультет может реализовывать различные стратегии по набору абитуриентов. Под *i*-ой стратегией будем понимать кортеж $\{\boldsymbol{N_1, N_2, \dots, N_k; S_1, S_2, \dots, S_k; = \overline{1, n}}\}$, где $\boldsymbol{N_k}$ – объявленное количество человек в группе i-той специальности, $\boldsymbol{S_k}$ – стоимость обучения.

Описание состояний природы.

Под состоянием потока абитуриентов будем понимать кортеж $\{\boldsymbol{N_1, N_2, \dots, N_k; C_1, C_2, \dots, C_k; = \overline{1, n}}\}$, где $\boldsymbol{N_k}$ – количество человек, подавших документы на $\boldsymbol{k}$-тую специальность, $\boldsymbol{C_k}$ – средний балл сдачи ЦТ подавших документы на $\boldsymbol{k}$-тую специальность.

Платежную функцию игры будем рассматривать как свертку 2-х компонент: количественной (экономической) $\boldsymbol{f}_{\text{э}}$ и качественной $\boldsymbol{f}_{\text{к}}$:

$$\boldsymbol{F(ST, Fp) = f_э(ST_i, Fp_j) + f_к(ST_i, Fp_j)},$$

где i – индекс стратегии, j – индекс состояния, $\boldsymbol{i = \overline{1, I};\ j = \overline{1, J}}$.

Количественная компонента.

Для построения расчетной модели количественной компоненты платежной функции (дохода) факультета введем дополнительно обозначения: $\mathbf{D}$ – доход факультета; $\mathbf{D_k}$ – доход от k-той специальности, $\mathbf{S_k}$ – стоимость обучения по k-той специальности.

Тогда доход факультета рассчитывается по формулам:

$$\mathbf{D} = \sum \mathbf{D_k},$$

$$\mathbf{D_k} = \sum \mathbf{N_k} \times \mathbf{S_k}.$$

В соответствии с подп. 3.1 Указа № 320 [1] о формировании стоимости платного обучения введем обозначения: $\boldsymbol{Z_k}$ – затраты факультета на обучение студентов на *k*-той специальности, $\boldsymbol{Z_{k*}}$ – постоянные затраты, $\boldsymbol{Z_{k+}}$ – затраты переменные.

Затраты на заработную плату будем рассчитывать согласно Положению о нормировании учебной работы ППС Гродненского государственного университета имени Янки Купалы исходя из нагрузки преподавателей согласно структуре учебного плана в разрезе аудиторных и внеаудиторных занятий. Так как это статьи переменных затрат, то можно сделать заключение, что основные расходы факультета на предоставление образовательных услуг в наибольшей степени зависят от масштаба и структуры объявленного набора.

Прибыль факультета рассчитывается по формуле :

$$\boldsymbol{P = \sum_k P_k},$$

где $\boldsymbol{P_k = D_k - Z_k}$ – прибыль от обучения группы студентов на *k*-той специальности, $\boldsymbol{D_k = S_k \times N_k}$, $\boldsymbol{Z = \sum_k Z_{k*} + Z_{k+}}$, $\boldsymbol{Z_{k*} = Z_{*f}/k}$; $\boldsymbol{Z_{k+} = N_k \times Z_{k+1c}}$,

где $\boldsymbol{k}$ – индекс типа внеаудиторных затрат, $\boldsymbol{S_p}$ – затраты на оплату часа труда преподавателя на условиях почасовой оплаты, $\boldsymbol{Z}$ – затраты факультета на обучение студентов в разрезе затрат на заработные платы ППС, $\boldsymbol{Z_a}$ – затраты на аудиторные занятия, $\boldsymbol{Z_w}$ – затраты на внеаудит. занятия, $\boldsymbol{N_{wjk}}$ – количество внеаудиторных часов [2].

Качественная компонента.

Качество потока абитуриентов будем оценивать по результатам приемной компании. Для расчета воспользуемся разработанной Министерством образования Республики Беларусь формулой рейтинга вуза по результатам приемной кампании , однако с корректировкой для подсчета рейтинга внутри вуза по специальностям:

$$\mathbf{A} = \left(\sum_{\text{спец}} \mathbf{Z_б} * \text{П}_\text{б}\right) * \mathbf{K_ц},$$

где A – сумма баллов, набранных студентами по всем специальностям, с учетом выполнения контрольных цифр приема; $\mathbf{Z_б}$ – количество абитуриентов, поступивших на

определенную специальность соответственно; $П_б$– средний балл по определенной специальности, $\mathbf{К_ц}$ – процент выполнения контрольных цифр приема.

Будем далее рассматривать дискретное конечное множество возможных (чистых) стратегий вуза и конечное дискретное множество состояний природы. В связи с этим платежную функцию игры можно представить в виде платежной матрицы. Элементами платежной матрицы будут значения платежной матрицы, рассчитанные по формулам.

Для формирования итоговой матрицы воспользуемся методом аддитивной свертки критериев, которую можно рассматривать как реализацию принципа справедливой компенсации абсолютных значений нормированных частных критериев. В этом случае суперкритерий строится как взвешенная сумма частных критериев:

$$\boldsymbol{F(ST_i, Fp_j) = \sum_{i=1}^{n=2} a_i f_i(ST_i, Fp_j)},$$

Здесь $\boldsymbol{a_э}$ – коэффициент значимости экономической составляющей, $\boldsymbol{a_к}$ – коэффициент значимости качественной составляющей, $\boldsymbol{a_э, a_к \in [0, 1]}$ и $\boldsymbol{a_э + a_к = 1}$.

Весовые коэффициенты $\boldsymbol{a_i}$ выбираются такими, чтобы их сумма была равна единице (в нашем случае предположим их равными 0,5).

Для описания проектируемой СППР в общем виде используем методологию «черный ящик» (рисунок 1).

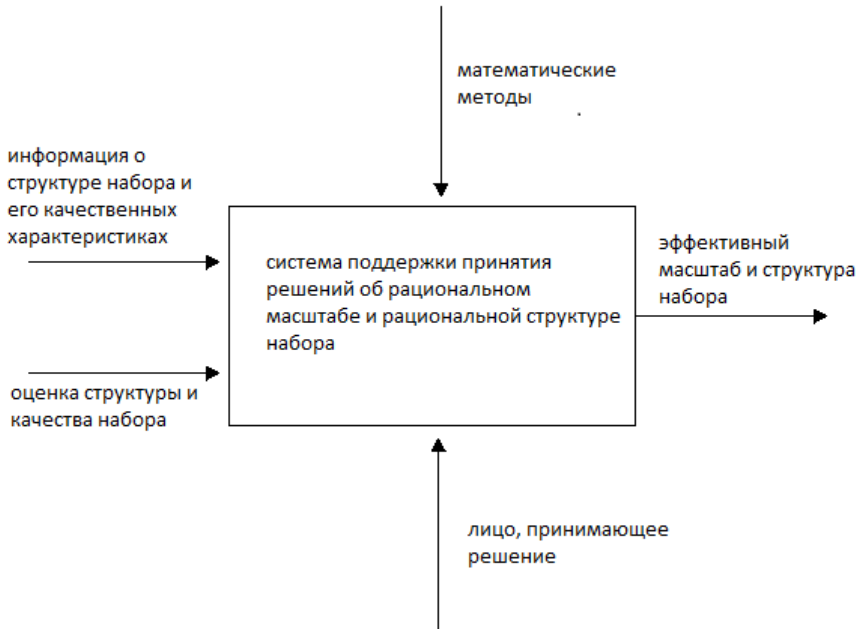


Рисунок 1 – Модель СППР в виде «черного ящика»

Источник: собственная разработка

На вход в систему поступает следующая информация:

- прогноз числа абитуриентов, которые подадут документы на специальности данного факультета;
- прогноз результатов вступительной компании (средний балл ЦТ по каждой специальности);
- планируемый план набора абитуриентов (число студентов);
- стоимость учебного часа;
- учебные планы для каждой специальности (количество аудиторных и внеаудиторных часов).

В качестве управляющего рычага выступает лицо, принимающее решение.

В качестве механизма выступают математические методы.

Результатом работы процесса является предложение варианта масштаба и структуры набора на будущий год.

Разработанное приложение:

