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
2018

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:
Л.К. Шамина, доктор экономических наук, доцент (Санкт-Петербургский филиал Финансового университета при Правительстве РФ);
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, 2018. – 672 с. – Рус. – Деп. в ГУ «БелИСА» _____ № _____

Представлены статьи 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. Адресуется студентам, магистрантам, аспирантам, а также всем интересующимся указанными проблемами.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС И МАРКЕТИНГ

UDC 338.5

Z. Kuanysh

THE POSITIVE AND NEGATIVE CONSEQUENCES OF TOURISM DEVELOPMENT

The scientific article reveals and systematizes the main factors that affect the effective development of the tourism industry. Particular attention is drawn to the notion of tourism, the positive and negative consequences of development.

The tourism industry has a unique structure. It is characterized by a number of separate elements, including various service industries: small restaurants, motels and hotels, holiday homes, laundries, shops selling local artisans' products and art objects, etc. Thus, government investment in infrastructure, and sometimes and the expensive material and technical base of tourism is stimulated by the investment of numerous small businesses. The initial investment in tourism attracts even greater investments in the future in supporting sectors of the economy. This includes large investments in major hotels, restaurants, shopping centers, ports, airports, etc. The infrastructure of the region improved due to tourism development is also used by local residents [1].

In other words, the sphere of tourism will provide a significant contribution to the increase of the gross domestic product, the creation of new jobs and the improvement of the quality of life of the population without the depletion of natural resources [2].

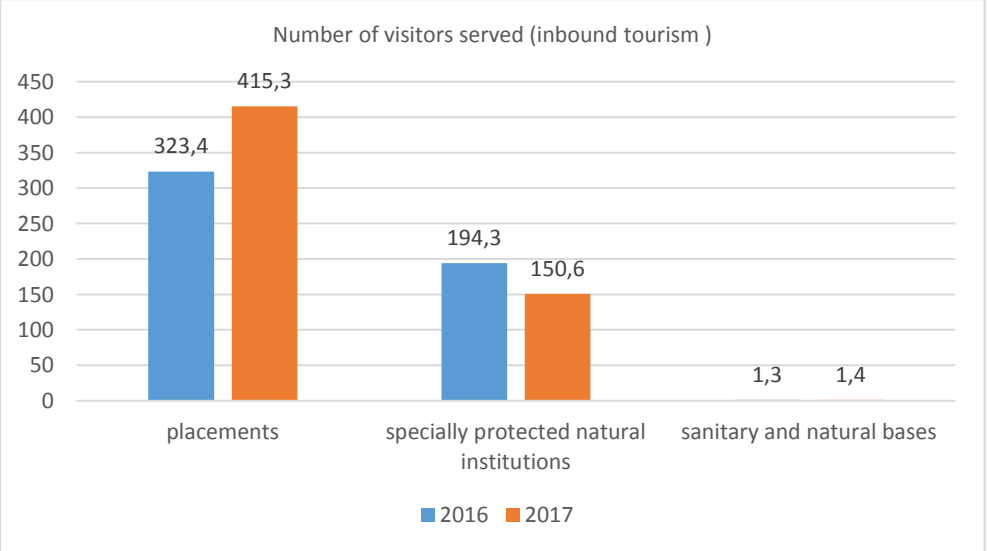


Figure 1 – Number of visitors served on the basis of the source of the COS of the Ministry of National Economy of the Republic of Kazakhstan

Source: author's own development based on data [3]

Since the tourism industry encompasses numerous small businesses that support the industry, tourism revenue is quickly distributed among the broadest segments of the population of the host region in a way that entire society receives economic benefits.

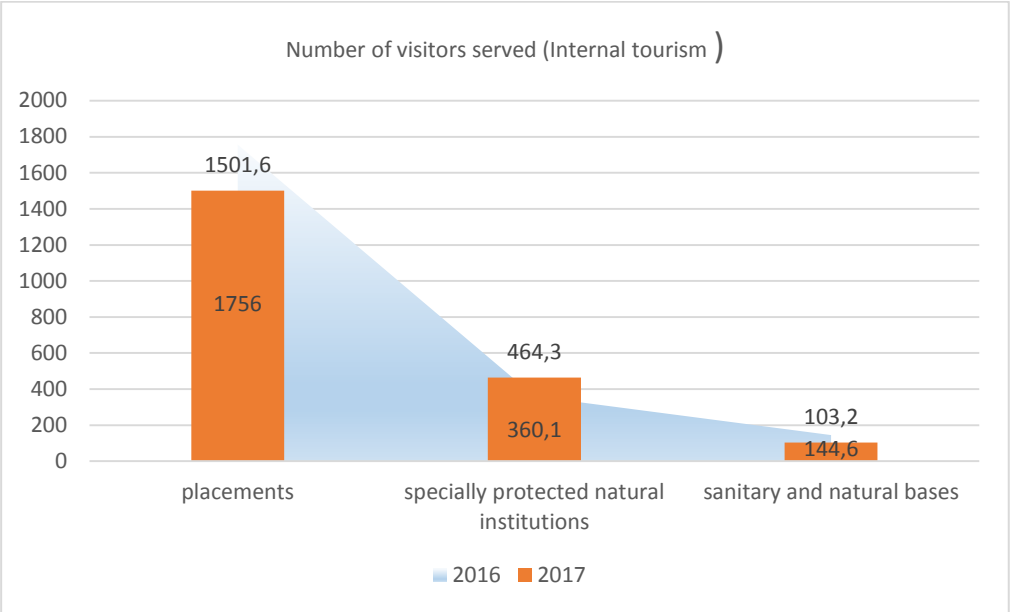


Figure 2 – Number of visitors served on the basis of the source of the COS of the Ministry of National economy of the Republic of Kazakhstan

Source: author's own development based on data [3]

Hotels and other accommodation for tourists witnessed a growth of 16% compared to the previous year, while the hotel rooms ready to receive guests increased by 15%.

The volume of services jumped immediately by 23%, claims Energyprom. Over the first half of the year, the number of tourists increased both for the outbound (+ 3.7% per year, up to 4.64 million people), and for inbound and outbound tourism (immediately + 20.5%, to 3.56 million people, and + 9.3%, to 2.26 million people, respectively).

In the summer, an unmistakable tourist magnet was EXPO-2017. So, only on the holidays from August 28 to September 3, EXPO was visited by 398.3 thousand people, that is, an average of 56.9 people a day. A record number of visitors was recorded on September 3: more than 75 thousand people. In total, from June 10 to September 3, 3.53 million people came to see the EXPO. The total number of visits, that is, the total number of visits to all objects of the exhibition during the time of its work has reached 29.14 million [3].

The next positive aspect of tourism development is that tourists are forced to pay taxes, like the majority of the population. Since travelers mainly come from other regions, their expenses for the host government are an expanded tax base. In addition to the usual sales tax, tourists sometimes pay less direct taxes. Airport fees, entry and customs duties, visa fees are just a few examples of commonly used methods of taxing tourists.

In addition to these special cases, ordinary taxes collected from both tourists and local residents are increased as a result of tourist spending. Thus, tourism raises the income of the region, employment, investment, etc.

Nevertheless, there are limits to which the host government can maximize profits from these aspects of tourism. These restrictions are of two types: social and economic. Social restrictions are due to the increase in taxes levied on local residents in the development of the tourism industry in the region. And economic constraints are presented in the form of potential costs of unused opportunities (alternative costs) that arise from the development of the tourism industry. They deserve careful research in order to gain a deeper understanding of the optimization problem that confronts the host government.

Along with the positive consequences of the tourism development, one should not forget about the negative impact of the industry, on the so-called monoculture of tourism. In the competition for land, resources, capital tourism hampers agriculture and other traditional sources of income of local residents. Higher wages in the tourism industry attract workers, which adversely affects agriculture because of the outflow of labor. As a result, the volume of agricultural products is declining, while consumption volumes are increasing due to numerous tourist arrivals. At the same time, the traditional way of life and the natural landscape are disturbed or completely destroyed in the centers of mass tourism. Monoculture tourism itself undermines the foundations of its existence.

Diversity is the basis of economic stability. When one industry is experiencing a sharp economic downturn, the other is booming, and thus the possibility of a crisis is reduced or its consequences are mitigated if the crisis does occur. Therefore, instead of promoting diversification of the economy, tourism sometimes replaces the agricultural sector.

For many reasons it is undesirable for tourism to become a substitute industry. First, in fact, tourism is a seasonal phenomenon. Sometimes seasonal fluctuations in demand can be reduced, but one can never avoid them completely. Therefore, if tourism is the main industry in the region, then the "low" season brings serious employment problems. Secondly, the demand for tourism and travel largely depends on the incomes and tastes of tourists. And both these factors are beyond the control of the receiving region. In other words, the complete dependence of the region on a single sector of the industry is highly undesirable.

Moreover, tourism generates certain social costs and additional expenses for maintaining the environment, which "fall on the shoulders" of the host region and its inhabitants. Too rapid development of tourism and full dependence on it poses the following dilemma: if further development is stopped, it threatens with economic recession; if you do not restrict tourism in further development, then the country's natural and cultural resources due to excessive use will become scanty, worthless and depreciate. In this case, the decision is usually difficult to take.

Sometimes governments of developing countries look at tourism too optimistically. They implement active investment programs aimed at the development of tourism and are of priority nature. In certain cases, such an approach may lead to a denial of the country's more significant investment needs. For example, money invested in tourism could be used for education, health and other social needs [4].

Although tourism has considerable potential as an instrument of economic development, it is not a panacea for all economic ills.

Advantages of tourism development for each country are:

- an increase in the cash flow to the region, including the inflow of foreign currency;
- growth of the gross national product;
- creation of new jobs;
- reforming the structure of the rest, which can be used by both tourists and the local population;
- attracting capital, including foreign capital;
- increase in tax collection of the receiving region.

Disadvantages of tourism development are manifested in the fact that tourism:

- affects the growth of prices for local goods and services, land and other natural resources and real estate;
- facilitates the outflow of money abroad for tourist imports;
- causes environmental and social problems;
- may damage the development of other industries.

There are several basic economic and social preconditions for considering tourism as one of the national priorities of economic development in the Republic of Kazakhstan:

1) increase in incomes of the population, revenues to the state budget, improvement of the social well-being, the possibility of creating new jobs, including employment of the population in rural and remote areas, youth without breaking away from the traditional way of life;

2) to promote the development of a culture of entrepreneurial activity among broad sections of the population by creating the possibility of running a family, small and medium business, including through the implementation of anchor tourist projects in the most promising areas of tourist clusters;

3) contribution to the development of regions and rural areas of the Republic of Kazakhstan, including the development of engineering and transport and tourist infrastructure in remote areas, the infrastructure of checkpoints across the State border of the Republic of Kazakhstan;

4) promoting cooperation and creating opportunities in other sectors of the economy, including agriculture, transport, trade, engineering, light and food industries, the creative industry, the non-productive sector;

5) to promote the creation of positive and productive intercultural relations that promote the promotion of national and interstate understanding, including the promotion of socio-cultural, ethnographic, medical, sports, cultural, educational, youth, and other types of tourism that promote the values of the national idea "Mәңgilik El ";

6) increasing the recognition of the republic in the regional and world markets through active country marketing and promotion of the brand of the Great Silk Road;

7) the rich historical and cultural heritage of Kazakhstan, included in the UNESCO World Heritage List, and the State List of Monuments of History and Culture of Republican Significance.

In order to achieve national goals of diversifying the economy and improving the welfare and quality of life of the population of the republic, the tourism industry must develop in certain tourist clusters with a competitive tourism business, based on qualified employees offering attractive tourist products for both domestic and foreign tourists. Development in this direction should contribute to a strong and stable growth of income from tourism activities for all stakeholders - the state, business and workers.

The development of inbound and domestic tourism in Kazakhstan will depend on a number of market trends in general in tourism, economy, demography, ecology, technology and other spheres [6].

Kazakhstan, based on international experience, of course, determines its unique way. So, according to the Concept, the development of tourism in our country is carried out in three stages:

- 1st stage 2015 - 2016;
- Stage 2, 2017 - 2018;
- Stage 3 2019 - 2020 years.

Now, thanks to the International Exhibition EXPO-2017 in Astana, Kazakhstan has become more popular for tourists around the world. However, the country's historical and sacred sites, reserves and national parks remained a bit aloof.

In conclusion, we emphasize one more, perhaps the most important function of modern tourism. This is a multifaceted activity on the rapprochement of cultures, which is the most important task in the epoch of globalization that has come. And our multinational country takes the leading place in this process, demonstrating openness and readiness for mutually beneficial cooperation. President N.A. Nazarbayev addressed this at the UN General Assembly with the initiative to declare the second decade of the XXI century as a decade of rapprochement of cultures, which was immediately supported by the entire world community. All this imposes a special responsibility and significance on the whole sphere of Kazakhstan tourism [7].

Thus, although tourism has considerable potential as an instrument of economic development, it is not a panacea for all economic ills. The government should make every effort to optimize (rather than maximize) profits from tourism, taking into account the costs that may entail its

development. It should be noted that the possibility and cost of tourism for developing countries is much greater than for the prosperous. Developed countries by definition have a healthy economy that is able to easily cover all the costs of tourism. Typically, the economies of these countries are diversified, and government investment programs are not fully focused on development.

Analyzing the change in the main economic indicators of tourism development, we can conclude that the potential of Kazakhstan tourism is not fully realized, since the development of the tourist industry directly depends on the creation of a modern competitive tourist complex, including natural and climatic conditions, tourist attractions, necessary infrastructure (transport, aviation, engineering and communications, "soft"), including places of entertainment, catering facilities and so on, i.e., providing opportunities to meet the needs of local and foreign citizens in the tourist services.

The creation of a modern competitive tourist complex is able to make a significant contribution to the development of the country's economy through tax revenues to the budget, the inflow of foreign currency, the increase in the number of jobs, and the control over the conservation and rational use of cultural and natural heritage.

References

1. Kvartalnov, V.A. Tourism. [Electronic resource]. Mode of access: http://kmvline.ru/lib/turizm/index.php. – Date of access: 12.01.2018.