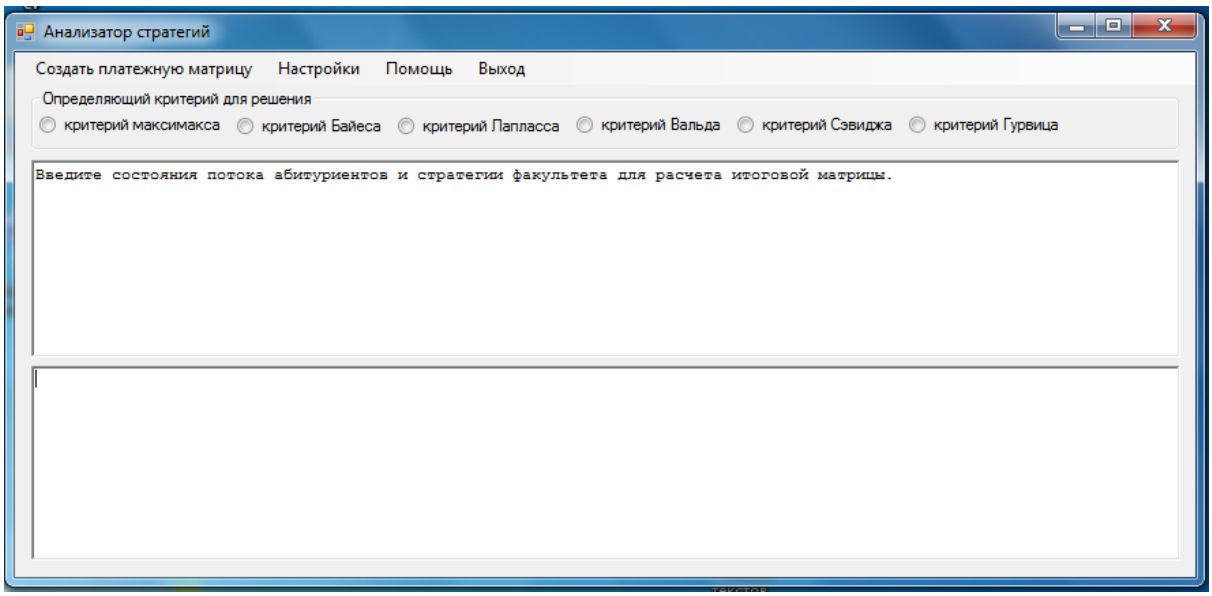


Рисунок 2 – Главная страница приложения

Источник: собственная разработка

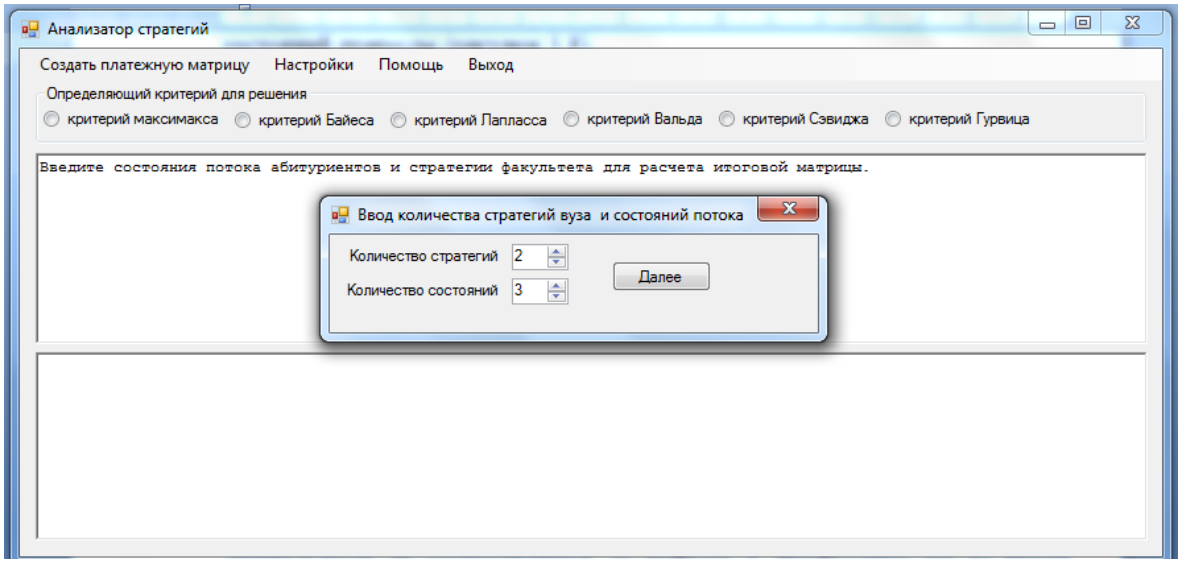


Рисунок 3 – Ввод количества стратегий вуза и состояний потока

Источник: собственная разработка

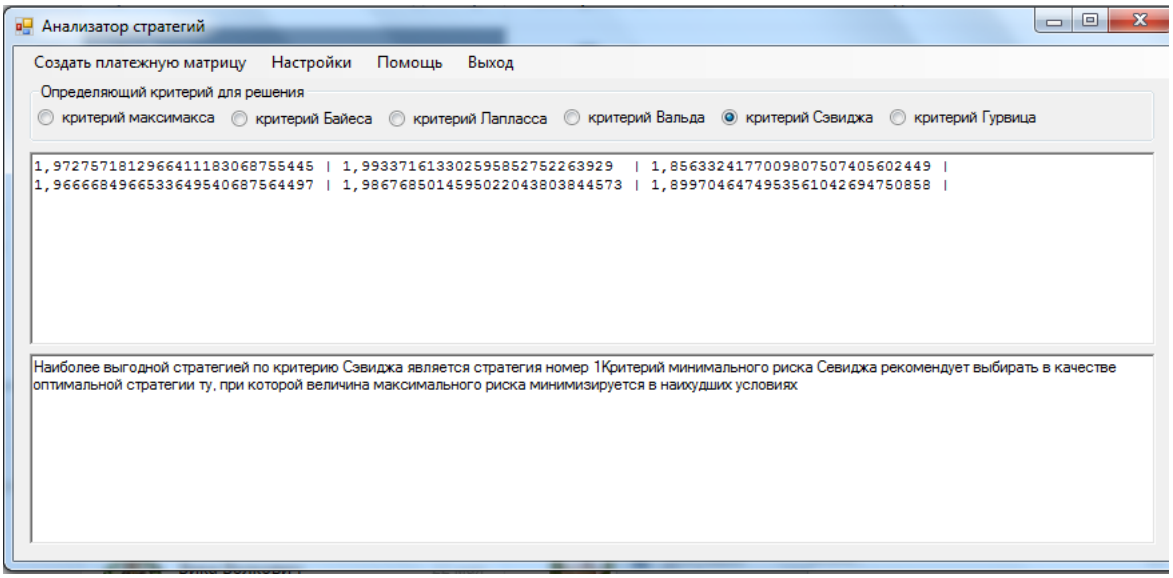


Рисунок 4 – Решение игры по критерию Сэвиджа

Источник: собственная разработка

Список литературы

1. Об увеличении приема студентов в государственные высшие учебные заведения: Указ Президента Республики Беларусь, 23 авг. 1996 г., № 320 // Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – 2006.

2. Трофимов, А. Ю. Игровая модель для определения стратегии факультета по набору студентов / А. Ю. Трофимов, О. Б. Цехан // Проблемы современной экономики: глобальный, национальный и региональный контекст: сб . науч. ст.: в 2 ч. / ГрГУ им. Я. Купалы; редкол.: В. С. Фатеев (гл. ред .), С. Е. Витун (зам. гл. ред.) [и др.]. – Гродно: ГрГУ, 2014. – Ч. 1. – С.285 – 290.

A model for calculating the efficiency of decision-making, depending on the strategy adopted by the faculty and students of flow conditions, taking into account the quantitative and qualitative indicators. Develop and test an automated decision support system module to form a rational structure of specialties and the students set the scale of the photomultiplier.

Матяс Виктория Эдуардовна, магистрантка 1 курса специальности «Прикладной компьютерный анализ данных» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: viktoria.matsias@gmail.com.

Научный руководитель – ***Цехан Ольга Борисовна,*** кандидат физико-математических наук, доцент, заведующий кафедрой прикладной компьютерный анализ данных факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 378.4(476.6)

Я.М. Николайчик

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕГИОНАХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В работе проведен сравнительный анализ развития малого и среднего предпринимательства в регионах Республики Беларусь за 2011–2015 годы. Сформирована система показателей,

характеризующая развитие исследуемого сектора экономики. На основании методов прикладной статистики построен интегральный показатель развития регионов Республики Беларусь. Данная методика не использует экспертные оценки. В результате регионы разбиты на 3 группы на основании деятельности предприятий малого и среднего предпринимательства. Сделаны выводы по развитию малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь.

В последнее время проблема малого и среднего предпринимательства как никогда актуальна в нашей стране так же, как и в экономически более развитых странах. Малое и среднее предпринимательство представляет собой тот сектор экономики, развитие которого может оказать едва ли не решающее воздействие на будущее Республики Беларусь. Малое и среднее предпринимательство выполняет ряд важнейших экономических и социальных задач. Это один из ведущих секторов, во многом определяющий темпы экономического роста, состояние занятости населения, структуру и качество внутреннего валового продукта.

Малые и средние предприятия сегодня стали неотъемлемой частью экономик большинства промышленно развитых стран. Они являются необходимым и, как показывает практика, наиболее эффективным элементом инновационного развития экономики.

Актуальность темы обусловлена значимостью малого и среднего предпринимательства в концепции экономического роста государства. При современных масштабах развития малый и средний бизнес во многих странах обеспечивает стабильность государства, обслуживает своих граждан, создает богатство стране.

Малый и средний бизнес считается основой современной модели экономики: дает конкурентные преимущества экономики рыночного типа, обеспечивает необходимую гибкость рыночному механизму, формирует предпосылки для развития экономики, создавая как конкурентную среду, так и основные нововведения. Малые компании способны своевременно реагировать на изменения в потребительском спросе и тем самым гарантировать необходимый баланс на потребительском рынке.

Целью исследования является изучение особенностей развития малого и среднего бизнеса в регионах Республики Беларусь на основе статистических данных.

В работе дается характеристика рейтинга регионов Республики Беларусь в малом и среднем бизнесе. Приведены статистические данные, характеризующие влияние малого и среднего предпринимательства на экономическое и социальное развитие государства.

Одним из важных условий правильного анализа развития является выбор адекватных конкретных показателей.

Для сравнительного анализа развития малого и среднего бизнеса в регионах Республики Беларусь была построена следующая система показателей:

- денежные показатели: выручка от реализации продукции (млрд руб.); объем производства продукции (млрд руб.); инвестиции в основной капитал (млрд руб.); чистая прибыль от реализации (млрд руб.); среднемесячная заработная плата (тыс. руб.); иностранные инвестиции в реальном секторе экономики (млн долл. США); себестоимость реализованной продукции (млрд руб.); экспорт и импорт товаров (млн долл. США);
- процентные показатели: удельный вес убыточных организаций (%); рентабельность продаж (%); ВРП (% к областному итогу); экспорт и импорт (% к республиканскому итогу); рентабельность реализованной продукции (%); ВВП (% к республиканскому итогу).

В исследовании использованы статистические данные, опубликованные в официальных статистических сборниках Республики Беларусь [1].

Анализ данных производился с помощью пакета STATISTICA. Реализуя поставленную задачу в прикладном пакете STATISTICA можно построить:

– таблицу собственных значений и процента сохраняемой дисперсии главными факторами: здесь представлены относительные (в процентах) и кумулятивные значения

суммарной дисперсии исходных показателей; таблицу факторных нагрузок: она содержит факторные нагрузки для исходных показателей; они могут быть интерпретированы как корреляции между соответствующими переменными и факторами, тогда, чем теснее их связь, тем большее значение имеет соответствующий показатель для фактора, а поскольку, первый фактор сохраняет основной процент дисперсии, то именно те показатели, которые с ним связаны, и имеют решающее значение на рейтинг; таблицу с рейтингом по значению интегрального показателя; таблица содержит значения первых главных факторов и значение рейтинга, вычисленного на основании этих значений и части сохраняемой дисперсии.

Для сопоставимости и соизмеримости все исходные показатели взяты в перерасчете на одного занятого и приведены к единой шкале измерения из интервала [0, 1] так, чтобы преобразованный показатель имел смысл «чем больше, тем лучше».

Для построения интегрального показателя исходные показатели были преобразованы методом главных компонент факторного анализа [2, с.41].

В таблице 1 приведены проценты сохраняемой и накопленной дисперсии двумя главными факторами за каждый год изучения.

Таблица 1 – Процент сохраняемой и накопленной дисперсии

Факторы	2011		2012		2013		2014		2015	
Фактор 1	79,98	79,98	73,34	73,34	83,28	83,28	75,06	75,06	75,83	75,83
Фактор 2	8,78	88,76	13,15	86,49	9,41	92,69	11,51	86,57	13,36	89,19

Источник: собственная разработка по статистическим данным

В таблице 2 приведены значения факторных нагрузок для показателей развития малого и среднего предпринимательства, связанных с первым главным фактором, за каждый год изучения. Так как первый главный фактор сохраняет основной процент суммарной дисперсии исходных показателей, то показатели, с ним связанные, имеют наибольшее влияние на рейтинг областей Беларуси и города Минск. Показатели отсортированы по значениям факторных нагрузок за 2015 год.

Таблица 2 – Факторные нагрузки первого главного фактора

Показатель	Фактор 1				
	2011	2012	2013	2014	2015
Среднемесячная заработная плата, тыс. руб.	0,988	0,934	0,983	0,983	0,987
Выручка от реализации продукции, млрд руб.	0,977	0,983	0,975	0,974	0,966
Себестоимость реализованной продукции, млрд руб.	0,975	0,981	0,975	0,969	0,962
ВВП, % к респ. итогу	0,973	0,961	0,980	0,976	0,962
Импорт товаров, млн долл. США	0,982	0,967	0,991	0,968	0,959
Импорт, % к респ. итогу	0,982	0,966	0,990	0,964	0,958
Иностранные инвестиции в реальном секторе экономики, млн долл. США	0,942	0,826	0,790	0,866	0,949
Экспорт, % к респ. итогу	0,957	0,960	0,987	0,908	0,944
Экспорт товаров, млн долл. США	0,959	0,961	0,987	0,907	0,944
Объем производства продукции, млрд руб.	0,988	0,835	0,974	0,965	0,942
Удельный вес убыточных организаций, %	-0,866	-0,811	-0,873	-0,853	-0,900
Рентабельность реализованной продукции, %	-0,855	-0,680	-0,888	-0,735	-0,838
Рентабельность продаж, %	-0,896	-0,672	-0,885	-0,743	-0,826
Чистая прибыль от реализации, млрд руб.	0,890	0,967	0,904	0,887	0,680
ВРП, % к обл. итогу	-0,480	-0,491	-0,612	-0,585	-0,534
Инвестиции в основной капитал, млрд руб.	0,136	0,073	0,699	0,185	0,011

Источник: собственная разработка по статистическим данным

Практически все показатели можно отнести к основным показателям, определяющим дифференциацию регионов Республики Беларусь по их развитию. Однако существенное влияние оказывают следующие показатели: среднемесячная заработная плата, выручка от реализации продукции, процентные показатели экспорта и импорта, себестоимость реализованной продукции, ВВП, денежные показатели экспорта и импорта товаров. К наименее важным показателям можно отнести такие, как: инвестиции в основной капитал и ВРП.

Далее были вычислены значения интегральных показателей конкурентоспособности регионов по формулам (1–5):

, (1)

, (2)

, (3)

, (4)

, (5)

где F_1, F_2, – значения первых двух главных факторов, коэффициенты – процент сохраняемой ими дисперсии.

Для классификации регионов к интегральному показателю применен метод k - средних кластерного анализа. Результаты ранжирования и классификации регионов приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Рейтинг регионов РБ по малому и среднему предпринимательству

Регион	2011		2012		2013		2014		2015	
	R	Кл.	R	Кл.	R	Кл.	R	Кл.	R	Кл.
г. Минск	174,5	1	150,2	1	170,9	1	149,5	1	156,1	1
Минская	14,8	2	11,2	2	47,3	2	51,8	2	45,8	2
Гродненская	-37,2	3	-14,9	2	-32,1	3	-17,1	3	-23,3	3
Могилевская	-55,2	3	-27,2	2	-22,9	3	-28,7	3	-23,5	3
Витебская	-12,4	2	16,0	2	-66,7	3	-36,0	3	-54,6	3
Брестская	-42,7	3	-56,7	3	-44,9	3	-57,6	3	-52,4	3
Гомельская	-41,8	3	-78,6	3	-51,6	3	-61,9	3	-48,0	3

Источник: собственная разработка по статистическим данным

Достоверность различий средних значений интегрального показателя в кластерах проверена с помощью критерия Шеффе и непараметрических критериев. Показано, что максимальное число кластеров равно трем. При разбиении на четыре и более кластера не достигается различия средних значений интегрированного показателя во всех группах.

Несомненными лидерами в развитии малого и среднего предпринимательства являются город Минск и Минская область, во всех исследуемых годах они занимали место в первом и втором кластерах соответственно. Это говорит о том, что в этих регионах созданы максимально комфортные условия развития малого и среднего предпринимательства. Следует отметить, что все финансово-экономические показатели города Минска значительно превышают показатели других регионов. Постоянными аутсайдерами по малому и среднему предпринимательству являются Брестская и Гомельская области. Следовательно, в этих регионах недостаточно благоприятные условия развития малого и среднего предпринимательства. Состав второго и третьего кластеров подвержен наибольшему изменению. Так как уровень регионального развития предпринимательства во многом зависит от таких факторов, как выгодное географическое

положение, наличие трудовых и сырьевых ресурсов, отстающим районам достаточно трудно улучшить свое положение.

Размах интегрального показателя уровня малого и среднего предпринимательства в регионах Республики Беларусь представлен в таблице 4.

Таблица 4 – Размах интегрального показателя

Год	2011	2012	2013	2014	2015
Rmax-Rmin	216,3	228,8	222,5	211,4	204,1

Источник: собственная разработка по статистическим данным

Надо отметить, что размах рейтинга от самого неблагополучного до самого успешного был наибольшим в 2012 году. Со следующего года наметилась тенденция к сокращению диспропорции развития малого и среднего предпринимательства в регионах Республики Беларусь.

Следует отметить, что в 2012 году был наибольшим и вклад малого и среднего предпринимательства в ВВП Беларуси, тогда он составил 27,1 % к республиканскому итогу. В 2011 году этот показатель составлял 23,9 %, а в 2013–2015 годах находился в пределах 24–26 %. Доля субъектов малого и среднего предпринимательства в ВВП Беларуси к 2020 году должна составить 40 %, этот прогноз предусмотрен постановлением Совета Министров № 870 от 25 октября 2016 года.

В результате проведенного исследования сделан вывод о том, что основными факторами дифференциации развития малого и среднего предпринимательства в регионах Республики Беларусь являются среднемесячная заработная плата, выручка от реализации продукции, себестоимость реализованной продукции и валовой внутренний продукт в расчете на одного занятого в этом секторе экономики. Следующими по значимости оказались следующие показатели: экспорт и импорт товаров (% к республиканскому итогу), иностранные инвестиции в реальном секторе экономики (млн долл. США в расчете на одного занятого) и объем производства продукции (млрд руб. в расчете на 1 занятого).

Следовательно, чтобы малое и среднее предпринимательство имело более прогрессивные темпы развития, необходимо пересмотреть содержание и значимость программ государственной поддержки и социально-экономического развития, изучив при этом тенденции развития малого и среднего бизнеса за рубежом, и, переняв положительный опыт, применить его на практике развития малого и среднего предпринимательства в Беларуси.

Таким образом, сделан вывод о том, что малый бизнес в Беларуси развивается и его влияние на экономику в целом растет.

Список литературы:

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 1998–2016. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/. – Дата доступа: 28.02.2017.

2. Айвазян, С. А. Межстрановой анализ интегральных категорий качества жизни населения (эконометрический подход) / С. А. Айвазян. – М.: ЦЭМИ РАН, 2001. – 60 с.

The paper compares the development of small and medium-sized business in the regions of the Republic of Belarus for 2011-2015. The system of indicators that characterizes the development of the studied sector of the economy is formed. Based on the methods of applied statistics, an integral indicator of the development of the regions of the Republic of Belarus was constructed. This methodology does not use expert estimates. As a result, the regions are divided into 3 groups based on the activities of small and

medium-sized enterprises. Conclusions are drawn on the development of small and medium-sized business in the Republic of Belarus.

Николайчик Янина Михайловна – студентка 5 курса специальности «Информационные системы и технологии в экономике» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. Email: yaninan94@gmail.com.

Научный руководитель – ***Ляликова Валентина Ивановна,*** кандидат физико-математических наук, доцент, доцент кафедры математического и информационного обеспечения экономических систем факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 004.42

А.В. Товкач

РАЗРАБОТКА ИНСТРУМЕНТА СТАТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ИСХОДНОГО КОДА

Описан процесс синтаксического анализа исходного кода, а также разработан инструмент, который способен выполнять статический анализ и показывать предупреждения, которые помогут программистам находить и устранять ошибки при разработке прикладного программного обеспечения на языке C#.

В работе любого *транслятора* или *интерпретатора* присутствует фаза разбора входной программы, представленной, как правило, в виде текста. Задача транслятора – преобразовать одно представление программы в эквивалентное другое представление. *Компиляторы* – частный случай трансляторов, которые переводят программу в представление, понятное компьютеру – *ассемблерный код или байт-код*. Задача интерпретатора – выполнить входную программу без преобразования в другое представление. Грань между трансляторами и интерпретаторами достаточно условна и размыта, так как современные интерпретаторы перед интерпретацией обязательно переводят входную программу в какое-либо промежуточное представление, удобное для интерпретации.

Процесс разбора входной программы, часто неформально называемый парсингом, как правило, состоит из двух этапов: *лексического анализа* и *синтаксического анализа*. На этапе лексического анализа входная строка из последовательности символов переводится в последовательность *лексем (токенов).* На этапе синтаксического анализа линейная последовательности лексем сопоставляется с неким формальным набором правил построения предложений *естественного* или *формального* языка [1, с. 4].

В простейшем случае для простых языков на этапе синтаксического анализа могут уже производиться вычисления, однако чаще на этом этапе строится внутреннее представление программы, удобное для дальнейшего анализа и обработки. Часто в качестве такого представления используется а*бстрактное синтаксическое дерево (AST-дерево)* [1, с. 6].

Статический анализ кода – это технология поиска ошибок в программах путем разбора исходного кода и поиска в нем паттернов известных ошибок. Эта технология реализуется специальными инструментами, называемыми статическими анализаторами кода. Слово «статический» означает, что код разбирается без запуска программы на выполнение.

Результат работы статического анализатора – это список обнаруженных в коде потенциальных проблем с указанием имени файла и конкретной строки. Другими словами, это список ошибок, очень похожий на тот, что выдает компилятор. К

сожалению, статический анализатор не может абсолютно точно сказать, является ли эта потенциальная ошибка в коде реальной проблемой. Это может знать только программист. Поэтому анализаторы кода дают *ложные срабатывания*.

Инструменты для статического анализа кода делятся по типу поддерживаемых языков программирования (Java, C#, C++), по диагностируемым проблемам (анализаторы общего назначения или специализированные, например, для разработки 64-битных или параллельных программ) [2].

Задачи, решаемые программами статического анализа кода, можно разделить на 3 категории:

1. *Выявление ошибок в программах.* Статические анализаторы позволяют выявить большое количество ошибок этапа конструирования, что существенно снижает стоимость разработки всего проекта.
2. *Рекомендации по оформлению кода*. Некоторые статические анализаторы позволяют проверять, соответствует ли исходный код принятому в компании стандарту оформления кода. Имеется в виду контроль количества отступов в различных конструкциях, использование пробелов/символов табуляции и т.д..
3. *Подсчет метрик*. Метрика программного обеспечения – это мера, позволяющая получить численное значение некоторого свойства программного обеспечения или его спецификаций.

Существует 2 сущности, на которых базируется полноценный статический анализ исходного кода – *синтаксическое дерево* и *семантическая модель*. Синтаксическое дерево строится на основании исходного кода программы и используется для анализа различных конструкций языка. Семантическая модель предоставляет информацию об объектах и их типах.

Синтаксическое дерево является базовым элементом, необходимым для анализа исходного кода. Именно по нему происходит перемещение в ходе статического анализа. Дерево строится на основе исходного кода, приведенного в файле. Каждый файл в решении имеет свое уникальное синтаксическое дерево. Также синтаксическое дерево является неизменяемым. Пример синтаксического дерева для участка кода представлен на рисунке 1.

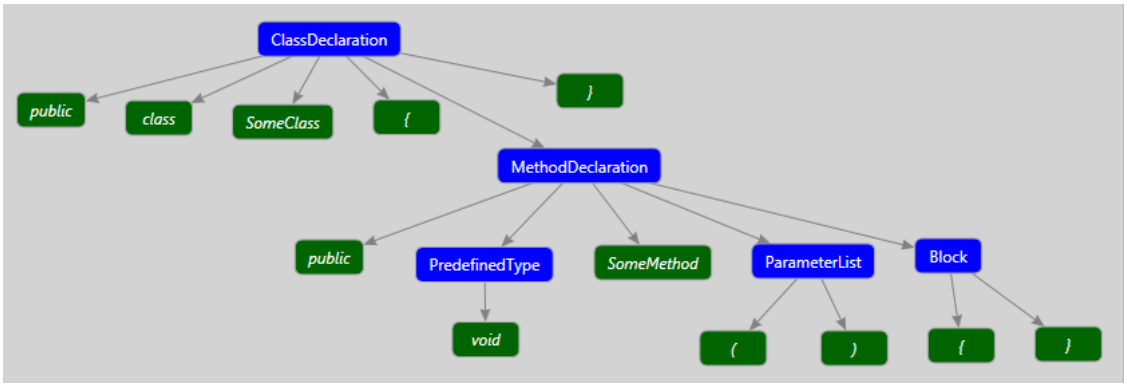


Рисунок 1 – Пример синтаксического дерева

Источник: собственная разработка автора на основании данных [4]

Это дерево может содержать в себе следующие объекты:

- **Syntax Node** – нетерминальный узел дерева, содержащий в себе несколько других узлов и отображающий определенную конструкцию;
- **Syntax Token** – терминальный узел, отображающий ключевое слово, идентификатор, литерал или пунктуацию;

- **Syntax Trivia** – терминальный узел, отображающий пробел, комментарий или директиву препроцессора.

Существуют различные способы обработать синтаксическое дерево. Простейший способ заключается в обработке дерева с помощью рекурсивного обхода потомков в глубину. Однако данный способ применим только для совсем простых случаев, в которых существует немного типов узлов и логика обработки простая. В остальных случаях необходимо выносить логику обработки каждого типа узла в отдельные методы. Это осуществляется с помощью двух паттернов проектирования: *Visitor* и *Listener*.

В **Visitor** для обработки потомков какого-либо узла необходимо вручную вызывать методы их обхода. При этом если родитель имеет три потомка, и вызвать методы только для двух узлов, то часть поддерева вообще не будет обработана. В **Listener** же методы посещения всех потомков вызываются автоматически. В Listener существует метод, вызываемый в начале посещения узла, и метод, вызываемый после посещения узла.

Семантическая модель предоставляет информацию об объектах и о типах объектов. Это очень мощный инструмент, позволяющий проводить глубокий и сложный анализ. Именно поэтому важно иметь корректную компиляцию и корректную семантическую модель.

Можно выделить 3 наиболее часто используемые функции, предоставляемые семантической моделью:

- *Получение информации об объекте.* Информацию об объекте предоставляют так называемые символы, которые предоставляют методы и свойства, общие для всех объектов, независимо от того, чем они являются – полем, свойством или т.д.

- *Получение информации о типе объекта.* Часто необходимо узнать тип объекта, представляемого узлом.

- *Получение константных значений.* Эти значения можно получить для константных полей, символьных, строковых и числовых литералов.

Поиск ошибок статическим анализатором реализуется за счет различных **диагностических правил**. Для реализации всех правил существует общий алгоритм написания диагностики.

1. Первым шагом необходимо сформулировать суть правила.
2. Когда диагностическое правило обрело первоначальную форму и стало понятно, на какие ситуации стоит выдавать предупреждение, необходимо заняться разработкой юнит-тестов.
3. После того как разработан базовый набор юнит-тестов, можно приступать к реализации диагностики.
4. После того как диагностика будет готова, а все юнит-тесты будут успешно проходить, необходимо приступать к следующему этапу – тестированию на реальных проектах.
5. После тестирования на реальных проектах скорее всего придется дорабатывать диагностику.
6. Предыдущий пункт необходимо повторять до тех пор, пока диагностика не покажет желаемый результат [4].