2. Birzhakov, B. Introduction to tourism: Text book. B. Birzhakov — SPb.: «Gerda» publishing, 2014. 400 p.

3. In 2017, Kazakhstan accepted 21% more incoming tourists. [Electronic resource]. Mode of access: https://total.kz/ru/news/ekonomika_sobitiya/v_2017_godu_kazahstan_prinyal_na_21_bolshe_vezdnih_turistov_date_2017_09_07_10_23_2. – Date of access: 12.01.2018.

4. Aspects of tourism. [Electronic resource] .Mode of access: http://uchebnik.biz/book/273-turizm/50-4-polozhitelnye-i-otricatelnye-aspekty-turistskoj-deyatelnosti.html. – Date of access: 11.01.2018.

5. Tourism. Positive and negative consequences. [Electronic resource]. Mode of access: http://kmvline.ru/lib/turizm/43.php – Date of access: 11.01.2018.

6. Concepts of development of the tourist industry of the Republic of Kazakhstan until 2023. Mode of access: http://adilet.zan.kz/rus/docs/P1700000406 – Date of access: 11.01.2018.

7. Tourism in Kazakhstan: new horizons. [Electronic resource]. 2017. URL: http://vg-news.ru – Date of access: 11.01.2018.

Kuanysh Zarina Talgatkyzy, master student of the 1-st course, specialty "Tourism", Economics faculty at the L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan. E-mail: zagoparova_zarina@mail.ru

The scientific adviser is ***Mussina Kamshat Pazylbekovna,*** candidate of economic sciences, "Tourism" department at the L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan. E-mail: kamshatmussina@mail.ru.

УДК 338.48

С. Ш. Аманкелдинова

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ

В статье проанализировано развитие событийного туризма на международном рынке туристических услуг. Рассмотрены перспективы создания и реализации событийных туров на территории Казахстана. Выделены тематические виды событийного туризма. Приведены пути развития событийного туризма в Казахстане.

Появление и развитие на международном рынке туристических услуг такого вида туризма, как событийный туризм, обусловили повышение спроса среди потребителей на это довольно новое направление в данной отрасли [1, с.134]. Из года в год количество посетителей событийных туров растет, что вызывает необходимость в создании модернизированной инфраструктуры, изучении туристического спроса на событийный туризм и факторов, влияющих на него, подготовке специалистов для взаимодействия с потребителями во время проведения мероприятий и привлечении денежных средств для продвижения, реализации и развития event-туров. Внедрение событийного туризма на территории Казахстана будет способствовать повышению экономического уровня страны, развитию внутреннего туризма и росту туристических потоков.

Кроме того, стоит отметить, что в последние годы эффект глобализации международного туризма привел к постоянному росту конкуренции между популярными направлениями и поиска оптимальных позиций на туристическом рынке. В такой ситуации событийный туризм выступил как существенный элемент в развитии туристических дестинаций, привлечении потребителей, поиске инвестиций и улучшении локального и регионального уровней экономики.

Событийный туризм – это сравнительно молодое направление туризма, как в Казахстане, так и в мире, в котором главной мотивацией потребителей выступает интерес к посещению определенного спортивного, развлекательного, музыкального или иного события и принятия в нем участия. Уникальные событийные туры сочетают в себе рекреацию, отдых и развлечения одновременно. По оценке Всемирной туристической организации (UNWTO) событийный туризм в настоящее время является одним из самых перспективных видов туризма в мире. Среди других видов туризма событийный туризм поражает своей насыщенностью программы, зрелищностью, яркостью и атмосферой. Еще одной особенностью событийного туризма является неисчерпаемость его ресурсов. Согласно последним исследованиям до 2020-го года количество участников событийных туров может превысить число участников экскурсионных туров и составить более 35 % от общего спроса на разнообразные туры.

События являются важным звеном мотивации туризма и занимают главное место в проектировании туристических пакетов и стимулировании продаж многих туристических направлений. Планирование и создание событийных туров началось лишь несколько десятилетий назад и было обусловлено ростом спроса потребителей на новые впечатления от таких событий, как, в частности, фестивали, карнавалы, спортивные соревнования. Индустрия событийного туризма является отраслью, которая динамично развивается в наше время и создает значительное количество рабочих мест. Кроме того, события играют другую важную роль – культурное развитие, укрепление национальных и религиозных идей, научная пропаганда и духовный отдых [2, с.56].

Планирование событий создано для определенной цели и может касаться

индивидуальных, массовых или международных сфер деятельности. Управление событиями – это целая прикладная наука, сфера изучения которой направлена на проектирование и производство плановых мероприятий, охватывающих фестивали, развлечения, карнавалы, отдых, политические, государственные и научные встречи, спортивные соревнования, корпоративные дела (конференции, ярмарки, выставки), частные (обряды, свадьбы, вечеринки, общественные мероприятия) и др. [3, с.200].

Рынок событийного туризма необходимо рассматривать в нескольких аспектах:

– как способ преодоления сезонных колебаний и географического распространения спроса за пределы региона и страны;

– как катализатор развития смежных отраслей и направлений деятельности;

– как специализированный туристский рынок, который имеет свою структуру и характерные черты развития.

Событие и опыт, полученный в путешествиях, должны взаимодействовать как целая конструкция. Теоретики и психологи занимаются изучением влияния событийного туризма на посетителей. Круг потенциальных переживаний при потреблении событий достаточно широк: от веселья и карнавалов до торжественной духовности религиозного паломничества в священные места. Многие события поучительного характера, другие ориентированы на торговлю и прибыль.

Типология запланированных мероприятий основывается, прежде всего, на их форме, очевидных различиях в их целях и программе. Например, общественные праздники, программа которых направлена на формирование общественной сплоченности, противопоставляется мерам, которые планируются для конкуренции, развлечений, бизнеса. Довольно часто проведение мероприятий требует наличия специально назначенных объектов и управления ими (спортивные арены, конференц-залы) [4, с.124].

А.В. Бабкин в своей книге «Специальные виды туризма» выделил в событийном туризме определенные тематические виды (рисунок) [5, с.40].

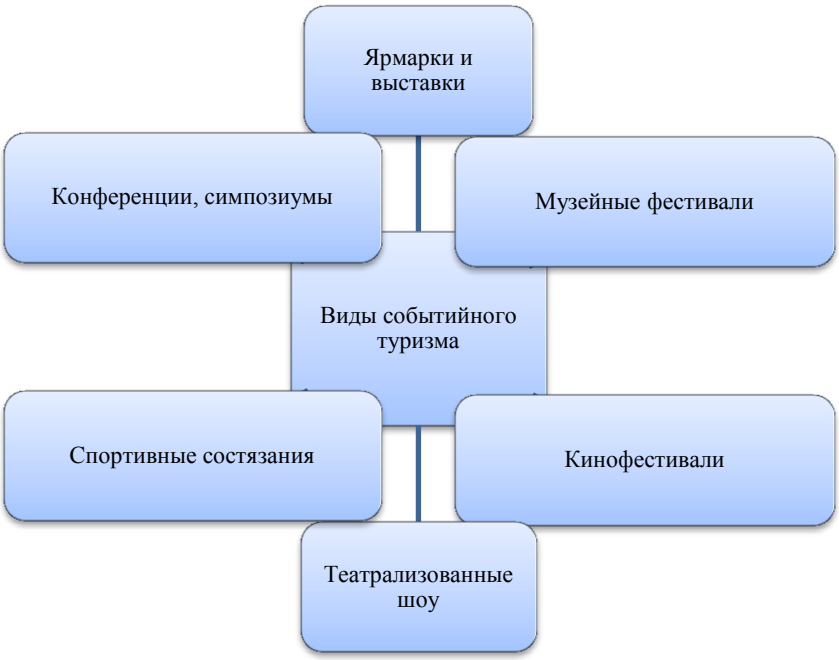


Рисунок – Тематические виды событийного туризма

Источник: собственная разработка автора

Кроме этого, событийный туризм классифицируют по масштабу мероприятий и по функциональной направленности. По своему масштабу различают мероприятия локальные, регионального, национального и международного уровней.

Крупнейшие мероприятия, такие как Олимпийские игры и политические саммиты, часто называют мегасобытиями. Их значение по отношению к другим событиям связано с размером. Мегасобытия можно определить как события, которые путем размера и значения обеспечивают высокий туристский спрос, престиж и экономические выгоды для общества.

К национальным относятся все события в масштабах страны. Как правило, реализовать события национального уровня можно только с помощью административных ресурсов. Национальные события со временем могут обеспечить имидж, привлекательность и публичность стране, что даст ей конкурентное преимущество среди других стран. Отличительная черта национальных событий состоит в высоком спросе и в высокой цене.

К региональным могут быть отнесены все события на уровне определенного региона, которые инициируются самим регионом. Региональные мероприятия проводятся периодически или один раз со средним туристским спросом или стоимостью.

Локальные события часто вообще не принимаются во внимание, поскольку ориентированы на целевую аудиторию, состоящую из минимального количества людей. Они целесообразны при необходимости установления контакта со значимой микрогруппой и продвижения ценности события в глазах этой целевой аудитории. Местные события отличаются низким туристским спросом и низкой ценой. Эти события, как правило, небольшие и проводятся либо периодически, либо только один раз.

Местные и региональные события не имеют весьма существенного значения для имиджа страны, тогда как мегасобытия могут привлечь большое количество туристов. На сегодняшний день существует проблема, что туристические организации чаще всего уделяют внимание только мегасобытиям, а более мелкие события рассматриваются как имеющие только местное или региональное значение, хотя они способствуют сохранению местных традиций и обычаев и имеют большой потенциал для привлечения туристов.

С развитием событийного туризма в мире начали активно появляться международные организации, которые способствуют формированию событий и контролируют соответствие качества предоставляемых услуг во время проведения мероприятий. В 1885 году Международная ассоциация Выставок и Ярмарок одной из первых начала свое существование с нескольких проведенных ярмарок, впоследствии, в 1928 году была реорганизована в Национальную организацию экспозиционных менеджеров. Также существуют ассоциации карнавалов, большое количество творческих и спортивных объединений на национальном и международном уровнях [5, с.36].

Активное распространение событийного туризма обусловило появление профессий, связанных с этим направлением: «менеджер фестиваля», «дизайнер выставок и экспозиций», «управление и контроль событий» и тому подобное, которые начали стимулировать развитие и специализацию учебных заведений по подготовке высококвалифицированных кадров по всему миру [6].

В Казахстане событийный туризм начал развиваться не так давно, а именно с 90-х годов XX века. Его появление было обусловлено потребностью потребителей в новых эмоциях и впечатлениях. Официально туристические компании начали реализацию событийных туров лишь в 2002 году. Сейчас этот вид туризма в нашей стране развивается достаточно медленными темпами. Важную роль в развитии событийного туризма сыграло проведение в Казахстане таких масштабных событий, известных на весь мир, как всемирная выставка EXPO, Универсиада в Алматы, политические саммиты. Наибольший спрос иностранцев на событийный туризм в Казахстане был зафиксирован в 2017 году, когда была проведена международная выставка EXPO-2017. Изначально в регистрационном досье

ЭКСПО-2017 планировалось участие 100 стран и 10 международных организаций. Этот план был выполнен. В выставке приняли участие 115 стран и 22 международные организации. Так, в праздничные дни с 28 августа по 3 сентября ЭКСПО посетило 398,3 тыс. человек, то есть в среднем 56,9 человек в день. Рекордное число посетителей было зарегистрировано 3 сентября: более 75 тысяч человек. Всего с 10 июня по 3 сентября на ЭКСПО пришло 3,53 миллиона человек. Общее число посещений, то есть суммарное количество посещений всех объектов выставки за время ее работы достигло 29,14 миллиона. С учетом ЭКСПО именно в Астане, ожидаемо, заметнее всего выросло за год количество комнат и номеров, готовых принять гостей столицы - сразу +43,8%, до 8,96 тыс. в I полугодии 2017. Также столица вошла в тройку лидеров по росту числа гостиниц, отелей, и прочих мест размещения: +28,2%, до 209. Ожидается мультипликативный эффект от инвестиций в туристическую инфраструктуру, гостиничный бизнес [7].

С полной уверенностью можно сказать, что все это сгенерировано успешным использованием событийного маркетинга при проведении Международной специализированной выставки «ЭКСПО-2017» в Астане.

Чтобы способствовать развитию событийного туризма на территории Казахстана, необходимо на государственном уровне:

– разработать актуальный календарь событий, которые могли бы заинтересовать туристов;

– обеспечить надлежащее финансирование расходов, связанных с маркетинговыми мероприятиями и организацией событий;

– обеспечить систематическое проведение событий;

– за счет экономических механизмов (в частности, снижения налогов), стимулировать туристические предприятия к разработке туристических продуктов на основе событийного туризма;

– организовать подготовку высококвалифицированных кадров для координации и реализации событийных туров;

– создать необходимую инфраструктуру для каждого события;

– обеспечить должную безопасность туристов во время проведения события.

Таким образом, на данный момент событийный туризм является перспективным видом туризма на международном уровне, который динамично развивается и способствует привлечению потребителей туристических услуг независимо от сезона. К сожалению, событийному туризму в Казахстане не уделяется должное внимание, и страна не использует все потенциальные ресурсы для экономического развития приоритетных районов. Все мероприятия позиционируются только как культурное, спортивное или развлекательное событие и не ассоциируются с основой для событийного туризма. Исследования событийного туризма все еще находятся на ранней стадии развития и требуют более детального изучения проблем и содействия повышению мотивации потребителей.

Список литературы:

1. Смыкова, М. Р. Туризм: экономика, менеджмент и маркетинг: учебное пособие / М.Р. Смыкова. – Алматы: NURPRESS, 2014. - 246 с.

2. Бикташева, Д.Л. Менеджмент в туризме: учебное пособие / Д.Л. Бикташева, Л.П. Гиевая, Т. С. Жданова. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2016. - 272 с.

3. Абабков, Ю. Н. Маркетинг в туризме: Учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова; под ред. проф. Е.И. Багданова. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 214 с.

4. Коновалов, А. В. Формирование условий развития спортивно-событийного туризма в регионе : автореф. дис. ... канд. эконом. наук / А.В. Коновалов. – СПб., 2013. – 242 с.

5. Бабкин, А. В. Специальные виды туризма/ А.В. Бабкин. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2015. - 252 с.

6. Байбордина, А. Ставка на событийный туризм [Электронный ресурс] // Сибирский турист. портал. – [Б.м], 2015. – Режим доступа: http://www.sibtourport.ru/sti-info/news/sti/content/2631. – Дата доступа: 12.03.2018.