Для разработки программного продукта была выбрана платформа *Microsoft.Net Framework* и язык программирования C#. Данная платформа в настоящее время динамично развивается и является одной из самых перспективных технологий для разработки прикладного программного обеспечения. Также была выбрана платформа *Roslyn* для разбора и анализа исходного кода. Данная платформа предоставляет различные мощные средства для решения задач, возникающих при парсинге исходного кода.

Платформа .NET Framework – это управляемая среда выполнения, предоставляющая разнообразные службы запускаемым в ней приложениям. Она состоит из двух основных компонентов: общеязыковой исполняющей среды (CLR), являющейся

механизмом, управляющим выполняющимися приложениями; и библиотеки классов .NET Framework, которая предоставляет библиотеку проверенного кода, предназначенного для повторного использования, который разработчики могут вызывать из своих приложений [3].

Roslyn является не просто парсером, а полноценным инструментом для парсинга, анализа и компиляции C# кода. Roslyn парсит код в достоверное, неизменяемое и потокобезопасное дерево. Достоверность заключается в том, что такое дерево может быть преобразовано обратно в код символ в символ, включая пробелы, комментарии и директивы препроцессора, даже если в нем будут синтаксические ошибки. Неизменяемость позволяет легко обрабатывать дерево несколькими потоками, поскольку в каждом потоке создается «умная» копия дерева, в которой хранятся только изменения.

Разработанный автором программный продукт представляет собой инструмент для разработчиков, который предоставляет возможность проводить статический анализ исходного кода прикладного программного обеспечения, написанного на языке C#. Данный инструмент выполняет широкий спектр проверок кода, таких, как, поиск опечаток, а также неправильное использование синтаксических конструкций языка (обработка исключений, асинхронное программирование и др.).

Главное требование для данного инструмента статического анализа исходного кода, которое возникло при его разработке, – способность данного программного инструмента интегрироваться в среду разработки Microsoft Visual Studio. Данный инструмент способен подключаться как вспомогательный сторонний модуль к Microsoft Visual Studio с помощью расширения Nuget. Nuget позволяет с легкостью устанавливать, обновлять и удалять библиотеки, компоненты, инструменты [4].

Разработанный автором инструмент для статического анализа исходного кода показывает предупреждения, а также возможные варианты для исправления найденных в исходном коде типовых ошибок, возникающих в процессе разработки прикладного программного обеспечения на языке C#. Пример работы инструмента для разработчиков представлен на рисунке 2.

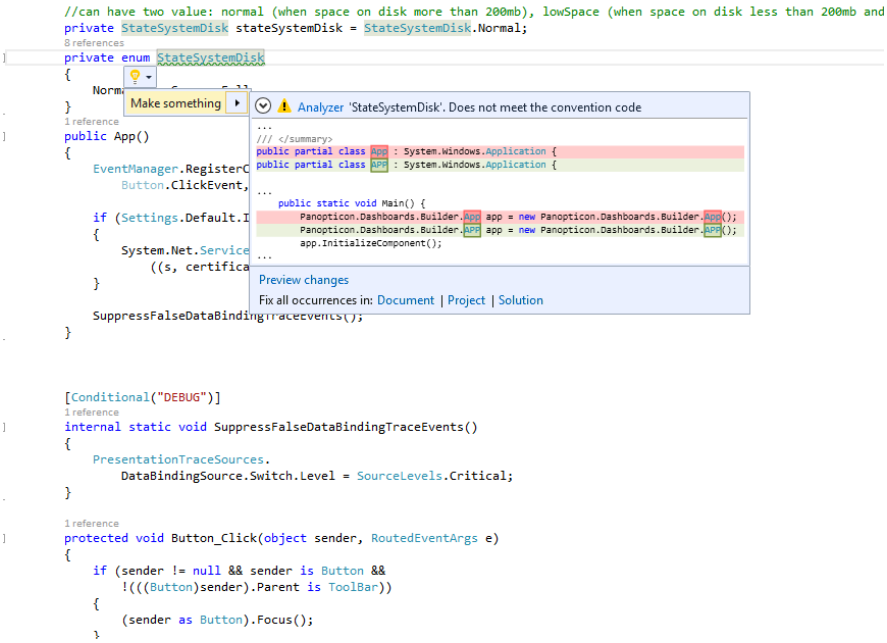


Рисунок 2 – Работа инструмента для разработчиков

Источник: собственная разработка автора

Список литературы

1. Соломатин, Д. И. Основы синтаксического разбора, построение синтаксических анализаторов: учеб.-метод. пособие для вузов / Д. И. Соломатин. – Воронеж, 2014. – 57 с.
2. Регулярное использование статического анализа кода в командной разработке [Электронный ресурс] / Хабрахабр. – 2017. – Режим доступа: https://habrahabr.ru/company/intel/blog/103776. – Дата доступа: 02.03.2017.
3. Начало работы с .NET Framework – MSDN – Microsoft [Электронный ресурс] / Microsoft. – 2017. – Режим доступа: https://msdn.microsoft.com/ru-ru/library/hh425099(v=vs.110).aspx. – Дата доступа: 02.03.2017.
4. Введение в Roslyn. Использование для разработки инструментов статического анализа [Электронный ресурс] / Хабрахабр. – 2017. – Режим доступа: https://habrahabr.ru/company/pvs-studio/blog/301204. – Дата доступа: 02.03.2017.

The process of parsing the source code is described, a tool is developed that can perform static analysis and display warnings that will help programmers find and fix errors when developing application software in C #.

Товкач Андрей Викторович, студент 5 курса специальности «Информационные системы и технологии (в экономике)» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: andrejtovkach@yandex.ru.

Научный руководитель – ***Степин Юрий Генрихович,*** старший преподаватель кафедры математического и информационного обеспечения экономических систем факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 004.67

М.К. Царик

РАЗРАБОТКА МОДУЛЯ ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ И ОБРАБОТКИ КУРСОВ ВАЛЮТ В РАМКАХ ИНФОРМАЦИОННОГО САЙТА

Статья посвящена описанию модуля для оперативного получения и обработки курсов валют. Модуль реализован на языке программирования C# с использованием технологии ASP.NET в визуальной среде разработки MS Visual Studio 2015 и включает в себя интерфейс-шлюзы взаимодействия с электронными каталогами. Модуль обеспечивает удобный интерфейс для работы с курсами валют и может взаимодействовать с различными веб-приложениями.

Современные тенденции развития общества связаны с ростом использования информационных технологий в различных сферах деятельности. Не секрет, что узнать или получить курсы валют на сегодняшний день не составляет большого труда, однако остаются такие проблемы, как оперативное получение, хранение, обработка и эффективное использование соответствующих данных.

В статье описывается модуль, который можно использовать на любом сайте, где речь идет о стоимости чего-либо, например, в интернет-магазине. Пользователь может получать стоимость интересующего его товара, оперативно переходя из одной валюты в другую. Также предусмотрен удобный механизм просмотра динамики курсов валют.

В настоящее время существует достаточно много способов получения различных курсов валют. Например, автоматическая загрузка курсов валют с сайта Национального банка Республики Беларусь для 1С: 7.7 [1] (рис.1).

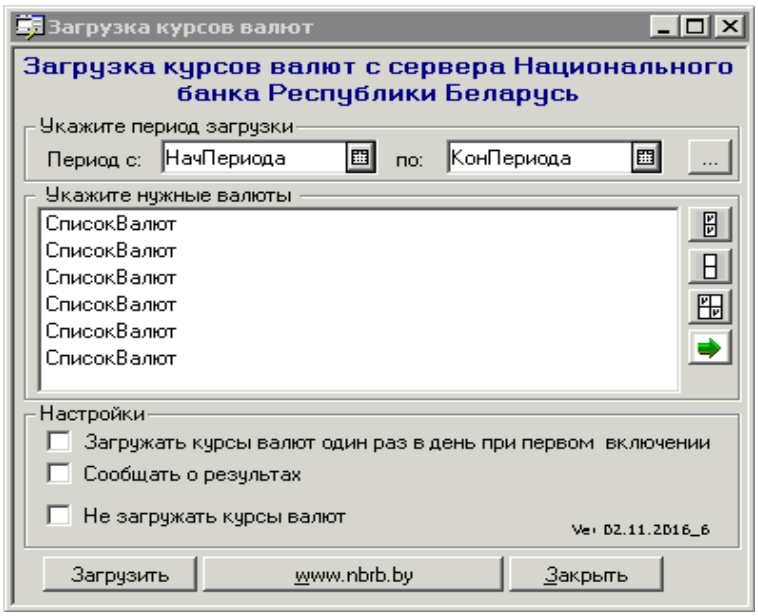


Рисунок 1 – Загрузка курсов валют с сервера Национального банка Республики Беларусь

Необходимые требования для работы модуля:

- наличие подключения компьютера к Интернету;
- наличие библиотеки v7plus.dll;
- в конфигурации 1С должен существовать справочник Валюты с периодическим реквизитом «Курс»;
- на форме должны быть реквизиты типа «Дата»: НачПериода и КонПериода, а также список с именем СписокВалют и формулой ОткрытьСправочник().

При помощи флажков на форме обработки можно настроить автоматическую загрузку курсов валют при ежедневном запуске 1С. Признак автоматической загрузки настраивается в персональных настройках каждого пользователя. Чтобы ежедневно автоматически загружались курсы, нужно в запланированных заданиях настроить автоматическую загрузку курсов валют при запуске программы.

Список валют загружается из справочника 1С Валюты. При ручной загрузке курсов валют предусмотрена возможность отметить флажками те валюты, курсы которых нужно загрузить в рамках текущей сессии. При нажатии кнопки «Загрузить» выполняется загрузка периодического реквизита «Курс» справочника «Валюты» каждой отмеченной валюты в списке на каждую дату из интервала НачПериода-КонПериода.

Чтобы выводилась информация о загрузке курсов валют на каждую дату, нужно перед загрузкой курсов валют включить флажок «Сообщать о результатах». Чтобы отменить автоматическую загрузку курсов валют от имени текущего пользователя, нужно запустить обработку «Курсы» и включить флажок «Не загружать курсы валют».

К основным подсистемам разработанного модуля относятся: 1) клиентское приложение; 2) сервер приложений; 3) сервер баз данных (БД).

Клиентское приложение служит для обеспечения взаимодействия пользователя с сервером приложений и не имеет прямого доступа к базе данных, что обеспечивает более высокий уровень безопасности. В качестве клиентского приложения могут выступать программы-браузеры, с помощью которых можно осуществлять доступ к веб-сайтам, например, Internet Explorer, Opera, Mozilla, Google Chrome.

Сервер приложений относится к разряду центральных подсистем, которая ориентирована на выполнение основной части бизнес-логики системы и обеспечивает в рамках выделенных пользователю прав работу с данными объединенного каталога.

Наличие сервера приложений позволяет масштабировать и конфигурировать систему. Сам сервер приложений разработан на языке программирования C# с использованием технологии ASP.NET в визуальной среде разработки веб-приложений MS Visual Studio 2015 и включает в себя следующие приложения: интернет-сайт системы, интерфейс-шлюзы взаимодействия с электронными каталогами.

Сервер баз данных – третья основная подсистема, которая обеспечивает хранение данных, а также выполнение некоторой части бизнес-логики в виде хранимых процедур и триггеров. База данных создана на основе использования СУБД MS SQL Server 2016, рис. 2[2].

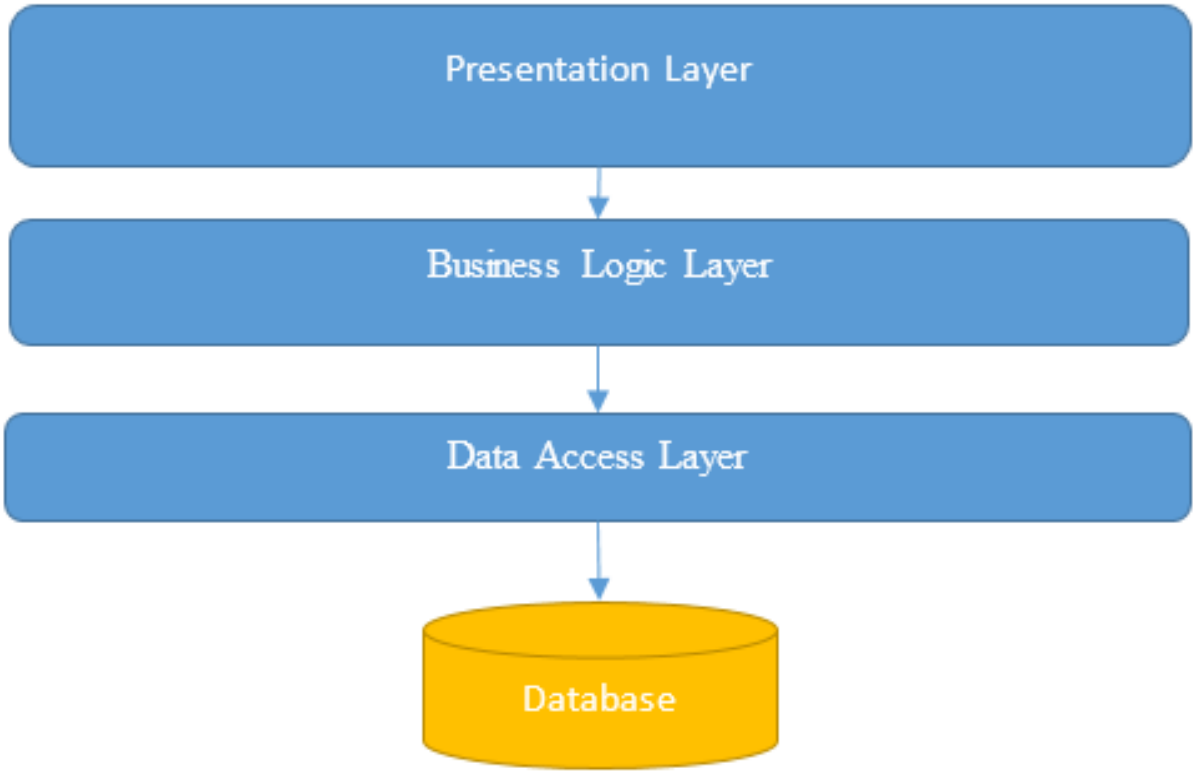


Рисунок 2 – Трехуровневая архитектура приложения

База данных состоит из таблиц, которые предназначены для хранения как самих данных о курсах валют за каждый день, так и данных о всех пользователях.

Любой пользователь информационного сайта имеет возможность увидеть официальный курс белорусского рубля по отношению к иностранным валютам, устанавливаемый Национальным банком Республики Беларусь ежедневно.

Для получения необходимых валютных пар делается запрос на официальный сайт Национального банка Республики Беларусь (http://www.nbrb.by/API/ExRates/Currencies[/{Cur_ID}]) [3], рис. 3. Запрос возвращает массив объектов класса Currency. Если указан Cur_ID, то возвращается один объект Currency. Эти данные обрабатываются и записываются в базу данных самого модуля. Однако существует необходимость выполнять такой запрос ежедневно, а потому было создано отдельное приложение, которое при помощи настройки операционной системы выполняется ежедневно в автоматическом режиме, т.е. без участия администратора.

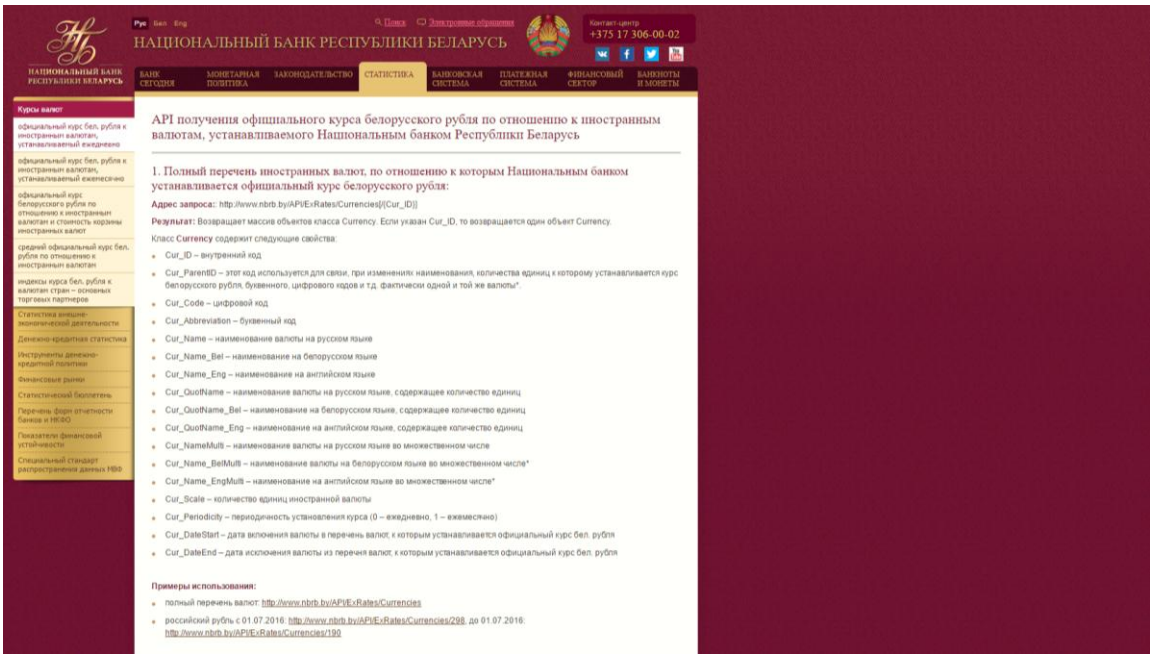


Рисунок 3 – Страница запроса Национального банка Республики Беларусь

Данные, полученные после запроса, обрабатываются, и любой пользователь информационного сайта, прошедший авторизацию, может видеть официальный курс белорусского рубля на данный момент, за определенный период или график изменения определенный валютных пар за какой-либо период.

Если по каким-то причинам в БД отсутствует курс валют за определенную дату, делается запрос на официальный сайт Национального банка Республики Беларусь на конкретную дату (http://www.nbrb.by/API/ExRates/Rates[/{Cur_ID}]).

Существует возможность делать запрос для получения динамики официального курса белорусского рубля по отношению к заданной иностранной валюте (не более чем за 365 дней). Адрес запроса: http://www.nbrb.by/API/ExRates/Rates/Dynamics/{Cur_ID}.

Внедрение модуля для получения и обработки курсов валют позволило: предоставить всем категориям пользователей эффективный и удобный способ просмотра курсов валют как за сегодняшний день, так и за любой период времени; производить необходимый анализ изменения курсов валют; производить быструю конвертацию валюты.

Разработанный модуль можно подключать практически к любому веб-сайту, благодаря разделению приложения на несколько уровней, не зависимых друг от друга: хранение данных, бизнес-логику приложения и уровень представления.

Список литературы

1. Infostart journal [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://infostart.ru/public/559106/. – Дата доступа: 20.03.2017.

2. Code project. For those who code [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.codeproject.com/Articles/853950/Data-transformation-Cornerstone-of-SOLID-architect. – Дата доступа: 20.03.2017.

3. Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.nbrb.by/APIHelp/ExRates. – Дата доступа: 20.03.2017.

The article is devoted to the description of the module for the rapid receipt and processing of exchange rates. The module is implemented in the C # programming language using ASP.NET technology in the visual development environment of MS Visual Studio 2015 and includes interface gateways for

interaction with electronic catalogs. The module provides a convenient interface for working with currency rates and can interact with various web applications.

Царик Максим Константинович, студент 5 курса специальности «Информационные системы и технологии (в экономике)» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: tsarykmk@gmail.com.

Научный руководитель – ***Марковская Наталья Вацлавовна,*** кандидат физико-математических наук, доцент, доцент кафедры математического и информационного обеспечения экономических систем факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 378.4(476.6)

Е.А. Шпиталь, А.А. Ланевская

МОДЕЛИРОВАНИЕ ДИНАМИКИ РАЙОНОВ ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ ПО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА ОСНОВЕ ПАНЕЛЬНЫХ ДАННЫХ

В работе проведен анализ динамики районов Гродненской области по их конкурентоспособности на основе панельных данных за 2011–2015 годы. Построена система показателей, отражающая конкурентоспособность изучаемых регионов. Анализ динамики районов Гродненской области по конкурентоспособности проведен путем построения рейтинга. Методика построения рейтинга основана на методах прикладной статистики и не содержит экспертных оценок. В результате выделены показатели, оказавшие наибольшее влияние на рейтинг. Сформулированы предложения по повышению конкурентоспособности районов Гродненской области.

Актуальность повышения конкурентоспособности регионов Республики Беларусь подтверждается Программой деятельности Правительства Республики Беларусь на 2016–2020 годы. Согласно программе, главная цель развития страны на 2016 – 2020 годы – повышение качества жизни населения на основе роста конкурентоспособности экономики, активизации рыночных институтов и инновационного развития.

Система показателей для оценки конкурентоспособности районов Гродненской области представлена в [1]. Она состоит из 5 блоков. Сопоставимость данных за 5 лет осуществлена путем приведения к минимальному потребительскому бюджету на конец года.

1. ***Качество населения***. Коэффициент естественного прироста (естественный прирост на 1000 человек населения), коэффициент демографической нагрузки, доля работников с высшим образованием в организациях (%), коэффициент миграционного прироста (численность миграционного прироста в расчете на 1000 человек населения), число браков (на 1000 человек населения), число разводов (на 1000 человек населения).

2. ***Уровень жизни населения***. Обеспеченность населения жильем (на конец года; кв. м. общей площади на 1 жителя), соотношение розничного товарооборота торговли к бюджету прожиточного минимума (на единицу объема розничного товарооборота торговли приходится БПМ), изменение реальной заработной платы работников (в % к 2010 году), уровень преступности (на 1000 человек населения), доля населения, занятого в экономике.

3. ***Качество социальной сферы***. Уровень зарегистрированной безработицы (на конец года; в % к численности экономически активного населения, численность практикующих врачей (на конец года; в расчете на 10 000 населения).

4. ***Качество экологической ниши***. Выбросы в атмосферный воздух загрязняющих веществ, отходящих от стационарных источников (в расчете на 1000 населения, тонн), использование свежей воды (в расчете на 1000 населения, тыс. куб. м.), улавливание загрязняющих веществ (к общему количеству загрязнения от стационарных источников).

5. ***Инвестиционная привлекательность.*** Удельный вес отгруженной инновационной продукции (в общем объеме отгруженной продукции промышленности, %), соотношение инвестиций в основной капитал на одного занятого в экономике к бюджету прожиточного минимума (на единицу объема инвестиций в основной капитал приходится БПМ), соотношение валового регионального продукта к бюджету прожиточного минимума (на единицу валового регионального продукта приходится БПМ), удельный вес убыточных предприятий (от общего количества предприятий, %), рентабельность продаж (%), соотношение объема продукции промышленности к бюджету прожиточного минимума (на единицу объема продукции промышленности приходится БПМ).

В исследовании использованы статистические данные, опубликованные в официальных статистических сборниках Республики Беларусь [2–4]. Методика построения рейтинга основана на методах прикладной статистики [5]. В результате применения метода главных компонент факторного анализа 22 изучаемых показателя были преобразованы в четыре главных фактора, которые сохраняют более 55 % общей дисперсии исходных показателей.

В таблице 1 приведены значения факторных нагрузок для показателей конкурентоспособности районов Гродненской области, связанных с первыми главными факторами. Они представляют собой коэффициент корреляции между исходными показателями и построенными главными факторами. В последней строке таблицы приведен процент сохраняемой дисперсии каждым главным фактором. Первый главный фактор сохраняет основной процент суммарной дисперсии исходных показателей, и, значит, показатели, с ним связанные, имеют наибольшее влияние на рейтинг.