The article analyzes the development of event tourism in the international market of travel services. Prospects of creation and realization of event rounds in the territory of Kazakhstan are considered. Selected thematic types of event tourism. The ways of development of event tourism in Kazakhstan are given.

Аманкелдинова Сая Шалқарқызы, студентка 4 курса специальности «Туризм» экономического факультета Евразийского национального университета имени Л. Н. Гумилева, Астана, Республика Казахстан. E-mail: pretty.saya@mail.ru .

Научный руководитель – ***Подсухина Ольга Владимровна,*** старший преподаватель кафедры «Туризм» экономического факультета Евразийского национального университета имени Л. Н. Гумилева, Астана, Республика Казахстан. E-mail: podsuhina_olga@mail.ru.

УДК 338.5

А. С. Баранов

ФОРМЫ И ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ КИТАЙСКОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ

Проанализированы особенности, инструменты и каналы продвижения туристского продукта КНР на зарубежных рынках. Раскрываются формы и методы государственного регулирования сферы туризма в эпоху глобальных изменений.

Туризм вошел в XXI в. как самый стабильно развивающийся сектор экономики, став одной из высокодоходных и наиболее динамичных отраслей международной торговли услугами. По ключевым показателям, в том числе по эффективности инвестиционных вложений, туризм сравним с нефтедобывающей промышленностью. На сферу туризма приходится около 11 % мирового совокупного продукта, 6 % — мирового экспорта, 7 % – мировых инвестиций, каждое 16-е рабочее место и 5 % всех налоговых поступлений. В отдельных странах мира эти цифры довольно значительны. По сравнению с 1980 г. мощность мировых туристских потоков возросла на 65, а доходы – на 174 % [2].

Туризм является рычагом, использование которого позволяет оздоровить всю национальную экономику страны, играет значительную роль в формировании валового внутреннего продукта, создании дополнительных рабочих мест и обеспечении занятости населения, активизации внешнеторгового баланса. Туризм оказывает огромное влияние на такие ключевые отрасли экономики, как транспорт и связь, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и другие, т.е. выступает своеобразным катализатором социально-экономического развития. Развитый туризм называют одним из главных феноменов XXI века.

В туризме результат деятельности сводится к туристскому продукту. По сути, туристский продукт – это любая услуга, удовлетворяющая те или иные потребности туристов и подлежащая оплате с их стороны.

К туристским услугам относятся гостиничные, транспортные, экскурсионные, переводческие, бытовые, коммунальные, посреднические и другие. Туристический продукт является основой туристического предложения и тура. В отличие от туристических услуг туристический продукт принимает форму товара. Туристический продукт в широком смысле слова – это экономическое благо, предназначенное для обмена.

Целью большинства туристских фирм является ведение прибыльного и продолжительного бизнеса. Для достижения данной цели компаниям необходимо производить тот товар или услугу, который удовлетворял бы нужды потенциальных покупателей, тем самым, обеспечивая увеличение бизнеса. Успех любой фирмы на рынке зависит в первую очередь от привлекательности производимого продукта. Он образует сердцевину маркетингового комплекса, на которой завязаны все остальные элементы: цена, продвижение на рынке и распространение [2].

Туризм занимает важнейшее место в сфере услуг Китая и является стратегической отраслью национальной экономики. В 2017 году в Китае отмечено устойчивое оживление туристической отрасли, доходы которой достигли 5,4 триллиона юаней (около 832 млрд. долл. США). В среднем каждый китаец совершил 3,7 туристической поездки в 2016 году.

При этом число поездок внутри страны превысило 5 миллиардов, поступления от внутреннего туризма достигли 4,57 триллиона юаней при росте на 69 % по сравнению с показателем 2012 года, а число зарубежных поездок составило 129 миллионов.

Туризм создал более 80 миллионов рабочих мест, став одной из главных отраслей, содействующих развитию экономики и ликвидации бедности в Китае. Чтобы упорядочить отечественный туристический рынок, Государственное управление по делам туризма в течение последних трех лет понизило рейтинг трех бывших туристических зон категории 5А, предупредило или подвергло критике более 400 ландшафтных парков из-за низкого качества услуг и ненадлежащих гигиенических условий.

В стране разработана трехэтапная программа развития туризма, нацеленная на превращение Китая в сильную туристическую державу к 2040 году [4].

Туризм является одной из ведущих и наиболее динамично развивающихся отраслей экономики Китая. Благодаря исключительно быстрым темпам развития туристический продукт Китая признан экономическим феноменом столетия. Статистические данные, опубликованные Всемирной туристской организацией, свидетельствуют, что по объему валютных доходов от международного туризма Китай вышел на 4-е место в мире по продажам и демонстрирует устойчивую динамику роста данного показателя: за последние 20 лет объем доходов от международного туризма ежегодно увеличивался в среднем на 20 %.

Перспективы развития китайского рынка туризма огромны и внушают оптимизм, ведь Китай – страна с уникальным историко-культурным наследием и огромным разнообразием природно-рекреационных ресурсов. Положительно на развитие туризма в Китае влияют отсутствие сезонности предложения и относительно несложные процедуры получения визы.

Тем не менее, несмотря на высокую привлекательность Китая для туристов, в своем предложении страна ориентирована на людей с высоким уровнем достатка, что существенно сужает контингент туристов и сдерживает темпы развития туризма. Причиной этому является традиционная дороговизна туров, обусловленная прежде всего высокой стоимостью перелета. К сдерживающим факторам развития туризма в Китае можно также отнести недостаточно развитую индустрию развлечений, а также характерные для всего Азиатско-Тихоокеанского региона существующие риски эпидемий и природных катастроф, таких как землетрясения или цунами. Негативное воздействие на приток туристов в Китай оказывает и существенно возросшая в последние годы конкуренция со стороны других стран Азиатско-Тихоокеанского региона. Так, наблюдается отток части иностранных туристов в Японию, Таиланд и Малайзию.

Основными туристско-рекреационными районами Китая являются Восток Китая, Север Китая, Северо-Восток Китая, Северо-Запад Китая, Южно-Центральный Китай, Юго-Запад Китая. Регионы выделены в зависимости от туристской специализации. Туристско-рекреационные районы Китая представлены следующими регионами:

1. Восток Китая;

2. Север Китая;
3. Северо-Восток Китая;
4. Северо-Запад Китая;
5. Южно-Центральный Китай;
6. Юго-Запад Китая.

В Китае в настоящее время имеется 1364 международных туристических агентства, 249 из них расположены в Пекине, Шанхае, Тяньцзине и Чунцине. Действует Национальное управление по туризму КНР. Это управление присуждает китайским городам звание лучшего туристического города.

12 июня 2003 года Китайская национальная туристская администрация и министерство торговли совместно опубликовали Временное положение о создании туристических агентств с участием иностранного капитала, включая 100 % участие иностранного капитала. В том же году Китайская национальная туристская администрация утвердила регистрацию JALPAK International (China) Ltd – первой, полностью принадлежащей иностранцам туристической компании. Компания начала свою деятельность в Пекине, в основном для работы с японскими туристами.

Кроме того, 1 декабря 2003 года в Пекине была учреждена TUI China Travel Company – первое совместное предприятие в туриндустрии Китая. Контрольный пакет акций TUI China Travel Company принадлежит Martin Buese China Limited и британской TUI Travel. Ее китайским партнером является компания Китайская туристическая служба, которая имеет сеть из более чем 300 местных отделений.

Продвижением считается осуществление коммуникационных связей с существующими и потенциальными потребителями туристских услуг с целью информирования их о предлагаемом туристском продукте и вызвать у них желание приобрести его. [3].

Современными каналами продвижения туристского продукта на зарубежных рынках являются:

• реклама в средствах массовой информации (СМИ) и других рекламоносителях;

• стимулирование продаж - использование краткосрочных стимулов, имеющих целью поощрение продажи туристских слуг и получение быстрой и положительной ответной реакции рынка;

• связи с общественностью (PR - public relations), меры, с помощью которых при участии третьих лиц (пресса, спонсорство, благотворительность, лоббирование и др.) формируется позитивный образ турфирмы и ее туристского продукта;

• прямые продажи – умение персонала турфирмы работать с посетителями офиса, разбираться в их потребностях и желаниях, склонять их к приобретению предлагаемого тура.

Организация продвижения туристского продукта на зарубежных рынках должна быть воплощена в соответствующие формы деятельности любой турфирмы. Однако следует подчеркнуть, что ни одна турфирма, специализирующаяся на приеме иностранных туристов, не может в одиночку обеспечить широкое продвижение своих туров на зарубежных рынках.

Для достижения этой цели необходимы совместные скоординированные и постоянно наращиваемые усилия государственных, общественных и предпринимательских структур при наличии солидной финансовой подпитки и организационной основы.

Китай является одной из наиболее посещаемых стран мира. Так, по данным 2016 года страну посетило более 60 млн. туристов (3-е место в мире), в настоящее время государство испытывает возрастающую потребность в увеличении числа въездных туристов, сулящее значительную экономическую выгоду, а также выводящее Китай в лидеры в данной отрасли экономики.

В большинстве зарубежных стран, заинтересованных в развитии этой отрасли, государственные органы прилагают большие усилия по пропаганде и рекламе за рубежом

своего национального туристского продукта, вкладывая в эти мероприятия огромные финансовые средства.

Основной целью государственной рекламы в сфере туризма является создание за границей привлекательного образа страны в целом, а также ее отдельных регионов и центров, маршрутов и видов туризма. Эта работа включает в себя:

• издание и распространение за рубежом большого объема печатной рекламы (проспектов, брошюр, плакатов);

• публикацию рекламных статей в зарубежных средствах массовой информации;

• проведение ежегодных презентаций;

• участие в международных туристских выставках;

• распространение устной информации через зарубежные представительства и др.

В большинстве стран проведение, координация и финансирование этой работы возложены на национальные туристские администрации или организации (НТА или НТО), которые создают за рубежом широкую сеть своих представительств. В Китае же существует Национальное управление по туризму КНР, которое занимается развитием туризма в Китае и координирует направления его развития. Наряду с государственными органами активную работу по продвижению за рубежом национального туристского продукта проводят различные общественные организации, связанные с развитием иностранного туризма: ассоциации туроператоров, турагентств, транспортных компаний, гостиниц и др.

Проведение аналогичных мер крайне необходимо для продвижения китайского туристского продукта на зарубежных рынках. В стране создана достаточно развитая структура органов государственного и общественного управления отраслью иностранного туризма.

Одной из главных задач этих органов является продвижение китайского туристского продукта. Государственная и общественная поддержка рекламы туристского продукта за рубежом не снимает эти обязанности с независимых турфирм, для которых основные трудности в продвижении своих туров заключаются в следующем:

• в большинстве случаев у них нет прямых каналов выхода на зарубежный рекламный рынок, не налажены связи с зарубежными СМИ, рекламными агентствами;

• средства, которыми располагают турфирмы и которые они могут потратить на рекламу, обеспечивают проведение широкой рекламной кампании;

• турфирмы продвигают сформированные ею туры, имеющие конкретные маршруты, даты, набор услуг, цены. Эти туры рассчитаны на целевой рынок и нуждаются в целевой рекламе.

Все эти моменты могут быть преодолены только на основе тесного сотрудничества с иностранными турфирмами, работающими на избранном турфирмой рынке. При согласовании с иностранным партнером необходимо определить обязанности по продвижению на рынке сформированных туров. Чтобы в условиях сделки была максимальная ясность и конкретность, рекомендуется получить от иностранного партнера план рекламных мероприятий на предстоящий период, а в конце сезона – отчет о его выполнении и образцы рекламных материалов. Также турфирмы в меру своих возможностей способны оказать помощь своему иностранному партнеру. В частности, она может снабдить его своими рекламными проспектами и буклетами, плакатами, сувенирной рекламой, передать ему диапозитивы включенных в маршрут объектов показа, их описание. Эффективным рекламным мероприятием может стать совместное участие в зарубежных туристских выставках. Существуют возможности для организации совместной ознакомительной поездки в КНР иностранных журналистов с условием публикации ими рекламных статей о туризме в Китае.

Наконец, китайские турфирмы проводят собственную рекламную работу по следующим направлениям:

• выпуск «имидж-рекламы», способствующей распространению позитивной информации, повышению известности, авторитета, узнаваемости турфирмы;

• деловая реклама, часто объединяемая с «имидж-рекламой». Ее задача состоит в том, чтобы ознакомить местных бизнесменов и иностранных предпринимателей в области международного туризма с основными направлениями своей деятельности.

Средствами указанной выше рекламы становятся:

- выпуск рекламных проспектов и брошюр;
- помещение рекламных обращений в туристской специализированной прессе;
- помещение информации о турфирме в национальных и международных справочниках по турфирмам и путеводителях;
- создание собственного сайта компании;
- участие в национальных и международных туристских выставках;
- проведение презентаций своего туристского продукта на зарубежных рынках;
- передача информации по сети Интернет;
- рассылка почтовой рекламы;
- выпуск сувенирной рекламы [1].

Мощный толчок развитию туризма в КНР дала Олимпиада 2008 года в Пекине. Новый лозунг «Welcome to China – 2008 Beijing!» объединяет огромный туристический потенциал страны вокруг трех основных идеалов современного олимпийского движения: «Зеленый мир», «Человеческая культура», «Научно-технический прогресс».Китайские средства массовой информации опубликовали отчет Всемирного совета по туризму и путешествиям, в котором говорится о лидирующей роли страны на мировом туристическом рынке в ближайшие годы.

Таким образом, развитие туризма в каждой стране должно основываться преимущественно на тех видах и формах туризма, которые позволяют максимально и комплексно использовать имеющийся туристический потенциал.

Следует отметить, что китайская модель национального туристического продукта основана на жестком государственном регулировании его продвижения на международном рынке. При этом китайская туристическая администрация редко осуществляет прямое управление маркетингом, предпочитая косвенные методы: совершенствование нормативно-правовой базы, конкурсный отбор участников международных туристических выставок и т.п.

Список литературы

1.Остроумов О.В. Туризм. Продвижение турпродукта: возможности и реальность: учебно-методическое пособие,О.В. Остроумов / М.: Финансы и статистика, 2013. – 344 с.

2.Тайгибова Т.Т. Влияние индустрии туризма на экономику страны и социально-культурную сферу // Актуальные вопросы экономических наук: материалы Междунар. науч. конф. (г. Уфа, октябрь 2011 г.). [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://moluch.ru/conf/econ/archive/11/1106/ - Дата доступа: 28.02.2018.

3.Туризм в Китае// Материал из Википедии — свободной энциклопедии// [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://encyclopaedia.bid/википедия/Туризм_в_Китае // - Дата доступа: 28.02.2018.

4.Международное радио Китая//Доходы от туризма в Китае в 2017г. достигли 5,4 трлн. юаней [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://russian.cri.cn/news/homeList/380/20180109/75683.html/ - Дата доступа: 28.02.2018.

Features, tools and channels for promoting the tourist product of China in foreign markets are analyzed. The forms and methods of state regulation of tourism in the era of global changes are disclosed.

Баранов Андрей Сергеевич, студент 4 курса специальности «Туризм и гостеприимство» факультета истории, коммуникации и туризма Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: Andruha-007-95@mail.ru.

Научный руководитель – ***Фурс Михаил Владимирович,*** кандидат философских наук, доцент кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail:mihailfurs@mail.ru.

УДК 330.115

М.Т. Бедретдинова

ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ В ОБОСНОВАНИИ ЦЕНОВОЙ СТРАТЕГИИ НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ

Проанализированы особенности ценовой политики во внешнеэкономической деятельности ОАО «Белшина», исследованы изменения эластичности спроса по цене на определенном сегменте внешнего рынка по каждому типу товара, даны рекомендации по принятию обоснованных управленческих решений относительно выбора ценовой стратегии.

При моделировании процессов ценообразования как на внутреннем, так и на внешних рынках главным элементом является цена. Математические методы при этом выступают инструментарием оценки цены. Посредством математических методов выявляются связи и закономерности ценообразования как экономической системы. Модель строится так, чтобы адекватно отразить исследуемые связи и закономерности [1, с.100].

Экономико-математическое моделирование позволяет определить количественное выражение взаимосвязей между результативным показателем и факторами, влияющими на его величину. Данная взаимосвязь может быть представлена в виде экономико-математической модели, которую рекомендуется использовать при обосновании ценовых тактик и стратегий на внешних рынках.

Экономико-математическая модель – это система математических уравнений, неравенств, формул и различных математических выражений, позволяющих описать взаимосвязи и функциональные параметры, отображающие наиболее характерные явления и процессы (свойства, структуру) цены как реального экономического объекта, и найти наилучшее решение в динамическом процессе развития установления цены [2, с.25].

ОАО «Белшина» является одним из крупнейших производителей шин на территории СНГ и Европы.

Внешний рынок для предприятия является основным рынком сбыта, поэтому очень важно уделять особое внимание его изучению, моделируя различные ситуации, интерпретация которых позволит принять обоснованную ценовую тактику и стратегию на определенном сегменте в определенный момент времени. Доля экспортных продаж от общего объема реализации в 2017 г. составила 66,6 %. На внешнем рынке ОАО «Белшина» применяет стратегию дифференцированного ценообразования, а именно стратегию скидки на втором рынке.

На ОАО «Белшина» существует компьютерная программа расчета эффективности договора при применении тактики уторговывания цены. Но отсутствует программа, которая предполагает расчет эластичности спроса на каждый типоразмер шины, то есть на предприятии не анализируется динамика спроса на каждый типоразмер в определенный момент времени при определенной цене.

С целью увеличения экспортных поставок и получения валютной выручки на шины,

реализуемые в страны ближнего и дальнего зарубежья, в зависимости от объёма закупок, условий платежа и от прочих факторов, предприятием могут устанавливаться скидки с отпускных цен. Условия и размеры предоставляемых скидок определяются приказами об изменении цен или протоколами заседаний комиссии по формированию ценовой политики. Ускорить принятие более эффективного ценового решения поможет экономико-математическое моделирование. Целью использования модели является подбор такого значения цены, при котором обеспечивается проведение эффективной ценовой политики и выбор подходящей ценовой стратегии.

При построении модели эластичности спроса по цене, результативным показателем выступает эластичность, а определяющими факторами – спрос и цена. Их зависимость представлена на рисунке 1.

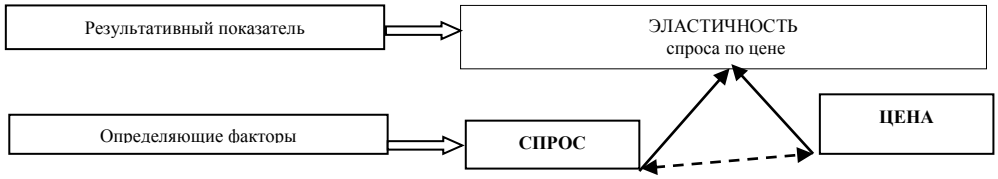


Рисунок 1 – Зависимость эластичности спроса по цене от влияющих факторов

Источник: собственная разработка автора

Как видно из рисунка 1, спрос и цена влияют не только на эластичность, но и друг на друга. В этом и заключается смысл эластичности.

Коэффициент эластичности спроса по цене можно рассчитать по формуле (1):

$$E_{D/P} = [(D_2 - D_1)/ D_1] / [(P_2 - P_1)/ P_1], \quad (1)$$

где $E_{D/P}$ – коэффициент эластичности спроса по цене;

D_1, D_2 – начальное и конечное значение величины спроса;

P_1, P_2 – начальное и конечное значение цены товара.

На практике при анализе ценовых изменений эластичность спроса по цене условно может быть оценена с помощью изменения в объемах продаж. Часто при эластичном спросе выгодно снижать цену, поскольку это обеспечивает увеличение выручки от реализации в больших масштабах.

Руководствуясь общепринятыми рекомендациями по регулированию ценовой политики: при коэффициенте эластичности спроса больше единицы для увеличения выручки от реализации цену следует снижать, а при эластичности спроса меньше единицы – повышать, отразим характер изменения исследуемых показателей в таблице 1.

Таблица 1 – Расчет эластичности спроса по цене на шину 20/60-22.5 Бел-87

Месяц	06	07	08	09	10	11	12
Объем продаж, шт.	2350	2200	2525	2100	1920	1800	1750
Выручка, долл. США	528750	534600	583275	556500	537600	522000	511000
Средняя цена, долл. США	225	243	231	265	280	290	292
Переменные затраты всего, долл. США	415950	396000	479750	420000	384000	396000	411250
Средний доход, долл. США	112800	138600	103525	136500	153600	126000	99750

Продолжение таблицы 1

- на ед. продаж, долл. США	48	63	41	65	80	70	57
Эластичность спроса	-	0,797	2,991	1,143	1,514	1,75	4,027

Источник: собственная разработка автора

Данную таблицу предлагается свести в программу и сделать языком повседневного общения при обосновании ценовых решений и выборе ценовой стратегии ОАО «Белшина». Так, в таблице 1 представлен расчет эластичности спроса по цене на шину для зерноуборочного комбайна 20/60-22.5 Бел-87, реализуемую на внешних рынках в период с июня по декабрь 2017 г.

Шина для зерноуборочного комбайна 20/60-22.5 Бел-87 относится к группе сельскохозяйственных шин. Расчет эластичности, приведенный в таблице 1, показывает, что спрос на данную шину является сезонным. В июле 2017 г. эластичность спроса по цене составила 0,797, что меньше единицы, и, соответственно, спрос в данный отрезок времени неэластичный. Это объясняется тем, что в середине лета начинается подготовка к сбору зерновых культур.

Следовательно, в период с июня по сентябрь спрос на сельскохозяйственные шины возрастает, и потребитель готов их приобрести по более высокой цене. Наибольшая эластичность спроса по цене наблюдалась в декабре 2017 г., она составила 4,027. В зимние месяцы спрос на сельскохозяйственные шины уменьшается. Отсюда вывод, что к концу года рынок более чувствителен к изменению цен на данные типоразмеры шин.

Так как наибольший маржинальный доход предприятие получило в октябре 2017 г., когда спрос на сельскохозяйственные шины падает, то стоит задуматься об обоснованности цен на данный типоразмер шины в пик спроса, а именно с июля по сентябрь. Для того, чтобы в данный промежуток времени в прогнозном периоде предприятие получило максимально возможный маржинальный доход, необходимо в дополнение к программе, рассчитывающей эластичность, разработать методику расчета возможного дохода при прочих равных условиях. В качестве примера приведем расчет прогнозного значения маржинального дохода на рынке дальнего зарубежья на шину 20/60-22.5 Бел-87 в июле 2018 г., который представлен в таблице 2.

Таблица 2 – Прогноз маржинального дохода на рынке дальнего зарубежья, шина 20/60-22.5 Бел-87

Показатель	июль 2018 г.		
	Вариант № 1 (базовый)	Вариант № 2	Вариант № 3
Эластичность спроса по цене за июль 2017 г	0,797		
ПРОГНОЗ	Вариант 1 (базовый)	Вариант 2	Вариант 3
Цена, долл. США	310	350	370
Изменение цены по отношению к базовому варианту, %	100	113	119
Объем продаж, шт.	3000	2689,2	2545,7
Выручка, долл. США	930000	941220	941909
Переменные затраты всего, долл. США	750000	672300	636425
Маржинальный доход всего, долл. США	180000	268920	305484
на ед. продаж, долл. США	60	100	120

Продолжение таблицы 2

Экономическая эффективность, долл. США	1	88920	125484
Экономический эффект	1	1,494	1,697

Источник: собственная разработка автора

Рассчитаем объем продаж исходя из определения эластичности спроса по цене, которая показывает, как количественно (на сколько процентов) изменится величина спроса на товар, если цена товара изменится на один процент (одну долю).

Проанализировав таблицу 2, видим, что вариант № 3 цены на рынке дальнего зарубежья на шину 20/60-22.5 Бел-87 в июле 2018 г. составляет 370 долл. США, это прогнозный показатель потолка цены на данном рынке. Т.е. эта цена – прогнозная цена на шину 20/60-22.5 в июле 2018 г. холдинга «СИБУР – Русские шины». Качество шин-аналогов 20/60-22.5 «СИБУР – Русские шины» и ОАО «Белшина» оценивается как среднее.

Как видно из таблицы 2, наибольшее прогнозное значение маржинального дохода на единицу продаж – 120 долл. США. Данный доход можно получить, установив цену в 370 долл. США. Несмотря на то, что объем продаж уменьшится, в связи с увеличением цены, доход ОАО «Белшина» увеличится. Безусловно, данный расчет не является гарантом максимальной прибыли предприятия. Однако при планируемой цене в 310 долл. США прогнозный показатель маржинального дохода предприятия почти в два раза ниже, чем при цене 370 долл. США. Экономическая эффективность от третьего варианта составит 125484 долл. США, экономический эффект – 1,697.

Что касается зимних месяцев, когда спрос на сельскохозяйственные шины уменьшается, и рынок более всего чувствителен к цене, предлагается применять количественные скидки за объем покупок. В связи с этим, ОАО «Белшина» предлагается разработать программу, которая рассчитывала бы эластичности спроса по цене, маржинальный доход по каждому типоразмеру шины и строила прогноз на будущий период. Принцип действия программы представлен на рисунке 2.

Рисунок 2 – Связь между центральным сервером и периферией при работе программы по расчету эластичности спроса и прогнозу маржинального дохода

Источник: собственная разработка автора

Как видно из рисунка 2, при работе программы связь с центральным сервером осуществляют высшее руководство предприятия, служба маркетинга, управление реализации и экономическая служба. Данная программа должна стать частью единой автоматизированной системы управления предприятием. Она необходима для принятия более быстрых и обоснованных управленческих решений в области ценовой политики.

На рисунке 3 представлены входные и выходные потоки информации, необходимые для работы программы.

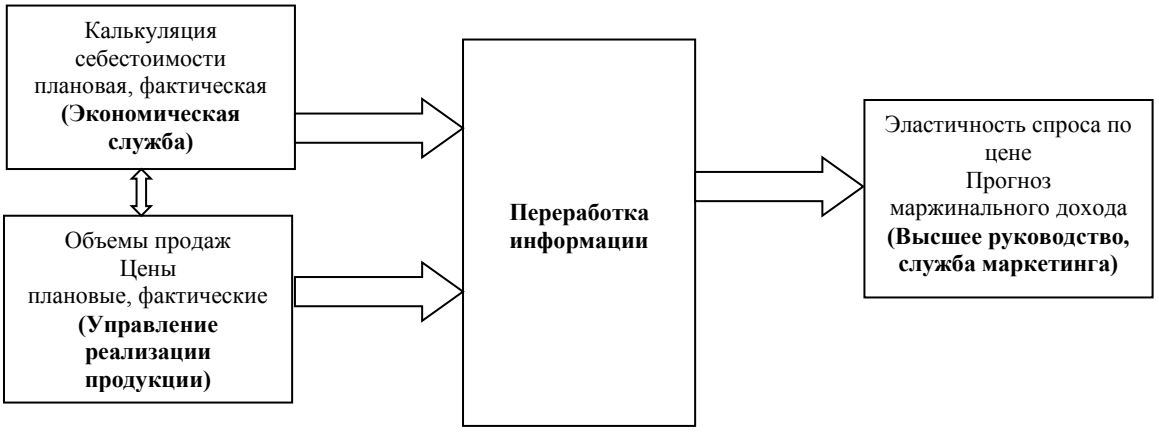


Рисунок 3 – Входные и выходные потоки при работе программы по расчету эластичности спроса и прогнозу маржинального дохода

Источник: собственная разработка автора

С помощью этой программы маркетологи смогут более точно спрогнозировать ситуацию на рынке для каждого типоразмера шины, а высшее руководство намного быстрее принять обоснованное решение в области цен и выборе ценовой стратегии.

Таким образом, программа по расчету эластичности спроса и прогнозу маржинального дохода поможет более качественно проводить анализ рынка и максимизировать прибыль предприятия.

Список литературы

1 Дейли, Дж. Эффективное ценообразование – основа конкурентного преимущества / Дж. Дейли; пер. с англ. – М.: Издат. дом «Вильямс», 2014. – 500 с.

2 Паршин, В.Ф. Ценовая политика предприятия: учеб. пособие / В.Ф. Паршин. – Минск: БГЭУ, 2016. – 119 с.