Таблица 1 – Факторные нагрузки первых главных факторов

Показатели	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3	Фактор 4
Коэффициент демографической нагрузки	**0,902**	0,070	0,007	0,201
Коэффициент естественного прироста	**0,866**	0,098	0,240	-0,136
Обеспеченность населения жильем	**-0,853**	-0,064	0,123	-0,083
Розничный товарооборот	**0,791**	0,011	0,275	0,096
Число разводов	**-0,713**	0,052	0,288	-0,152
Число браков	**0,694**	-0,322	0,047	-0,060
Улавливание загрязняющих веществ	**0,666**	0,153	-0,288	-0,012
Коэффициент миграционного прироста	**0,634**	0,020	0,456	-0,094
Удельный вес отгруж. инновац. продукции	**0,620**	-0,214	-0,319	-0,157
Выбросы загрязн. веществ	**-0,579**	-0,292	0,044	0,258
Доля работников с высшим образованием	**0,575**	0,452	0,156	-0,106
Доля населения, занятого в экономике	**0,575**	0,452	0,156	-0,106
ВРП на душу населения	**0,580**	-0,053	0,291	0,135
Объем продукции промышленности	0,483	**0,705**	-0,065	0,017
Уровень преступности	-0,215	-0,514	0,246	0,071
Уровень зарегистр. безработицы	-0,140	-0,140	0,299	**0,647**
Обеспеченность населения врачами	0,129	**0,869**	-0,050	0,101
Инвестиции в основной капитал	0,121	-0,109	**0,689**	0,247
Удельный вес убыточных предприятий	-0,101	**-0,554**	-0,109	-0,173
Использование свежей воды	0,073	**0,573**	0,036	0,033
Рентабельность продаж	0,059	0,221	-0,213	**0,830**
Изм. реальной зараб. платы работников	-0,092	-0,020	**0,810**	-0,317
Процент сохраняемой дисперсии	27,56	11,18	8,84	7,54

В группу наиболее информативных показателей вошли 12 показателей из 22, которые оказались связанными с первым главным фактором.

Наиболее значимыми оказались показатели качества населения: коэффициент демографической нагрузки, коэффициент естественного прироста, число разводов, число браков, коэффициент миграционного прироста, доля населения с высшим образованием, доля населения, занятого в экономике.

В группу основных показателей вошли почти все показатели качества населения. Важным направлением роста конкурентоспособности является улучшение качества населения. Качество населения непосредственно влияет на инвестиционную привлекательность, в частности, доля работников с высшим образованием. Для создания инноваций необходимо высокообразованное население, способное к обучению на протяжении всей жизни.

Из блока «Инвестиционная привлекательность» выделены следующие показатели: удельный вес отгруженной инновационной продукции, ВРП на душу населения, объем продукции промышленности. Остальные показатели связаны с другими главными факторами: инвестиции в основной капитал на одного занятого в экономике, рентабельность продаж, удельный вес убыточных предприятий.

Существенное влияние на рейтинг оказывают показатели благосостояния населения. Это обеспеченность населения жильем, розничный товарооборот.

Отметим, что показатели качества экологической ниши, такие как улавливание загрязняющих веществ, выбросы в атмосферный воздух загрязняющих веществ, отходящих от стационарных источников, связаны с первым главным фактором.

Далее был вычислен интегральный показатель конкурентоспособности для каждого района Гродненской области за 2011–2015 годы. Интегральный показатель рассчитан на основании значений четырех главных факторов, а в качестве веса взята часть сохраняемой ими дисперсии:

$$R_{ij} = 27{,}56 \cdot F_{1ij} + 11{,}18 \cdot F_{2ij} + 8{,}84 \cdot F_{3ij} + 7{,}54 \cdot F_{4ij}, \quad (1)$$

где R_{ij} – интегральный индикатор конкурентоспособности i-того района Гродненской области в j-том году, $F_{1ij}, F_{2ij}, F_{3ij}, F_{4ij}$ – значения первых главных факторов i-того района Гродненской области в j-том году, $i = \overline{1{,}17}$, $j = \overline{1{,}5}$.

Значения интегрального показателя для каждого района приведены в таблице 2. Районы отсортированы по убыванию интегрального показателя.

На основании значений интегрального показателя была проведена классификация районов. Для построения кластеров применен метод k-средних кластерного анализа. Число кластеров выбрано максимально большим, при котором есть достоверное различие средних значений интегрального показателя в кластерах. Достоверность полученных различий проверена с помощью параметрических и непараметрических критериев однородности.

Отметим, что по построению главные факторы центрированы относительно нуля, в связи с этим рейтинг также имеет среднее значение, равное нулю. Отрицательное значение интегрального показателя говорит о том, что конкурентоспособность соответствующего района ниже среднего, а положительное значение – выше среднего.

Таблица 2 – Рейтинг и классификация районов Гродненской области

Район	Год	R	Кластер/ Среднее значение	Район	Год	R	Кластер/ Среднее значение
Гродненский	2012	65,407		Ошмянский	2015	-2,268	
Лидский	2013	54,873		Новогрудский	2011	-2,799	
Лидский	2012	48,919		Мостовский	2013	-4,790	
Островецкий	2015	48,103		Новогрудский	2015	-5,449	
Гродненский	2013	47,026		Мостовский	2014	-6,158	
Волковысский	2013	46,924		Вороновский	2013	-9,537	
Гродненский	2014	46,905		Вороновский	2012	-10,773	**4/-9,10**
Лидский	2014	45,495		Дятловский	2012	-11,952	
Волковысский	2015	45,319	**1/45,98**	Мостовский	2012	-12,728	
Островецкий	2013	45,089		Дятловский	2013	-13,948	
Гродненский	2015	44,005		Вороновский	2014	-14,138	
Волковысский	2012	43,212		Кореличский	2012	-14,635	
Волковысский	2011	41,480		Вороновский	2011	-19,681	
Волковысский	2014	41,418		Щучинский	2012	-20,410	
Лидский	2011	40,733		Дятловский	2011	-20,6	
Сморгонский	2013	38,785		Щучинский	2013	-21,820	
Гродненский	2011	37,927		Кореличский	2013	-22,446	
Островецкий	2014	28,901		Вороновский	2015	-23,013	
Сморгонский	2014	28,756		Дятловский	2015	-24,155	
Сморгонский	2012	27,642		Дятловский	2014	-24,746	
Слонимский	2014	24,934		Зельвинский	2012	-25,021	**5/-26,84**
Слонимский	2012	24,147		Мостовский	2011	-29,544	
Слонимский	2013	24,058		Кореличский	2011	-30,023	
Островецкий	2012	23,591	**2/22,70**	Кореличский	2014	-30,862	
Слонимский	2011	23,265		Мостовский	2015	-31,463	
Берестовицкий	2012	21,032		Ивьевский	2012	-31,679	
Ошмянский	2012	20,110		Кореличский	2015	-32,323	
Лидский	2015	16,499		Зельвинский	2011	-34,115	
Сморгонский	2011	16,311		Зельвинский	2013	-34,298	
Ошмянский	2013	15,848		Свислочский	2012	-35,579	
Слонимский	2015	13,995		Щучинский	2011	-36,661	
Ошмянский	2014	12,579		Щучинский	2014	-36,718	
Берестовицкий	2013	12,405		Зельвинский	2014	-37,624	
Сморгонский	2015	10,950		Ивьевский	2013	-37,944	
Ошмянский	2011	10,581		Ивьевский	2011	-38,605	
Островецкий	2011	9,170		Щучинский	2015	-38,984	**6/-43,41**
Новогрудский	2013	7,135	**3/8,03**	Зельвинский	2015	-40,809	
Новогрудский	2014	6,621		Ивьевский	2014	-41,840	
Берестовицкий	2014	5,696		Ивьевский	2015	-45,796	
Берестовицкий	2015	4,429		Свислочский	2014	-49,575	
Берестовицкий	2011	1,978		Свислочский	2011	-51,004	
Новогрудский	2012	0,868		Свислочский	2013	-56,682	
				Свислочский	2015	-59,930	

Источник: собственная разработка по статистическим данным.

Анализ динамики по панельным данным дает емкую информацию как для сравнения районов между собой, так и для сравнения каждого района по годам.

Особенностью рассматриваемого периода является экономический спад. Так, интегральный показатель конкурентоспособности для Гродненского района вырос только

с 2011 года к 2012 году, а далее ежегодно происходил спад. В Лидском районе наблюдается рост в течение 2011–2013 годов, а далее также происходит спад. Надо отметить, что в 2015 году Лидский район оказался во втором кластере. Аналогичная ситуация наблюдается и для других районов.

Только в Островецком районе наибольшее значение интегрального показателя наблюдается в 2015 году. Это связано с инвестициями в строительство АЭС.

Лидерами по конкурентоспособности являются следующие районы: Гродненский (2011–2015), Лидский (2011–2014), Островецкий (2013, 2015), Волковысский (2011–2015), Сморгонский (2013). Все они вошли в первый кластер.

Во второй кластер вошли Островецкий, Сморгонский, Слонимский, Берестовицкий, Ошмянский районы за 2011–2014 годы, а также Лидский за 2015 год.

Слонимский, Сморгонский и Берестовицкий районы за 2015 год оказались в третьем кластере. Аутсайдерами являются Свислочский, Ивьевский, Зельвенский и Щучинский районы (6кластер).

Список литературы:

1. Ляликова, В. И. Оценка конкурентоспособности районов Гродненской области: методика, расчет и основные факторы / В. И. Ляликова, А. Е. Масколюс // Вестник ГрГУ им. Я. Купалы, Сер. 5, Экономика. 2013. – №2. – С. 76–83.

2. Регионы Республики Беларусь 2016: стат. сб.: в 2 т. / Национальный статистический комитет Республики Беларусь; редкол.: И. В. Медведева [и др.]. – Минск : РУП «ИВЦ БСК», 2016. – Т 2. – 582 с.

3. Статистический ежегодник Гродненской области 2016: стат. сб. / Главное статистическое управление Гродненской области; редкол.: С. Л. Щирая [и др.]. – Гродно: РУП «ВЦ ГСУ», 2016. – 465 с.

4. Труд и занятость в Республике Беларусь: стат. сб. / Национальный статистический комитет Республики Беларусь; редкол.: И.В.Медведева [и др.]. – Минск : РУП «ИВЦ БСК», 2016. – 291 с.

5. Ляликова, В. И. Методологические аспекты ранжирования экономических объектов с помощью методов прикладной статистики / В. И. Ляликова // Вестник ГрГУ им. Я. Купалы, Сер. 5, Экономика. –2010. – №2. – С. 29–35.

The work analyzes the dynamics of the Grodno region's regions on competitiveness based on panel data for 2011-2015. A system of indicators is constructed that reflects the competitiveness of the regions studied. The analysis of the dynamics of the Grodno region's regions on competitiveness was carried out by building a rating. The method of rating construction is based on applied statistics methods and does not contain expert estimates. As a result, the indicators that had the greatest impact on the rating were identified. Proposals have been formulated to increase the competitiveness of the Grodno region.

Шпиталь Екатерина Александровна, магистрант 1 курса специальности «Прикладной компьютерный анализ данных» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. Email: katjaspital@mail.ru.

Ланевская Анна Александровна, магистрант 1 курса специальности «Прикладной компьютерный анализ данных» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. Email:anna.lanevskaya@gmail.com.

Научный руководитель – ***Ляликова Валентина Ивановна,*** кандидат физико-математических наук, доцент, доцент кафедры математического и информационного обеспечения экономических систем факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

УДК 657.1.011.56

Н.А. Якимович

АНАЛИЗ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ПОЛУЧЕННЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ В СИСТЕМЕ «1С:ПРЕДПРИЯТИЕ»

Описан автоматизированный способ дистанционного управления денежными средствами для предоставления информации о состоянии счета и всех проведенных операций за любой период. Приведены примеры стандартных отчетов в системе «1С:Предприятие», их краткое описание. Представлен пример работы программного модуля для визуализации анализа счета 51 «Банк».

Любое предприятие сталкивается с необходимостью подведения итогов. Каждому бухгалтеру приходится подсчитывать прибыль и убытки, работнику склада и товароведу анализировать наличие товара на складе, продавцу получать товарный отчет за день. Менеджер анализирует продажи, планирует складские запасы. Руководителю также необходимо видеть результаты деятельности своего предприятия. Процесс подведения итогов в программе предельно упрощен и не вызывает трудностей. Итоговая информация собрана в многочисленных отчетах.

«1С:Предприятие» как программа поддержки принятия решений имеет множество разнообразных отчетов. В конфигурации реализована система универсальных отчетов, представляющих собой средство для анализа практически всех сторон торговой деятельности и товарооборота предприятия. Однако, чтобы иметь данные, на основании которых можно формировать любую отчетность, необходимо их внести в 1С. Так, если приходные/расходные накладные можно внести самостоятельно или загрузить из excel-файлов, то все ежедневные платежи, переводы, расходы денежных средств по расчетным банковским счетам вручную внести не просто. Последними тенденциями в обеспечении дистанционного управления денежными средствами есть применение систем «интернет-банк» и «клиент-банк», которые используют коммуникационные связи для предоставления информации о состоянии счета и разрешения на выполнение трансакции.