Recommendations on the use of economic and mathematical modeling were developed taking into account the state of the price policy in the foreign economic activity of OJSC «Belshina». The program for calculating the elasticity of demand and the forecast of marginal revenue will help the marketing service to predict accurately the situation on the market for each tire size, to form a foreign trade price for a shorter period.

Бедретдинова Мария Тимуровна, студентка 2 курса специальности «Таможенное дело» юридического факультета Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: mashabt@mail.ru.

Научный руководитель – ***Бедретдинова Елена Николаевна,*** старший преподаватель кафедры международного бизнеса и маркетинга факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: Bedretdinova_en@grsu.by.

УДК 338.12

Н. А. Бурштын

СТРАТЕГИЯ ВЫВЕДЕНИЯ НА РЫНОК МОДИФИЦИРОВАННОГО ПРОДУКТА

Исследован белорусский рынок стиральных порошков, проанализированы рецептура фосфатного и безфосфатного стирального порошка, предложена оптимальная стратегия для выведения модифицированного продукта на рынок.

В наше время уже никто не сомневается в том, что стиральный порошок опасен для здоровья, если употреблять его в пищу. Но вредны ли порошки, если их использовать по назначению, при стирке одежды. Очень трудно представить современную жизнь без стиральных порошков. Даже если в ходе исследований потребители придут к выводу, что это вредно, мало кто сможет отказаться от их использования.

Компоненты стиральных порошков содержат поверхностно-активные вещества (ПАВ) опасные для окружающей среды и жизни человека. Особенно опасны для здоровья анионные ПАВ, их использование запрещено во многих странах Европы.

Также порошки содержат фосфаты, наличие которых приводит к усилению токсических свойств а-ПАВ. Эти добавки создают условия для более интенсивного проникновения а-ПАВ через кожу, способствуют усиленному обезжириванию кожных покровов, более активному разрушению клеточных мембран, резко снижают барьерную функцию кожи. Фосфаты увеличивают накопление этих веществ на волокнах тканей, подвергающихся стирке. Даже 10-кратное полоскание в горячей воде не приводит к полному освобождению одежды от а-ПАВ. Причем чем сложнее и разветвленнее структура волокна, тем большее количество молекул а-ПАВ могут к нему «прилипнуть». Таким образом, создается очаг постоянной интоксикации внутри самого организма. Закрепившись на одежде, молекулы а-ПАВ при соприкосновении с кожей легко переносятся на ее поверхность и быстро всасываются внутрь, принося огромный вред организму. Кроме прямого вреда нашему здоровью, фосфаты представляют собой большую угрозу для окружающей среды. Во многих странах Европы, Америки, Азии законодательно запрещено или частично ограничено производство стиральных порошков с применением фосфатов.

В странах, где ещё нет таких запретов, можно найти в продаже порошки с концентрацией фосфатов до 50-60 %. Но в странах, где за производством следят, опасные и токсичные фосфаты заменены на цеолиты, смесь карбоната натрия, органические ПАВ и другие составляющие стирального порошка менее опасные для человека и окружающей среды. Цеолит нашел применение в производстве стиральных порошков за свою способность поглощать ионы кальция и магния, связывать их на время стирки, не давая оседать на белье и деталях стиральной машины.

Цеолит в стиральном порошке снижает жесткость воды, не оседает на белье и деталях стиральных машин, увеличивает моющую способность, безопасен для человека и окружающей среды.

Для наглядности в таблице 1 представлены составы лидирующих стиральных порошков, представленных на белорусском рынке. Среди них «Tid» и «Ariel» (P&G), «Persil» и «Losk» (Henkel), «Ушастый нянь» (ОАО «Невская косметика»), «April» и «Мара» (ИПУП «Парфюмерно-косметическая фабрика «Сонца»).

Из таблицы 1 видно, что во всех представленных порошках в состав входят фосфаты или фосфонаты, а в стиральном порошке «Ушастый нянь» содержатся и фосфаты, и фосфонаты, несмотря на то, что данный стиральный порошок предназначен для стирки детских вещей. Исключением является стиральный порошок «April» выпускаемый ИПУП «Парфюмерно-косметической фабрикой «Сонца». В нем фосфаты заменены на цеолит.

Таблица 1 – Состав лидирующих стиральных порошков на белорусском рынке

Фирма производитель	Наименование стирального порошка	Состав
P&G	«Ariel»	Более 30 % сульфаты; 5–15 % карбонаты, силикаты, анионные ПАВ, поликарбоксилаты; Менее 5 %: катионные ПАВ, фосфонаты, неиногенные ПАВ, лимонная кислота; Смягчители, цеолиты, энзимы, пеногаситель, мыло, стабилизатор цвета, ароматизаторы.
	«Tide»	15–30 % - анионные ПАВ, фосфаты, менее 5 % - катионные ПАВ, неионогенные ПАВ, поликарбосиликаты, кислородсодержащий отбеливатель. Дополнительно: энзимы, оптический отбеливатель
Henkel	«Persil»	5–15 % - анионные ПАВ; < 5 % неионогенные ПАВ, поликарбоксилаты, фосфонаты, оптический отбеливатель, энзимы, отдушка, кислородосодержащий отбеливатель
	«Losk»	5–15 % анионные ПАВ, 5 % неионогенные ПАВ, поликарбонаты, фосфонаты. Также: энзимы, отдушка, гексилциннамаль, бутилфенилметилпропионал.
ОАО «Невская косметика»	«Ушастый нянь»	Сульфаты (менее 30 %), фосфаты (5–15 %), кислородосодержащие отбеливающие вещества (5–15%), анионные ПАВ (5–15%), карбонаты (5–15%), силикаты (5–15%), неионогенные ПАВ (менее 5%), пеногаситель (менее 5%), фосфонаты (менее 5%), энзимы, оптические отбеливатели, отдушка.
ИПУП ПКФ «Сонца»	«Мара»	5–15 % фосфаты, анионные ПАВ; < 5 % КМЦ, ЭДТА, неионогенные ПАВ, энзимы, поликарбоксилаты, катионные ПАВ, отдушка, пеногаситель, кислородосодержащий отбеливатель.
	«April»	< 30 % сульфат; 5–15 % силикат, анионные ПАВ, цеолит; < 5 % кислородосодержащий отбеливатель, неионогенные ПАВ, КМЦ, ЭДТА; энзимы, мыло.

Источник: собственная разработка автора

Таким образом, руководствуясь примером стран, которые уже отказались от использования в стиральных порошках фосфатов и фосфонатов, продукция ИПУП «Парфюмерно-косметическая фабрика «Сонца» может завоевать дополнительные 5-7 % внутреннего рынка стиральных порошков, что будет соответствовать увеличению выпуска на 2000 тонн стирального порошка за год.

Иностранное Производственное Унитарное Предприятия «Парфюмерно-косметическая фабрика «Сонца» – современная и динамично развивающаяся компания, которая с 2011 года занимается производством и реализацией синтетических моющих средств и средств личной гигиены.

Продукция, выпускаемая ИПУП «Парфюмерно-косметической фабрикой «Сонца», доступна для всех слоев населения в ценовом сегменте. Это позволило к концу 2017 года завоевать 49,6 % внутреннего рынка стиральных порошков, отодвинув на задний план таких известных мировых производителей, как Procter&Gamble и Henkel. К примеру, доля этих фирм в 2016 году составляла более 70 % нашего рынка.

Сравнение рецептуры фосфатного и безфосфатного стирального порошка представлено в таблице 2.

Таблица 2 – Сравнение сырьевых компонентов в составе фосфатного и безфосфатного стирального порошка

Сырьевые компоненты безфосфатного стирального порошка	Сырьевые компоненты фосфатного стирального порошка
Вода	Вода
Сульфат натрия	Сульфат натрия
Карбонат натрия легкий (Марка Б)	Карбонат натрия легкий (Марка Б)
Карбонат натрия тяжелый (Марка А)	Карбонат натрия тяжелый (Марка А)
Цеолит 4А	Триполифосфат натрия (STPP)
КМЦ (карбоксиметилцелюлоза) (CMC)	КМЦ (карбоксиметилцелюлоза) (CMC)
Оптический отбеливатель (Tinopal DMA-X)	Оптический отбеливатель (Tinopal DMA-X)
EDTA (Trilon B) (натриевая соль этилендиаминтетрауксусной кислоты)	EDTA (Trilon B) (натриевая соль этилендиаминтетрауксусной кислоты)
Каустическая сода (едкий натр)	Каустическая сода (едкий натр)
HLAS (алкилбензолсульфокислота)	HLAS (алкилбензолсульфокислота)
Sokolan CP5 (сополимер акриловой и маилиновой кислот)	Sokolan CP5 (сополимер акриловой и маилиновой кислот)
Praepagen HY (димитиламония хлорид)	Praepagen HY (димитиламония хлорид)
Силикат натрия (жидкий)	Силикат натрия (жидкий)
Перкарбонат натрия	Перкарбонат натрия
Фермент (T-BLEND SAVINASE/LIPOLASE)	Фермент (Totalase T)
Мыльные гранулы красные	
Мыльные гранулы синие	Мыльные гранулы синие
Мыльные гранулы зеленые	Мыльные гранулы зеленые
TAED зеленый	TAED зеленый (активатор Пербората)
TAED белый	TAED белый (активатор Пербората)
Пеногаситель (Силикон)	Пеногаситель (Силикон)
Неионногенный ПАВ (этоксилат жирного спирта)	Неионногенный ПАВ (АО7) (этоксилат жирного спирта)
Отдушка SPARKLING LEMON	Отдушка SPARKLING LEMON

Источник: собственная разработка автора

При переходе продукция ИПУП «Парфюмерно-косметическая фабрика «Сонца» на

производство безфосфатного стирального порошка, себестоимость готовой продукции увеличится ориентировочно на 0,40 белорусских рублей и составит 1рубль 40 копеек.

При переходе на выпуск стиральных порошков, не содержащих фосфаты и фосфонаты, чистая прибыль по прогнозным показателям составит 7450,38 тыс р.

Стоит учитывать, что важным критерием потребительского интереса к новинке будет являться и упаковка. Так как товар не относится к числу брендовых, то роль упаковки значительно возрастает. Она, помимо основной своей функции, служит местом расположения маркетингового коммуникационного обращения к покупателю и играет исключительную роль в принятии им решения о покупке. Следовательно, необходимо внести изменения во внешний вид упаковки. Покупатель должен быть проинформирован об отличительных компонентах данного стирального порошка.

На рисунке представлен возможный вариант упаковки, с пометками «без фасфатаў» продукции, выпускаемой ИПУП «Парфюмерно-косметическая фабрика «Сонца».

Рисунок – Пример упаковки, информирующий об отсутствии в стиральном порошке фосфатов

Источник: собственная разработка автора

По оптимистическому прогнозу в результате перехода на выпуск стирального порошка без фосфатов произойдет:

1) увеличение объемов внутреннего рынка и выпуска продукции;

2) увеличение чистой прибыли от реализации готовой продукции;

3) позиционирование, как предприятия, которое заботится о здоровье своих покупателей и сохранении окружающей среды.

Произвести новую качественную продукцию это еще не значит завоевать потребителя на переполненном конкурентами рынке. Необходимо сформировать правильную стратегию на стадии выведения на рынок новой или модифицированной продукции. Для успешного развития предприятие должно исследовать возможных новых потребителей, следить за достижениями конкурентов [1, с.234].

От эффективности выбранной стратегии вывода товара на рынок зависит продолжительность жизненного цикла нового товара. Подготовка нового товара для выхода на рынок заключается в изучении реакции покупателей на новый товар, определении для него ориентированной емкости рынка.

Что касается мероприятий по выведению нового товара на рынок, то следует отметить, что современный маркетинг требует гораздо большего, чем просто создать хороший товар, определить на него привлекательную цену и обеспечить его доступность для целевых потребителей. ИПУП «Парфюмерно-косметическая фабрика «Сонца» должна еще

осуществлять коммуникационную связь со своими заказчиками. Наиболее известные инструменты маркетинговых коммуникаций – реклама, связи с общественностью, персональные продажи, стимулирование сбыта, прямой маркетинг.

Запуск нового производства в такое время - шаг смелый, а производства, полностью зависящего от импортного сырья, – отчаянный, но инвесторы ИПУП «Парфюмерно-косметическая фабрика «Сонца» все же поставили нескромную задачу – за три года завоевать половину белорусского рынка стиральных порошков.

Выходя на рынок с новым товаром, можно варьировать такими переменными, как цена, затраты на продвижение (стимулирование продаж), каналы распределения, качество товара [2, с.144].

Таким образом, ИПУП «Парфюмерно-косметическая фабрика «Сонца» сможет привлечь новых покупателей, что со временем приведет к расширению как внутреннего, так и внешнего рынков, что в свою очередь увеличит прибыль, получаемую от реализации готовой продукции.

Список литературы

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга (5-е европейское издание) / Филип Котлер, Вонг, Сондерс, Армстронг. – ИД «Вильямс»,2012 – 752 с.

2. Баринов, В. А. Стратегический маркетинг: учебное пособие / В. А. Баринов. - М.: Инфра-м, 2014. - 285 с.

The technical, economic and social significance of the work is that the introduction of recommendations on changing the composition of washing powders will enhance the effectiveness of IPUI "Perfume and cosmetic factory" Sontsa "and win new market segments detergents.

Бурштын Наталья Александровна, студентка 2 курса специальности «Изобразительное искусство и компьютерная графика» факультета искусств и дизайна Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: desnored@gmail.com .

Научный руководитель – ***Бедретдинова Елена Николаевна,*** старший преподаватель кафедры международного бизнеса и маркетинга факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: Bedretdinova_en@grsu.by.

УДК 339.5

Ван Доу

РАЗВИТИЕ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА КИТАЯ

Проанализирован экспортный потенциал Китая. Исследованы особенности развития внешнеэкономической деятельности страны. Исследованы изменения в географической и товарной структуре экспорта. Определены факторы, повлиявшие на развитие экономики, замедление темпов экономического роста страны и экспорта. Рассмотрены направления модернизации экспортной стратегии.

Китай в XXI веке стал «мировой фабрикой». В 2014 г. страна вышла на первое место в мире по уровню ВВП (по паритету ППС). Важную роль в этом сыграли растущие внешнеэкономические связи страны. В настоящее время на долю Китая приходится 60% мирового производства цемента, 50 % стали, 55 % первичного алюминия, 27 % производства автомобилей. Доля Китая в мировом экспорте составляет по группам товаров: офисное и

телекоммуникационное оборудование – 40 %, одежда – 38 %, текстильные изделия – 36 %, кондиционеров – 30 %, холодильников – 20 %.

Основу экспортного потенциала Китая составляет: большая территория страны с богатыми природными ресурсами, большая численность и относительно дешевая рабочая сила, постоянно растущий внутренний рынок, высокий уровень культуры и образования населения, высокая открытость экономики внешнему миру, значительный объем иностранных и частных китайских инвестиций в производство. Население Китая традиционно имеет высокий уровень сбережений (около 30 % от ВВП). Это позволяет увеличить внутренние инвестиции. Средний импортный тариф составляет около 10%.

В настоящее время самыми главными конкурентными преимуществами Китая являются размер рынка и благоприятная для бизнеса макроэкономическая среда. Кроме того, Китай имеет высокий уровень развития сферы образования и здравоохранения, развивает энергетическую инфраструктуру. В развитии Китая важную роль сыграло наличие свободных экономических зон. В настоящее время в КНР действуют 4 специальные экономические зоны:

- Шэньчжэнь,
- Чжухай,
- Шаньтоу,
- Сямэнь.

Три из четырёх китайских СЭЗ – Шэньчжэнь, Чжухай, Шаньтоу – находятся в провинции Гуандун. Благодаря этому, провинция Гуандун занимает лидирующие позиции в Китае по производству электронной, текстильной, пищевой, фармацевтической продукции и лидирует в сфере производства бытовой техники. В провинции расположены сборочные производства таких гигантов, как Nissan, Honda, Toyota. Это крупнейшая экономически развитая провинция страны, по показателю ВВП она превосходит все другие провинции. В 2016 году ВВП китайской провинции Гуандун превысил ВВП России.

В 2015-2017 гг. наблюдается исчерпание возможностей роста экономики Китая за счет большого количества дешевой рабочей силы. Рост населения замедлился. Более того, если не изменится демографическая политика Китая, то численность населения страны может сократиться до 1 млрд. человек. Эффект от высвобождения работников в сельскохозяйственном производстве и переход их в сферу промышленного производства также снижается. В связи с ростом производства растет стоимость рабочей силы, которая уже не является такой дешевой как, например в Индии.

В середине XX века Китай имел низкий уровень развития экономики и экспортировал традиционные продукты своего сельского хозяйства – шелк, хлопок, чай, соевые бобы и некоторые виды горнорудного сырья, ввозил же продовольствие и различные промышленные изделия. Экономика имела низкий уровень открытости.

После начала экономических реформ и перехода к политике «открытых дверей» ситуация изменилась. За период 1981-2015 гг. ВВП Китая вырос в 53 раза. Среднегодовые темпы прироста экономики составляли около 9,5 %. Внешнеэкономические связи приобрели очень большое значение и стали одной из важнейших предпосылок бурного экономического подъема. Они превратились в мощный стимул развития экономики на основе рыночных отношений и интеграции ее в мировую экономику. Важную роль сыграло привлечение иностранного капитала. В результате экономика Китая к началу XXI века стала одной из самых открытых.

По объему экспорта Китай в 2010 г обогнал США и вышел на первое место в мире. Страна имеет положительный торговый баланс, что способствует росту золотовалютных резервов. По уровню данных резервов Китай вышел на первое место в мире. Динамика внешней торговли Китая за период с 2005 по 2016 гг. демонстрировала 3-х кратный рост.

Однако темпы роста экономики в последние годы замедлились с 10 % до 6,5 %, а уровень экспорта товаров в 2016 г сократился на 7,7 % (таблица 1).

Таблица 1 – Динамика внешней торговли товарами Китая, млрд. США

Показатели	Годы				2016 в % к 2015
	2005	2010	2015	2016	
Экспорт товаров	762	1578	2273	2098	92,3
Импорт товаров	660	1396	1680	1588	94,5
Сальдо	102	182	594	510	85,9

Источник: [1]

Наибольший удельный вес в структуре экспорта Китая в последние годы занимают машины и транспортное оборудование (50,2 %), текстильные и трикотажные изделия (8,4%), химические товары (8,1 %). Самыми крупными экспортными товарными позициями по машинам и оборудованию в 2016 г стали: компьютеры (136 млрд. долл. США), телекоммуникационное оборудование (115 млрд. долл. США), телефоны (84,3 млрд. долл. США), интегральные схемы (54,8 млрд. долл. США). При этом в экспорте Китая заметно уменьшилась доля продовольствия, сельскохозяйственного сырья и продукции горнодобывающей промышленности, а доля продукции машиностроения увеличилась.

В основном товары экспортировались в следующие страны: США (385 млрд. долл. США), Гонконг (287 млрд. долл. США), Япония (129 млрд. долл. США), Корея (93,7 млрд. долл. США), Германия (65,2 млрд. долл. США). Экспорт товаров в Россию составил 37,9 млрд. США.

Наибольший удельный вес в структуре импорта Китая составляют машины и оборудование (46,6 %), минеральные энергоресурсы (11,9 %), химическая продукция (9,5 %). Основными торговыми партнерами Китая по поставкам в Китай являются: Корея, Япония, США, Германия, Гонконг, страны АСЕАН.

В период с 1990 по 2017 гг. наблюдался переход от экспорта текстиля и одежды в пользу электроники и телекоммуникаций. Это является отражением быстрого развития высокотехнологичного производства в Китае. Данное развитие сдерживается контролем иностранного капитала над ключевыми технологиями и используемом в производстве оборудовании.

Внешняя торговля услугами Китая развивается не столь успешно, как товарами (таблица 2). Развитие сектора услуг в Китае сдерживается сложившейся ориентацией страны на экспорт продукции обрабатывающей промышленности. Наблюдается рост отрицательного сальдо до – 244 млрд. США в 2016 г. Наибольший удельный вес в структуре экспорта услуг занимают международные перевозки (16,2 %) и международный туризм (21,3 %).

Таблица 2 – Динамика внешней торговли услугами Китая, млрд. США

Показатели	Годы				2016 в % к 2015
	2005	2010	2015	2016	
Экспорт услуг	78	178	218	208	95,4
Импорт услуг	84	193	436	453	103,9
Сальдо	-6	-15	-218	-244	111,9

Источник: [1]

Начиная с 2011 г китайское правительство выделило развитие сектора услуг в качестве приоритетного стратегического направления. Китай стремится развивать ключевые сектора

услуг: финансы, логистику, образование, здравоохранение. Важной целью правительства страны является стремление Китая занять одно из лидирующих мест среди крупнейших экспортеров транспортных, туристических, строительных услуг.

Важным направлением укрепления глобальной конкурентоспособности экономики Китая является развитие научно-технического потенциала. Ключевыми направлениями программы развития науки в Китае на период до 2020 г. определены:

1) построение инновационной экономики через создание собственных инноваций и уменьшение зависимости от иностранных технологий;

2) превращение предприятий и делового сектора в центральную движущую силу процесса построения национальной инновационной системы;

3) достижение прорыва в стратегических областях технологического развития.

Китай стремится модернизировать модель экономического роста. Новая стратегия развития Китая включает в себя финансовую либерализацию, фискальную реформу, повышение уровня глобальной конкурентоспособности экономики.

Одним направлений развития экономики является китайская концепция «Один пояс, один путь». Так планируется модернизация транспортных маршрутов из Китая в Европу и формирование вдоль них точек экономического роста [2, с.44]. Большое внимание уделяется маршрутам через Центральную Азию, Восточную Европу.

Точки экономического роста будут формироваться за счет инвестирования китайского капитала в крупные инфраструктурные проекты в регионах, которые традиционно испытывают недостаток финансирования в связи с капиталоемкостью, политическими и экономическими рисками.

Инфраструктурные проекты осуществляются китайскими компаниями на основе китайского оборудования и технологий. Финансирование предоставляется китайскими финансовыми институтами на льготных условиях. Предполагается, что формируемый таким образом дополнительный спрос на китайскую продукцию позволит загрузить избыточные производственные мощности внутри Китая и создать дополнительные стимулы к увеличению выпуска и экспорта высокотехнологичных товаров. Кроме того, это решит проблему избыточности накопленного капитала Китая.

Таким образом, можно сделать следующие выводы по анализу развития экспортного потенциала Китая:

– потенциал дешевой рабочей силы все меньше сказывается на темпах прироста ВВП страны и экспорта. Поэтому Китай разрабатывает новые направления роста. Планируется трансформация восточных прибрежных регионов из «мировой фабрики» в центры исследований, разработок и производства высококлассных товаров и услуг;

– структура внешней торговли Китая все более соответствует внешней торговле развитых стран. Так наблюдается увеличение доли экспорта высокотехнологичной продукции;

– Китай стал чистым нетто-экспортером прямых инвестиций.

Китай расширяет торгово-экономическое сотрудничество с развивающимися странами для увеличения закупок у них все возрастающих объемов сырьевых и энергетических ресурсов. Рост сотрудничества с развивающимися странами обусловлен необходимостью дальнейшего развития экономики Китая за счет переноса трудоемких производств в менее экономически развитые страны с более дешевой рабочей силой.

Список литературы

1. United Nations Conference on Trade and Development [Electronic resource] // United Nations Conference on Trade and Development. - Geneva – Mode of access: http://unctadstat.unctad.org/CountryProfile/GeneralProfile/en-GB/156/index.html. – Date of access:

4.03.2018.

2. Китай и Восточная Европа: звенья нового Шелкового пути / Отв. ред.: Михеев, В. Швыдко. – М.: ИМЭМО РАН, 2016. – 70 с.

The export potential of China is analyzed. Features of development of foreign economic activity of the country are investigated. Changes in the geographical and commodity structure of exports are investigated. The factors that influenced the development of the economy, slowing the economic growth of the country and exports. Directions of modernization of export strategy are considered.

Ван Доу, магистрант 1 курса специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

Научный руководитель – ***Сушко Виктор Иванович,*** кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры международного бизнеса и маркетинга факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: Sushko_VI@grsu.by.

УДК 334.01

М. И. Гончарова

ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕСОМ В АПК

Проанализирована маркетинговая деятельность организаций и предприятий Республики Беларусь различных уровней. Исследованы необходимые действия для ускорения развития агромаркетинговых служб и выявлено влияние внедрения инноваций деятельности хозяйств на эффективность управления бизнесом в АПК.

Реалии настоящего времени свидетельствуют о возрастающей роли маркетингового управления на предприятии. Суть маркетинга сегодня заключается вовсе не в обслуживании покупателей – необходимо перехитрить, обойти, победить конкурентов. Маркетинг 21 века – это война, в которой конкурент является вашим противником, а покупатель – территорией, подлежащей завоеванию. Усиливающаяся конкуренция требует от всех участников рынка постоянного напряжения в борьбе за место под солнцем.

На современном этапе развития экономики страны маркетинг для предприятий агропромышленного комплекса становится одним из условий успешного функционирования в рыночных условиях, использование которого позволяет им перестроить всю производственно-хозяйственную деятельность с учетом требований, предъявляемых рынком, и обеспечить эффективную реализацию маркетинговой стратегии предприятий АПК.

Управление маркетингом предполагает комплексное изучение маркетинговой среды во всей полноте ее производственных и рыночных связей, внутренних и внешних факторов функционирования и развития. А это, в свою очередь, требует сбора и обработки информации, соблюдения логической строгости и непротиворечивости суждений, необходимой точности и полноты оценки параметров функционирования среды [1, с.46].

Основными принципами формирования и использования информации в процессе управления маркетингом являются:

– актуальность информации означает реальное отражение в каждый момент времени состояния маркетинговой среды. Необходимо ежедневное обновление банка хранимой информации;

– достоверность данных основывается на точном воспроизведении объективного состояния и развития производства, рынка и внешней макросреды. Учитывая условия

конкурентной борьбы, при которых нередко сознательно искажается реальная действительность, этот принцип требует повышенной надежности источников данных.

Главная цель маркетинговых исследований заключается в разработке концепции общего представления о структуре и закономерностях динамики рынка и об обосновании необходимости и возможностей конкретной фирмы для более эффективной адаптации ее производства, технологий и структуры, а также выводимой на рынок продукции или услуг к спросу и требованиям конечного потребителя.

Маркетинг товаров сельскохозяйственного производства охватывает все стадии движения: изучение потребностей, прогнозирование спроса, разработку ассортиментной политики и производственной программы, включая и организацию сбыта. В условиях жесткой конкурентной среды, особенно с иностранными товаропроизводителями, в условиях, когда цены на сельскохозяйственную продукцию крайне низки, и учитывая возможность неблагоприятных погодных условий, хозяйственники вынуждены внедрять элементы маркетинга в деятельность сельхозпроизводителей. Маркетинговая политика предприятий способствует эффективному управлению бизнесом, правильному планированию организации и действенному контролю.

К сожалению, маркетинговые службы в АПК РБ не получили должного развития вследствие отсутствия достаточного опыта работы на маркетинговой основе.

Современная практика показывает, что от того, насколько эффективно организовано производство, насколько продукция сельхозтоваропроизводителей соответствует ожиданиям потребителей, насколько грамотно и гармонично выстроена система товародвижения и маркетинга на предприятии, в конечном счете, зависит не только финансовое положение самого хозяйствующего субъекта, но и работников его основного производства. Маркетинг является наиболее эффективным при разработке стратегии сбытовой деятельности, стимулировании сбыта и рекламной деятельности.

Под понятием «управление агромаркетингом» следует понимать широкий комплекс стратегических и тактических мер, направленных на эффективное ведение рыночного хозяйства в целях удовлетворения потребительских потребностей в товарах сельхозпредприятий и достижения устойчивой доходности от результатов хозяйственной деятельности. Агромаркетинг позволяет научно обосновывать принятие решений о производстве, сбыте и продвижении на рынок товаров, дает возможность адекватно оценивать и прогнозировать рыночную ситуацию, разрабатывать стратегию и тактику конкуренции, и представляет собой сложную систему по решению проблем получения максимальной прибыли от производства и реализации продукции с минимальным коммерческим риском, требующую регулирования и управления.