Успех реализации функции дистанционного доступа к информации о банковских счетах в универсальном программном обеспечении демонстрирует «1С:Предприятие 8» [1, с. 1]. Программа от «1С:Предприятие» дает возможность получать выписки из банка, отправлять платежные ордера, платежные поручения, требования, списки на заработную плату и другие виды документов в электронном виде и выполнять последующие действия над учетной информацией о безналичных операциях без использования дополнительных программных продуктов.

Следовательно, через интеграцию системы «клиент-банк» в бухгалтерское программное обеспечение решается проблема признания программы собственностью предприятия, а также полностью ликвидируется информационная несовместимость в организации управления предприятием, поскольку учет и контроль безналичных операций происходит в комплексе с автоматизацией других направлений учетной работы. Ранее для получения выписки из банка со своего расчетного счета обо всех произведенных операциях с денежными средствами бухгалтеру предприятия необходимо было преодолевать путь со своего рабочего места в банк и обратно, что занимало нередко большую часть рабочего времени. Сейчас же благодаря интеграции бухгалтерских информационных систем, а именно 1С и клиент-банка, получение выписок по расчетным счетам происходит в один клик, не выходя из офиса.

В результате загрузки в бухгалтерскую систему получаем документы (выписки банка), которые содержат информацию по дням о всех операциях, которые были совершены по расчетному счету: суммы приходов и расходов, а также с какими клиентами совершались операции, содержание проведенных операций и др.

Существуют следующие стандартные отчеты: оборотно-сальдовая ведомость; шахматная ведомость; оборотно-сальдовая ведомость по счету; анализ счета; карточка счета; анализ субконто; отчет по проводкам; главная книга и др.

В конце каждого месяца по совершенным в текущем месяце банковским операциям принято составлять обобщающие регистры синтетического и аналитического учета. В «1С:Бухгалтерии 8» такие регистры составляются с помощью стандартных отчетов.: «Карточка счета 51 по дням», «ОСВ по счету 51», «Анализ счета 51» [1, с. 5].

С помощью отчета «Карточка счета» можно сформировать регистр, который будет содержать информацию о движении по банковскому счету «на уровне проводок», а также оборотах по дебету и кредиту за каждый день и месяц в целом.

Отчет «**Оборотно-сальдовая ведомость»** формируется в виде таблицы, по каждой строке которой выведена информация, относящаяся к определенному счету или субсчету. Счета упорядочены в порядке возрастания номеров. Для каждого счета учета в таблице показаны суммы остатков на начало и на конец периода (дебетового и кредитового) и суммы оборотов по дебету и кредиту за установленный в настройках период. С помощью панели настройки отчета можно установить или отменить вывод субсчетов, субконто, развернутого сальдо, а также с помощью панели настроек (эта панель есть в каждом отчете) можно указывать необходимый период, за который формируется отчет: это может быть год, квартал, месяц, конкретный день либо произвольный период.

Отчет «**Оборотно-сальдовая ведомость по счету»** показывает начальные и конечные остатки, а также обороты за период для выбранного счета. Можно получить остатки и обороты раздельно по объектам аналитического учета (субконто), по организациям и подразделениям. Можно сформировать отчет с детализацией по субсчетам.

Отчет «**Карточка счета»** представляет собой отчет с детализацией до учетной записи, т.е. до проводки. Сформированный отчет представляет собой упорядоченную по датам выборку информации о проводках, которые относятся к выбранному периоду времени и в которых был использован выбранный счет. Отчет выводится в виде таблицы, каждая строка которой соответствует одной проводке. В таблице выводится итоговая информация: начальный остаток по выбранному счету, а также конечный остаток и итоговые обороты. Настройки отчета позволяют задать вывод промежуточных итогов в разрезе выбранной периодичности: по дням, неделям и т. д. Можно задать отбор проводок по значению субконто.

Отчет «**Анализ субконто»** показывает начальное и конечное сальдо, а также обороты за период по счетам, имеющим выбранный вид субконто. Для каждого значения субконто предусматривается детализация по счетам.

В «**Отчет по проводкам»** выводятся сведения из проводок, отобранных по заданным критериям: счет дебета, счета кредита, валюта, документ, фрагмент текста, который должен быть в содержании операции или наименовании субконто.

Отчет «**Шахматная ведомость»** содержит табличное представление оборотов между счетами за выбранный период времени. Строки таблицы соответствуют дебетуемым счетам, столбцы – кредитуемым счетам.

Отчет «**Главная книга»** показывает для каждого счета начальное и конечное сальдо и его обороты с другими счетами за выбранный период времени.

Остановимся более подробно на отчете «**Анализ счета»**, который отражает обороты между выбранным счетом и всеми остальными счетами (субсчетами) за определенный период, а также остатки по выбранному счету на начало и на конец периода. На рисунке 1 представлена часть стандартного отчета «Анализ счета» по 51 счету с произвольными данными за выбранный период – июнь 2016 года.

Анализ счета 51
(Расчетные счета)
За период: Июнь 2016 г.

Счет	С кредита счетов	В дебет счетов
44		3 459 784
55	794 900 000	928 600 000
57	**935 700 000**	**1 931 417 557**
57.1	935 700 000	936 223 377
57.2		995 194 180
60		199 261 704
62	1 382 071 296	
66	**343 692 180**	**344 339 695**

Рисунок 1 – Стандартный отчет «Анализ счета 51(Банк)»

Источник: собственная разработка

Полученные результаты в ходе формирования отчетов понятны бухгалтерам, но простому обывателю или руководителю хотелось бы видеть эти же результаты, но в более простой визуализированной форме. Решим эту проблему на примере вышеописанного отчета.

В системе «1С:Предприятие» написан программный модуль по визуализации результатов отчета «Анализ счета». У пользователя есть возможность проанализировать гистограмму, которая отображает обороты между выбранным счетом и его корреспондентами за выбранный период. Также пользователь может увидеть динамику движения денежных средств в корреспонденции с каким-либо счетом. На рисунке 2 приведен тестовый пример работы программного модуля для анализа 51 счета «Банк» с его корреспондирующими счетами [2].

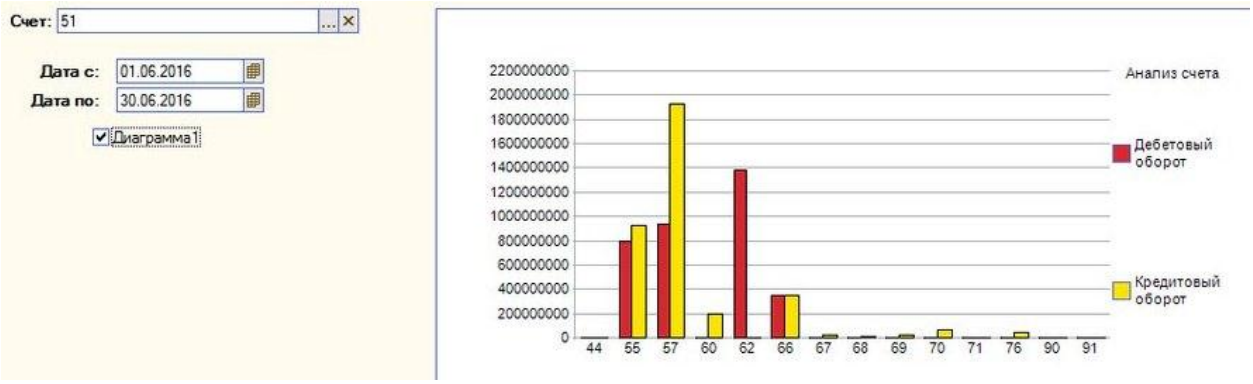


Рисунок 2 – Пример визуализации анализа 51 счета «Банк»

Источник: собственная разработка

На приведенном примере задан период – месяц июнь, который является последним перед деноминацией, следовательно, все операции проводились еще с денежными единицами образца 2000 года.

Также нетрудно проанализировать полученные результаты: наибольшее количество платежей было проведено в корреспонденции с 57 счетом, который называется «Денежные средства в пути», что говорит о большом количестве совершенных денежных переводов или покупке иностранной валюты. К тому же нельзя не заметить, что немалую

часть дебетовых оборотов составляет 62 счет «Расчеты с покупателями и заказчиками», откуда следует, что в этом месяце покупатели внесли оплату за приобретенные у нашей организации товары.

Аналогичную гистограмму можно получить для любого бухгалтерского счета за любой период. В дальнейшем планируется адаптировать модуль для руководителей, где вместо бухгалтерских терминов будут более просто описаны полученные результаты, а также будут добавлены динамические графики движения денежных средств [3, с. 456].

Если есть некоторые показатели сейчас, руководителю всегда интересно знать, а что будет дальше. В условиях риска и неопределенности важную роль играют прогнозы. Для принятия обоснованных управленческих решений необходимо, например, прогнозировать объем реализации, себестоимость продукции, как в целом, так и по важнейшим статьям, величину денежных средств и т. д.

Аналитические отчеты позволяют прогнозировать выбранные показатели на основании уже существующих данных (например, годового товарооборота магазина за ряд лет) и представлять этот прогноз в виде графиков или диаграмм.

Таким образом, платформа «1С:Предприятие 8», основным назначением которой является ведение бухгалтерского и налогового учета, позволяет также получать управленческую информацию, необходимую руководителям организаций для принятия решений.

Итак, руководитель компании при использовании аналитических отчетов получает следующие преимущества: руководитель получает данные для проведения финансового анализа в удобной и наглядной форме, не привлекая для этого дополнительные ресурсы; при помощи данных отчетов можно произвести анализ наиболее значимых показателей в динамике; для принятия управленческих решений используются данные бухгалтерского учета, который ведется на каждом предприятии.

Список литературы

1. Якимович, Н. А. Автоматизация учета и анализа потока банковских платежей в системе «1С:Предприятие» / Н. А. Якимович // Интересы и ценности современного общества»:сб. статей IV Международная научно-практическая конференция «. – Мурманск, 2017.

2. Список отчетов [Электронный ресурс] Системы 1С:Предприятие ERP-класса. – Режим доступа:http://erp.nn.ru/product/1c_drugie_produkty_8/1cbuhgalterija_8_prof/descr_1cbuhgalterija_8_prof/verification_credential/list_report.php. – Дата доступа: 14.03.2017.

3. Радченко, М. Г. 1С:Предприятие 8.2. Практическое пособие разработчика. Примеры и типовые приемы / М. Г. Радченко, Е. Ю. Хрусталева. – М.: ООО «1С-Паблишинг», 2009. – 872с: ил.

An automated method of remote cash management is provided to provide information about the state of the account and all transactions performed for any period.Examples of standard reports in the «1C: Enterprise» system are given, their brief description. An example of the program module for visualizing the analysis of account 51 «Bank» is given.

Якимович Наталья Анатольевна, магистрант 1 курса специальности «Прикладной компьютерный анализ данных» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: ya.natalya04@gmail.com.