Для достижения главной цели агромаркетинга и агробизнеса необходимо получать достаточное количество продукции для удовлетворения населения в продукции АПК, а производителя – в планируемой прибыли.

Агромаркетинг выполняет функции анализа, прогнозирования, планирования, организации, управления, учета и контроля.

Основные принципы управления агромаркетингом:

1. Служба агромаркетинга имеет дело с товарами первой жизненной необходимости, следовательно, необходимо своевременно, в нужном объеме и ассортименте, с учетом пола, возраста, национальных традиций, состояния здоровья потребителей удовлетворять их нужды и интересы. Сельскохозяйственный товар, как правило, скоропортящийся, поэтому требуется оперативность поставки, привлекательная упаковка и сервисное обслуживание.

2. Специалисты по маркетингу должны уметь прогнозировать спрос потребителей, хорошо знать тенденцию его удовлетворения, рыночную конъюктуру, ибо от этого зависит эффективность агромаркетинга. Кроме того, такие особенности сельскохозяйственного

производства, как сезонность, несовпадение рабочего периода и периода производства влияет на формы и методы агромаркетинга и делает их отличными от форм и методов других видов маркетинга [1, с.46].

3. Земля, ее качество и эффективность использования, как основное средство и предмет производства, определяет объем, ассортимент и качество продукции, придает агромаркетингу свою определенную специфику в процессе его организации и проведения.

4. Эффективность управления агромаркетингом и качество принимаемых управленческих решений в области агробизнеса в значительной степени зависят от четкого функционирования системы маркетинговой информации. Для того, чтобы успешно конкурировать на современном рынке, уже недостаточно ориентироваться на сегодняшние потребности покупателей. Необходимо знать, что они будут предпочитать завтра, т.е. фактически управлять информацией.

Агропромышленными предприятиями страны в настоящее время используются пока отдельные функции и стратегии маркетинговой деятельности, которые не дают должного эффекта. Существующая экономическая ситуация в республике не позволяет большинству товаропроизводителей применять всю систему маркетинга, включающую мероприятия по организации и развития бизнеса в АПК.

Нами были проведены исследования по использованию маркетинга на различных предприятиях РБ.

1. Колхозы, совхозы РБ рассмотрены на примере следующих хозяйств: СПК «Колхоз имени Дзержинского»; СПК «Колхоз имени Заслонова».

2. Сельскохозяйственные предприятия новых форм хозяйствования РБ рассмотрены на примере следующих хозяйств: ЗАО «Мясо-молочная компания»; ОАО «МинскСортСемОвощ».

3. Перерабатывающие предприятия РБ рассмотрены на примере следующих хозяйств: ОАО «Агрокомбинат Дзержинского»; СПК «Колхоз имени В.И. Кремко» (Гродненская область).

4. Фермерские и крестьянские хозяйства РБ рассмотрены на примере следующих хозяйств: КХ «Олимп-Агро»; КХ «Пакуша» (таблица 1).

Таблица 1 – Степень использования маркетинга в деятельности предприятий АПК.

Доля предприятий, применяющих маркетинг, %	Отдельные функции, %	Отдельные стратегии, %	Система маркетинга, %
Колхозы, совхозы	70	20	10
С/х предприятия новых форм хозяйствования	63	30	7
Перерабатывающие предприятия	65	25	10
Фермерские и крестьянские хозяйства	15	55	30

Источник: [3]

Как видно из сложившейся ситуации, менее гибкими в условиях развития рыночных отношений оказываются колхозы и совхозы. Более 70 % хозяйств используют отдельные функции маркетинга, около 30 % осуществляют маркетинговую деятельность, направленную на реализацию товарной и сбытовой стратегии. Всю систему маркетинга не применяет ни одно сельскохозяйственное предприятие.

Основные проблемы, сдерживающие развитие агромаркетинга:

1. Неразвитая рыночная инфраструктура.

2. Недостаток квалифицированных кадров, владеющих опытом маркетинговой работы.

3. Отсутствие полной информации о состоянии внутреннего и внешних рынков продукции сельскохозяйственного происхождения.

4. Недостаток материально-технических и финансовых ресурсов для создания и функционирования службы маркетинга на предприятии (таблица 2).

Таблица 2 – Основные факторы, сдерживающие развитие агромаркетинга

Факторы	Доля предприятий, отметивших данный фактор, %
Неразвитая рыночная инфраструктура	58
Недостаток квалифицированных кадров, владеющих опытом маркетинговой работы	49
Отсутствие полной информации о состоянии внутреннего и внешних рынков продукции сельскохозяйственного происхождения	47
Недостаток материально-технических и финансовых ресурсов для создания и функционирования службы маркетинга на предприятии	43

Источник: [3]

В настоящее время большинство сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий РБ находятся в тяжелом экономическом положении. Среднегодовые объемы производства за 2016-2017 гг. по сравнению с 2014-2015 гг. по хозяйствам всех категорий сократились: зерна на 4,5 %; льноволокна – на 3,7 %; мяса и мясопродуктов – на 1,9 %; молока – на 7,2 %.Снижение производства соответственно отразилось и на реализации продукции.

Одной из главных причин падения реализации продукции являются высокие затраты на ее производство. Поэтому, для сельскохозяйственных предприятий одной из главных задач является снижение затрат на производство продукции, что в дальнейшем должно обеспечить повышение ее конкурентоспособности и, соответственно, увеличение объемов продаж. Спад производства сельскохозяйственной продукции, снижение объемов сбыта на внутреннем и внешних рынках, увеличение импорта в значительной степени обусловлены отсутствием рыночных структур и, в частности, системы маркетинга.

Необходимыми условиями развития маркетинга в АПК являются:

– организация различных форм агромаркетинга;

– создание и функционирование агромаркетинговых коммерческих структур, обслуживающих субъектов хозяйствования;

– оценка результативности маркетинговой деятельности на предприятиях.

Для успешной деятельности агромаркетинговых служб необходимы особые условия организации и развития бизнеса в АПК. Это ряд мероприятий, включающий в себя [2, с.30]:

– формирование спроса и активизацию сбыта продукции в АПК;

– поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между партнерами по агромаркетинговой деятельности;

– формирование благоприятного имиджа и доверия у покупателя к марке предприятия;

– развитие целостной маркетинговой информационной системы по подбору коммуникативных инструментов, таких как пиар, прямой маркетинг, теле-, радио- и

интернет-реклама, облегчающих обмен информацией о выпускаемой сельскохозяйственной продукции;

– объединение в единый управленческий процесс производства и маркетинга с целью выявления на нулевой станции ЖЦТ (жизненный цикл товара) потребностей в том или ином продукте, осуществление научно-исследовательских работ по разработке товаров рыночной новизны, гибкого ценообразования, планирования и прогнозирования, привлечения финансовых и инвестиционных ресурсов.

Рост уровня удовлетворения спроса на товары и услуги АПК на фоне оптимального использования финансовых, материальных и трудовых ресурсов является основным критерием для повышения эффективности работы маркетинговых служб, а насколько эффективно отечественные товаропроизводители используют возможности провести и реализовать свою продукцию для импортозамещения покажет будущее.

Список литературы

1. Заяц, Л.К. Пути укрепления экономики АПК./ Л.К. Заяц. Минск 2014, 112 с.

2. Камилов, М.К., Камилова, П.Д., Камилова, З.М. Маркетинг на предприятиях АПК и проблемы его развития / М.К. Камилов. Минск 2015, 60 с.

3. Современное состояние маркетинга в АПК РБ [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://www.kazedu.kz/referat/175701/2. – Дата доступа: 20.02.2018.

Marketing activity of organizations and enterprises of the Republic of Belarus at various levels has been analyzed. The necessary actions to accelerate the development of agro-marketing services are investigated and the influence of introducing innovations in the activity of farms on the effectiveness of business management in the agro-industrial complex is revealed.

Гончарова Мария Игоревна, студентка 1 курса специальности «Экономика и организация производства в отраслях АПК» факультета предпринимательства и управления, Белорусского государственного аграрного технического университета, Минск, Беларусь. E-mail: mari3goncharova@gmail.com.

Научный руководитель – ***Сырокваш Наталья Александровна,*** старший преподаватель кафедры информационных технологий и моделирования экономических процессов факультета предпринимательства и управления, Белорусского государственного аграрного технического университета, г. Минск, Беларусь. E-mail: n.a.syrokvash.itmep@bsatu.by.

УДК 338.45

А. А. Жарина

ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ ЭКСПОРТА ДУБЛЕНЫХ КОЖ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ КОЖЕВЕННО-ОБУВНОЙ ПОДОТРАСЛИ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В данной статье рассмотрен порядок лицензирования экспорта на предприятиях легкой промышленности Республики Беларусь. В статье проанализирован механизм подготовки, получения и выдачи разовых лицензий на осуществление экспорта дубленых кож за пределы таможенной территории Евразийского экономического союза. Также в данной статье разработан методологический подход к лицензированию процесса реализации на экспорт продукции предприятий кожевенно-обувной подотрасли легкой промышленности.

Современный этап развития белорусского общества предполагает своевременное реагирование на изменяющиеся тенденции развития международных торговых рынков.

Международные организации стремятся к максимальному расширению рынков сбыта своей продукции. В таких условиях представителям белорусского бизнеса все труднее конкурировать с иностранными предприятиями. Именно поэтому для развития национальных товаропроизводителей государство предусматривает различные методы защиты внутреннего рынка. Одним из таких методов, предназначенных для расширения политики импортозамещения и развития производства белорусской обувной отрасли, является лицензирование экспорта.

Механизм лицензирования предполагает оперативное регулирование процедуры экспорта продукции и развитие национальных производств путем уменьшения импорта, что определяет актуальность темы исследования.

Изменяющиеся тенденции развития мирового рынка определяют необходимость расширения глобализационных механизмов взаимодействия стран. Государства объединяются в различные союзы для усиления своего влияния на международной арене и развития бизнеса.

Одним из таких значимых для национальной экономики союзов является Евразийский экономический союз, который вступил в силу 1 января 2015 года. В рамках данного Союза обеспечивается свобода движения товаров, услуг, капитала и рабочей силы, проведение скоординированной, согласованной или единой политики в отраслях экономики, определенных международными договорами в рамках Союза.

Евразийский экономический союз призван создавать условия для стабильного развития экономик государств-членов в интересах повышения жизненного уровня их населения, а также для всесторонней модернизации, кооперации и повышения конкурентоспособности национальных экономик в условиях глобальной экономики.

ЕАЭС осуществляет свою деятельность в пределах компетенции, предоставляемой ему государствами-членами в соответствии с Договором о Союзе, на основе уважения общепризнанных принципов международного права, включая принципы суверенного равенства государств-членов и их территориальной целостности; на основе уважения особенностей политического устройства государств-членов; на основе обеспечения взаимовыгодного сотрудничества, равноправия и учета национальных интересов сторон; на основе соблюдения принципов рыночной экономики и добросовестной конкуренции [1].

Таким образом, осуществление внешнеэкономической деятельности странами-членами данного Союза (в том числе и Республикой Беларусь) осуществляется в рамках данного Договора.

Договор о Евразийском экономическом союзе (далее ЕАЭС) является одним из регуляторов внешнеэкономической активности предприятий в Республике Беларусь. Не исключением являются и предприятия кожевенно-обувной подотрасли легкой промышленности, которые активно осуществляют экспортные операции.

Одним из направлений развития экспорта предприятий кожевенно-обувной подотрасли легкой промышленности является продажа дубленых кож за пределы таможенной территории Евразийского экономического союза.

Законодательством Республики Беларусь предусмотрены механизмы, регулирующие экспорт такой продукции. Основным из этих механизмов является лицензирование вывоза дубленых кож (код 4104 единой Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза (далее – ЕТН ВЭД ЕАЭС)).

Реализация данного механизма осуществляется в соответствии со статьей 47 Договора о Евразийском экономическом союзе, Указом Президента Республики Беларусь от 5 апреля 2016 года № 124 «О государственном регулировании внешнеторговой деятельности» и определяется Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 17 ноября 2017 года № 860 «О временном запрете на вывоз необработанных шкур крупного рогатого скота,

лицензировании экспорта дубленых кож и внесении дополнения в постановление Совета Министров Республики Беларусь от 17 февраля 2012 г. № 156».

Согласно данному Постановлению, экспорт дубленых кож кода 4104 осуществляется по разовым лицензиям, выдаваемым Министерством антимонопольного регулирования и торговли (далее МАРТ) по согласованию с Белорусским государственным концерном по производству и реализации товаров легкой промышленности (далее Беллегпром).

Беллегпром распределяет квоты в натуральном выражении для каждого из предприятий кожевенно-обувной подотрасли легкой промышленности.

Далее согласно данных квот концерн согласовывает заявления предприятий, желающих реализовать свою продукцию на экспорт.

Процедура согласования и выдачи одноразовых лицензий осуществляется следующим образом.

Организация - заявитель (предприятие, желающее осуществить экспорт дубленых кож за пределы таможенной территории ЕАЭС) оформляет Заявление на получение лицензии. Данное заявление необходимо заполнить, используя специализированное программное средство («Программный комплекс ведения базы данных заявлений»). Скачать данную программу («lic.exe») можно совершенно бесплатно на сайте МАРТ. Установка этого Программного комплекса является достаточно простой. В случае возникновения вопросов по работе программы можно обратиться в МАРТ, а также совершенно бесплатно ознакомиться на сайте Министерства с инструкцией по работе программного средства.

Существует специальная инструкция по оформлению такого рода заявлений. Для правильного заполнения заявлений экспортеру необходимо с ней ознакомиться. Данная инструкция утверждена Решением Коллегии Евразийской экономической комиссии от 6 ноября 2014 года № 199.

Согласно данной инструкции, заявление оформляется как в бумажном, так и на электронном носителе.

Заявление на выдачу лицензий на экспорт состоит из восемнадцати граф.

Большинство граф данного заявления представители предприятия, желающего получить лицензию, заполняют сами.

При этом 13-значный номер разовой лицензии, который должен располагаться в первой графе заявления, присваивает Министерство антимонопольного регулирования и торговли. Он проставляется представителем Министерства уже перед выдачей самой лицензии.

При заполнении второй графы заявления на выдачу лицензии «Период действия» необходимо учитывать следующее: период действия лицензии не должен превышать период действия регламентирующего получение лицензий документа. В настоящий период времени вывоз дубленых кож за пределы таможенной территории ЕАЭС разрешен согласно Постановлению от 17 ноября 2017 года № 860, которое действует в период с 20 ноября 2017 по 20 мая 2018 года.