Научный руководитель – ***Цехан Ольга Борисовна,*** кандидат физико-математических наук, доцент, заведующий кафедрой математического и информационного обеспечения экономических систем факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

ОГЛАВЛЕНИЕ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС И МАРКЕТИНГ 3

Andrzejewska M. Analiza współpracy gospodarczej Polski z pozaunijnymi krajami Europy Wschodniej, w tym z Rosją 3

Matel A. Ocena poziomu zaspokojenia potrzeb mieszkaniowych mieszkańców białegostoku w latach 2006–2015 15

Аннамурадов Г. С. Особенности развития туризма в Республике Туркменистан в начале XXI века 21

Бовшевич А. А. Химическая отрасль мировой экономики и тенденции ее развития 26

Буй М. А. Исследование европейского опыта коммерциализации лесного хозяйства 31

Ван Байцзюнь Перспективы развития китайской экономики 35

Верес Ю. М. Специфика организации зарубежной сбытовой сети белорусскими предприятиями 38

Гнедкова Е. И. Специфика рекламной деятельности на международном рынке промышленного предприятия (на примере ПТООО «Тайфун») 42

Дильдабеков Е. Д. Инновационное развитие промышленности в Казахстане 47

Дубровская А. В. Размещение рекламы в университете 51

Жуковский А. С., Рышкевич В. С. Тенденции развития коммерческой деятельности в розничной торговле 55

Зенкевич В. В. Республика Беларусь и ВТО: потери и выгоды 59

Ильясов Б. Р. Становление социальной политики в Казахстане: анализ и перспективы 64

Карповец И. С. Организация внешнеэкономической деятельности и направления повышения ее эффективности (на примере деятельности ПТООО «Тайфун») 68

Климович Д. О. Современные инструменты маркетинговой деятельности, интернет-маркетинг 72

Козак Т. В. Роль Белорусской торгово-промышленной палаты в ВЭД Республики Беларусь 76

Курлович Н. А. Тенденции и прогноз развития мирового молочного рынка 80

Лойко В. Ю. Развитие экспортного потенциала машиностроительной отрасли 84

Майер Е. И. Тенденции и пути повышения роли СЭЗ «Гродноинвест» в экономике Гродненского региона 88

Машнюк Е. В. Мировой опыт привлечения прямых зарубежных инвестиций и возможности его использования в Республике Беларусь 92

Милинкевич Ю. Д. Специфика организации внешнеэкономической дятельности белорусских предприятий и направления ее совершенствования на примере СООО «Зов-ЛенЕвромебель» 96

Ораев Д. О. Особенности экспортного потенциала Республики Туркменистан 100

Павловец Д. И. Оценка состояния инновационного развития Гродненской области 105

Пташинская В. И. Современные направления развития молочной отрасли Гродненской области 109

Сидляревич Е. А. Маркетинговая стратегия предприятия 114

Суптеленко Т. Д. Свободные экономические зоны: опыт Китая и России 118
Товстюк В. Ю. Динамика развития китайско-японских экономических отношений в 2000-х гг. 122
Турлюк Е. В. Внутримагазинная реклама и пути ее совершенствования 127
Wei Fuqiang Recommendations on the acceleration of the development of e-commerce in the Republic of Belarus 130
Чертко Д. С. Инструменты интернет-маркетинга в продвижении компании 133
Шпак Л. Л. Анализ факторов и условий, определяющих привлечение прямых иностранных инвестиций в экономику Республики Беларусь 136

ФИНАНСЫ И БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ 142
Акстилович Ю. О. Анализ эффективности использования производственных запасов на примере ЧТУП «Аромавкус» 142
Атрощенко А. К., Семенькова Т. М., Шапутько А. М. Методические подходы к определению и классификации вознаграждений работникам 145
Балейко Ю. Ф., Гапон М. А. Факторный анализ фонда заработной платы 148
Батырова Дж. И. Анализ подходов к определению сущности категории «денежные потоки» предприятия 152
Борель Ю. В. Процесс кредитования юридических лиц и кредитная политика банка 156
Бышкало Е. С. Организация учета и аудита кассовых операций в иностранной валюте 160
Гетман А. О. Анализ состояния и тенденций развития банковского сектора Республики Беларусь 165
Горда А. Э. Основные производственные фонды и пути повышения эффективности их использования в Республике Беларусь 169
Ермилова К. Л., Романчук Н. С. Оценка кредитного риска и способы его минимизации в коммерческом банке 174
Жук Е. С. Особенности развития личного страхования в Республике Беларусь 178
Ильюк В. И. Оценка и автоматизация учета творческих работников 183
Капцевич Д. О. Особенности функционирования банковского сектора на рынке ценных бумаг Республики Беларусь 186
Клим Е. В. Эволюция хозяйственного учета 191
Козлов В. Ю. Учет труда и заработной платы на примере ОАО «Белкард» 193
Кулеш Ю. А. Подходы к определению сущности кредитного скоринга как метода оценки кредитополучателей 196
Курута А. В. Проблемы и перспективы развития СНГ на современном этапе 201
Лапко К. В. Роль собственных оборотных средств в управлении финансовой устойчивостью предприятия (на примере ОАО «Лидская мебельная фабрика») 205
Лех А. А. Опыт использования лизинга в зарубежных странах 209
Липская М. А., Липский В. Г. Сущностное содержание понятия «себестоимость продукции» в современных экономических условиях хозяйствования 213
Милоста В. И. Кредитование юридических лиц коммерческими банками Республики

Беларусь в современных условиях 215
Михалевич О. И. Минеральные ресурсы как объекты договоров концессии.....220
Мицко В. Г. Инвестиционно-сберегательные предпочтения физических лиц Республики Беларусь 224
Паньков П. И. Анализ опыта МСФО по учету деривативов.....229
Ро́девич О. Ф. Венчурное финансирование инновационной деятельности в Республике Беларусь 233
Русак А. И. Роль налогового планирования в развитии предприятия 238
Слезник Ю. А. Учет основных средств на примере УЗ «Гродненская областная клиническая больница» 242
Стефанович В. Р. Анализ рынка депозитов Гродненской области 246
Суровец М. И. Учет поступления материальных ресурсов на примере ОАО «Гродторгмаш».....250
Сычевский К. В. Анализ фонда заработной платы на примере ЗАО «ГродноТоргСервис».....253
Турлюк К. С. Учет выпуска готовой продукции на примере ОАО «Молочная компания Новогрудские дары» 258
Урбанович М. И. Учет основных средств на примере филиала «Автобусный парк № 2 г. Лида» ОАО «Гроднооблавтотранс» 261
Фетисова М. И., Антусевич Т. В. Статистический анализ скорости оборачиваемости денежных агрегатов 265
Шкурко В. И. Особенности работы коммерческого банка в области формирования ресурсной базы 269

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ 277
Protasiewicz A. Uwarunkowania wzrostu gospodarczego Polski w latach 2005–2015 w ujęciu neoklasycznych modeli wzrostu.....277
Rysińska D. Analiza kosztów niskiej jakości – studium przypadku.....283
Skomra A. Pojęcie dojrzałosci w Scrum.....287
Алексей Е. А. Финансовая устойчивость предприятия.....291
Алиев А. А. Оценка инвестиционной привлекательности предприятия на примере ОАО «Белкард» 296
Аполонис А. В. Анализ финансово–хозяйственной деятельности предприятия (на примере ОАО «ДСТ № 6» ДСУ №28).....300
Бекиш Т. Н., Трус Д. Ю. Инфляция и антиинфляционная политика в экономике Республики Беларусь 305
Белоцкая-Мозоль Ю. С. Показатели эффективности инвестиционной деятельности на примере ОАО «Гродно Азот» 309
Будевич Т. А. Необходимость и тенденции инвестиций в основной капитал, источники их финансирования в современных условиях на региональном уровне 313
Вашкевич Т. А. Формирование конкурентной стратегии предприятия 317
Величко О. А. Формирование маркетинговой стратегии ОАО «Гроднохлебпром».....322

Вишняк И. В. Основные проблемы развития национальной экономики Республики Беларусь 326

Войнова М. И., Пастухова К. С. Особенности создания и функционирования холдингов в Республике Беларусь: экономико-правовой аспект 331

Воронович Д. А. Маркетинговый подход в стратегическом управлении 334

Врублевская Е. В., Романчук В. Т. Особенности инновационной деятельности в сфере услуг 338

Гагалушко А. Н., Котова О. В. Внешняя среда функционирования организации: сущность и современные подходы к оценке 342

Гагалушко А. Н., Котова О. В. Мотивация персонала в условиях нестабильной экономической ситуации 347

Гелажина О. В. Проблемы эффективности использования основных средств на примере торгового предприятия 351

Гринюк Е. С. Анализ управления маркетинговой деятельностью РУП «Белтелеком» ..355

Гулич М. И. Инновационные подходы к совершенствованию системы оплаты труда персонала на предприятии 360

Гуриненко И. А. Методы оценки конкурентоспособности предприятия 364

Донских И. С. Методические аспекты управления проектами 369

Дубровская А. В. Управление рынком недвижимости 373

Жданук А. З. Содержательные и процессуальные теории мотивации: современное развитие и применение 377

Завялова А. А. Совершенствование работы с клиентами в организации 382

Каленик А. А. Управление ассортиментом товаров в розничной торговле 386

Карпович А. В. Менеджмент знаний как конкурентная стратегия 390

Кисель В. Б. Современная динамика развития малого бизнеса в Гродненской области 394

Ключников И. В. Роль бенчмаркинга в инновационной деятельности предприятия 398

Котова О. В., Гагалушко А. Н. Структура основных фондов, анализ и пути улучшения их использования 402

Котова О. В., Гагалушко А. Н. Современные методы принятия и поддержки управленческих решений 406

Кохановская А. А. Система показателей эффективности деятельности предприятия на примере Лидского филиала Гродненского облпотребобщества 410

Кравченко Л. А. Пути повышения эффективности использования основных фондов ...415

Кравченко Л. А., Олефиренко А. Л. Целевое управление предприятием 418

Кузнецова В. Н. Управленческая команда как фактор инновационного развития предприятия 422

Ларченко Р. В., Петракович Т. М. Расчет использования рабочего времени смены на уборке урожая 425

Леонард О. И. Материалы управленческого учета для стратегического управления на предприятиии 431

Лешук С. В. Роль инновационного медиакластера в повышении конкурентоспособности региона 435

Лючевский С. А. Специфика рынка электрической энергии в Гродненской области Республики Беларусь 439

Малец В. В. Теоретико-методические аспекты оценки эффективности реализации инновационных проектов 444

Матылевич К. Л., Снежко В. Ю. Конкурентоспособность предприятия на основе инновационной деятельности 447

Машуто Н. А. Краткая организационно-экономическая характеристика КСУП «Краковка» Ошмянского района 451

Мехдиева А. С. Управление инновационным развитием на предприятии деревообрабатывающей промышленности....456

Минько Ю. В. Макроокружение организации ПТЧУП «Ивак и Н» 459

Морхат Е. В. Управление на основе учета уровня деловой активности 463

Олефиренко А. Л., Кравченко Л. А. Методы управления персоналом в организации ...467

Пастухова К. С., Войнова М. И. Необходимость и источники обновления основных фондов 471

Петракович Т. М., Ларченко Р. В. Теоретические подходы к установлению устойчивого развития льноводства....475

Пихун В. А., Пугач Д. И. Оптимизация управления автозаправочной станцией на основе функционально-стоимостного анализа 479

Потояло Я. В. Формирование инновационно-туристического потенциала 482

Пугач Д. И., Пихун В. А. Развитие концепций управления человеческими ресурсами организации 487

Ракуть О. Л. Факторы, влияющие на стратегию компании 491

Ратош Е. В. Современные принципы развития частно-государственного партнерства .495

Романчук В. Т., Врублевская Е. В. Основные способы формирования конкурентоспособности и пути ее достижения....500

Россинская Е. А. Анализ производительности труда в сфере малого бизнеса в Гродненской области 505

Рощенко А. С. Совершенствование системы управления запасами на торговом предприятии (на примере ООО «Техно Плюс») 510

Рутковская А. С. Оценка эффективности платных услуг в ГУЗ «Детская поликлиника № 1 г. Гродно»....514

Сахавикова Е. О. Современные подходы к оценке результатов деятельности организации 519

Скобкорева В. Д. Стратегическое партнерство с потребителями по системе CRM 522

Станчик В. И. Оценка эффективности внедрения рекламы как способа продвижения молочной продукции на примере предприятия ОАО «Молочный мир» 527

Тарасевич Д. С. Государственное регулирование оплаты труда работников в бюджетной сфере в Республике Беларусь....531

Федорова Т. В. Кластерный подход к развитию экономики – основа эффективного функционирования государства 534

Шелешко А. В. Определение путей улучшения финансового состояния предприятия на основе анализа финансовой устойчивости и ликвидности 538

Шимкович Ю. С. Роль валютной политики Республики Беларусь на современном этапе.....543

Юраго Т. М. Скидельское ЖКХ на современном этапе жилищной реформы.....546

МАТЕМАТИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ 604

Басинский В. М. Применение муравьиного алгоритма для принятия решения об утверждении кредита.....604

Зятиков Д. А. Актуальное состояние и перспективы развития энергетики Республики Беларусь 608

Колендо В. А. Информационно-методическое обеспечение финансового планирования в ГрГУ им. Я. Купалы.....612

Косач К. Г. Сравнительный анализ свойств моделей динамики выпуска валового регионального продукта Брестской и Гродненской областей.....616

Кошко Д. В. Язык R в мире статистических программ.....621

Кузюта Д. А. Особенности управления ИТ-проектами.....626

Матяс В. Э. Разработка модели поддержки принятия решений при управлении набором абитуриентов 630

Николайчик Я. М. Сравнительный анализ малого и среднего предпринимательства в регионах Республики Беларусь.....634

Товкач А. В. Разработка инструмента статического анализа исходного кода.....639

Царик М. К. Разработка модуля для получения и обработки курсов валют в рамках информационного сайта 643

Шпиталь Е. А., Ланевская А. А. Моделирование динамики районов Гродненской области по конкурентоспособности на основе панельных данных 647

Якимович Н. А. Анализ торговой деятельности предприятия и визуализация полученных результатов в системе «1С: Предприятие».....652