По Постановлению № 860 выдаются только разовые лицензии и на экспорт, что также должно быть учтено при заполнении данного заявления.

Далее заполняются данные по номеру и дате контракта (внешнеторгового договора) с иностранным контрагентом, его наименование и адрес, страна регистрации. Допускается отсутствие номера контракта, при этом делается запись «б/н».

В заявлении также необходимо указать и контактные данные заявителя – организации, желающей получить разовую лицензию. Заполняется наименование, адрес и другие реквизиты заявителя.

При осуществлении экспортных сделок страна регистрации иностранной организации – покупателя может отличаться от страны назначения поставки товара, что также должно отражаться в заявлении на получение разовой лицензии на экспорт. Также допускается

отсутствие конкретных сведений по стране назначения, в таком случае можно писать «В соответствии с условиями контракта (договора)».

Осуществление экспортных поставок предполагает наличие определенного документа, отражающего наименование товара по сделке, его количество, единицу измерения и стоимость. Таким документом может являться спецификация, номер и дату которой также необходимо указать в заявлении.

Для анализа экспортной активности белорусских организаций любые экспортные операции отражаются также в долларах США в виде статистической стоимости. При этом для получения разовой лицензии заполнение данной графы является обязательным.

В случае, если экспортную лицензию желает получить производитель дубленых кож – предприятие-резидент Республики Беларусь, в заявлении необходимо выбрать код страны происхождения «112». Если же страна происхождения (производства) другая, выбирается тот код, который соответствует ее названию.

Одним из важнейших критериев правильности заполнения заявления на лицензию является указание кода товара по ЕТН ВЭД и его описания - здесь указывается полный 10-значный код товара, то есть указываются цифры 4104 и еще 6 цифр кода в соответствии с Единой товарной номенклатурой внешнеэкономической деятельности, при этом далее расшифровывается наименование экспортируемого товара (коммерческое, торговое или иное традиционное).

При изменении существенных условий действия внешнеторговых договоров (контрактов) составляются дополнительные соглашения к ним. В заявлении на получение разовых лицензий на экспорт данные документы также необходимо указывать.

Должностные лица Министерства антимонопольного регулирования и торговли не осуществляют выдачу лицензий без наличия согласования вышестоящих организаций для предприятия. Следует отметить, что в случае с предприятиями кожевенно-обувной подотрасли легкой промышленности свое согласование проставляет должностное лицо концерна «Беллегпром».

Заявление на согласование разовых лицензий подписывает уполномоченное лицо заявителя, в основном, это руководитель предприятия.

Впоследствии представителем МАРТ на основании электронной копии заявления, которую организация-заявитель предоставляет в Министерство, заполняются графы самой разовой лицензии на экспорт.

К заявлению прилагаются копии документов, заверенные печатью, подписью руководителя организации и главного бухгалтера с расшифровками (при наличии). Это должны быть копии контракта (договора) с иностранным партнером, спецификации (приложений, дополнений к контракту), свидетельства о государственной регистрации, лицензий на осуществление лицензируемых видов деятельности, а также оригинал документа, удостоверяющего право представления интересов заявителя (как правило, это доверенность).

Все эти документы вместе заявлением (обязательно в 2-ух оригинальных экземплярах) предоставляются сначала на согласование в концерн «Беллегпром». И только после получения данного согласования документы предоставляются в Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь.

Кожевенному предприятию, желающему осуществить экспорт дубленых кож кода ЕТН ВЭД ЕАЭС 4104, необходимо заранее подготовить все необходимые документы для согласования и выдачи разовых лицензий, так как эти процедуры могут занять до 10-15 рабочих дней. Также организации, согласовывающие и выдающие такие лицензии, находятся в г. Минск. А предоставление документов осуществляется только лично.

Еще одним необходимым условием получения лицензии является оплата государственной пошлины за выдачу лицензий с доходов государственного бюджета, которая составляет для разовой лицензии 5 базовых величин. Оплата должна быть предварительной и при получении лицензии необходимо предоставить копию платежного поручения, заверенного печатью банка заявителя.

После осуществления необходимых согласований и получения лицензии предприятие-экспортер обязано поставить на контроль лицензию в таможенном органе по месту регистрации. В частности, в г. Гродно лицензии ставятся на контроль Гродненской региональной таможней.

При этом, таможенный орган забирает оригинал лицензии и выдает предприятию копию, поставленную на контроль.

При помещении товара под таможенную процедуру экспорта копия лицензии предоставляется в пункт таможенного оформления, и сведения о ней вносятся в экспортную декларацию.

После истечения срока действия выданной разовой лицензии в течение 15 календарных дней организация-экспортер обязана предоставить в МАРТ справку об исполнении лицензии, которую она запрашивает в уполномоченном таможенном органе.

При соблюдении всех этих процедур предприятие кожевенно-обувной подотрасли легкой промышленности может осуществлять экспорт дубленых кож за пределы таможенной территории Евразийского экономического союза [2].

Механизм подготовки, получения и регистрации разовых лицензий предполагает осуществление различных затрат у предприятий. Этот фактор является отрицательным, так как предполагает увеличение себестоимости продукции, в которую данные затраты включаются. Однако, если рассматривать лицензирование как механизм развития политики импортозамещения, который предполагает увеличение продаж кожевенных товаров на территории Республики Беларусь и снижение импорта такой продукции, то данный процесс способствует развитию национальных товаропроизводителей и является положительным фактором развития бизнеса.

Также следует отметить, что для снижения затрат при осуществлении лицензирования экспорта дубленых кож для предприятий кожевенно-обувной подотрасли легкой промышленности необходимо разработать единый свод правил подготовки, получения и регистрации таких лицензий. Руководствуясь таким сводом правил, каждое предприятие смогло бы точно определить, какие конкретно затраты оно понесет при осуществлении лицензирования. Тем самым работники предприятий кожевенно-обувной промышленности смогли бы с достаточной степенью точности подготовить, получить и зарегистрировать во всех необходимых государственных учреждениях разовые лицензии на вывоз дубленых кож за пределы таможенной территории Евразийского экономического союза.

Таким образом, предложенный методологический подход по лицензированию экспортной деятельности предприятия кожевенно-обувной подотрасли легкой промышленности позволяет повысить эффективность экспортных поставок.

Список литературы

1. Вступил в силу Договор о Евразийском экономическом союзе (ЕАЭС) [Электронный ресурс] // Сайт Евразийской экономической комиссии. - Режим доступа: http://www.eurasiancommission.org/ru/nae/news/Pages/01-01-2015-1.aspx. – Дата доступа: 11.12.2017.

2. Инструкция об оформлении лицензии [Электронный ресурс] // Сайт Евразийской экономической комиссии. - Режим доступа: http://www.eurasiancommission.org/ru/docs/projects/Lists/ProjectsList/Attachments/245/2%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5%201.pdf. – Дата доступа: 11.12.2017.

This article examines the procedure for licensing exports at light industry enterprises of the Republic of Belarus. The article analyzes the mechanism for preparing, receiving and issuing one-time licenses for the export of tanned leather outside the customs territory of the Eurasian Economic Union. Also in this article has been developed a methodological approach to licensing the process of exporting the products of enterprises of the leather and footwear sub-sector of light industry.

Жарина Айна Александровна, магистрант 1 курса специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: ajna_g@mail.ru.

Научный руководитель – ***Карпицкая Марина Евгеньевна,*** декан факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, кандидат экономических наук, доцент, Гродно, Беларусь. E-mail: m.karpickaya@grsu.by

УДК 339.137.22

Д. И. Земляная

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Проанализированы факторы конкурентоспособности предприятий и выпускаемой продукции. На основе анализа деятельности предприятий Республики Беларусь выявлена зависимость уровня и темпов их развития от наличия конкуренции.

В современных условиях вопросы конкурентоспособности предприятия не теряют своей актуальности. В общем виде, конкурентоспособность – это сравнительное преимущество.

На сегодняшний день предприятий, выпускающих однородную продукцию, огромное количество. Между ними существует жесткая конкуренция. И выпуск качественной, недорогой, конкурентоспособной продукции по сравнению с аналогами – главная задача любого предприятия в любой стране.

Развитие конкуренции включает в себя не только общесистемные мероприятия, но и отраслевое направление работы. В связи с дефицитностью ресурсов встает новая проблема – экономия ресурсов у потребителей за счет упрощения конструкции, повышения качества продукции и управления всеми процессами.

Важнейшими факторами конкурентоспособных отечественных предприятий являются высокое качество производства и управления, быстрое обновление ассортимента выпускаемой продукции, поиск новых рыночных ниш, планомерное повышение качества работы на протяжении всего производственного процесса. И каждое предприятие стремится сделать все, чтобы его продукция была конкурентоспособной. Соответственно, определяются и различные направления в повышении конкурентоспособности современных предприятий.

Позицию совершенствования конкурентных преимуществ рассмотрим на примерах основных белорусских предприятий, работающих в сфере добывающей промышленности: РУПП «Гранит» и КУП «Кубгранит».

РУПП «Гранит» – крупнейший в Европе комплекс по добыче и переработке плотных горных пород, основанный в 1975 г. на гранитном карьере «Микашевичи». Основным видом продукции является щебень, который востребован как на отечественном строительном рынке, так и в ближнем зарубежье. В 1996 г. в этом же районе был создан КУП «Кубгранит», занимающийся производством той же продукции. Таким образом, с 1996 г. два предприятия

стали находиться в равных условиях, занимаясь одним и тем же видом деятельности, что неизбежно привело к возникновению конкуренции не только за высокий уровень продаж по стране, но и за возможность выхода на мировой рынок.

РУПП «Гранит» и КУП «Кубгранит» изначально находились в равных стартовых условиях (источник сырья, местоположение и прочие условия: климатические, физические и т.п.), если не брать в расчет время функционирования РУПП «Гранит» до создания КУП «Кубгранит», и ориентировались на следующие факторы:

- снижение себестоимости продукции;
- повышение уровня качества продукции;
- определение цены, которая будет более привлекательна для потребителя.

Для обеспечения конкурентного преимущества КУП «Кубгранит» сделало ставку на современное оборудование и сравнительно новейшие технологии, что обусловило существенную разницу в средней цене на производимую продукцию и позволило сократить различия в среднегодовом доходе. Помимо этого, был сделан упор на единственное в стране производство товара (бутового камня), что привело к повышенному спросу и, соответственно, повышению уровня прибыли.

В свою очередь, РУПП «Гранит» опиралось на количество производимого товара, уровень импорта и связи с другими государствами. Так, к примеру, в Словакии среднегодовой доход от производства нерудных материалов составляет 220 млн. евро, и филиал предприятия является одним из источников получения дохода в данной стране. Многолетнее сотрудничество в данной ситуации сыграло немаловажную роль в формировании лидирующей позиции РУПП «Гранит» на рынке страны и даже Европы (рисунок 1, 2).

Рисунок 1 – Сферы деятельности РУПП «Гранит»

Источник: собственная разработка автора

Рисунок 2 – Сферы деятельности КУП «Кубгранит»

Источник: собственная разработка автора

Щебень, производимый рассматриваемыми предприятиями, является одним из наиболее распространенных и доступных видов природных ископаемых. Среднегодовой доход от производства непосредственно щебня у РУПП «Гранит» составляет $1{,}8 * 10^8$ руб. У КУП «Кубгранит» же доход составляет в среднем $1{,}8 * 10^7$ руб.

Щебень обладает четкими техническими характеристиками, к которым можно отнести:

- фракционность – средний габаритный размер частиц кусковых сыпучих материалов;
- лещадность – коэффициент соотношения количества гладких кусков к общей массе зерен;
- плотность – определяет вес единицы объема;
- прочность – сопротивляемость внешним механическим воздействиям (марка по дробимости, марка по истираемости и т.п.);

Наглядно характеристики щебня РУПП «Гранит» и КУП «Кубгранит» представлены в таблицах 1-2.

Таблица 1 – Сравнительный анализ щебня предприятий-конкурентов по техническим характеристикам

Характеристика	Щебень, производимый РУПП «Гранит»		Щебень, производимый КУП «Кубгранит»	
	Из плотных горных пород	Кубовидный	Гранитный	Кубовидный
Фракция, мм	• 5-10 • 5-20 • 10-20 • 20-40 • 40-70	• 5-10	• 40-70	• 5-10 • 15-20 • 10-20
Коэффициент насыпной плотности, т/м^3	• 1,38 • 1,41 • 1,40 • 1,40 • 1,39	• 1,40	• 1,37	• 1,39 • 1,39 • 1,40
Плотность, кг^3/м	• 1250 • 1280 • 1350 • 1370 • 1400	• 1430	• 1400	• 1380 • 1380 • 1400

Продолжение таблицы 1

Лещадность, %	• Не более 10 • Не более 10 • Не более 10 • Не более 15 • Не более 15	• Не более 10	• Не более 10	• Не более 10 • Не более 10 • Не более 15
Марка по дробимости	Не ниже М 1200			
Марка по истираемости	Не ниже И1			
Радиоактивность, Бк/кг	• Не более 370 • Не более 370 • Не более 370 • Выше 370 • Выше 370	• Не более 370	• Не более 370	• Не более 370 • Не более 370 • Не более 370

Источник: собственная разработка автора

Таблица 2 – Сравнение параметров щебня

Параметры оцениваемой продукции	РУПП «Гранит»	КУП «Кубгранит»
Цена за 1т. (среднее значение, BYN)	15, 39	19, 52
Эргономичность	Высокая	
Рекламная стратегия	Высокая (выход на страны ЕС)	Средняя (распространение по РБ)
Уровень наличия брака	Средний	

Источник: собственная разработка автора

С учетом того, что щебень применим ко многим отраслям промышленности: строительство, сельское хозяйство, и т.п., можно утверждать, что РУПП «Гранит» и КУП «Кубгранит» занять определенные позиции было сложно как на внутреннем, так и на мировом рынке, особенно с учетом одинакового исходного материала.

В связи с этим исследуемые предприятия изменили направления своей деятельности, что и позволило РУПП «Гранит» и КУП «Кубгранит» сосуществовать и сотрудничать на одном рынке – рисунок 3.

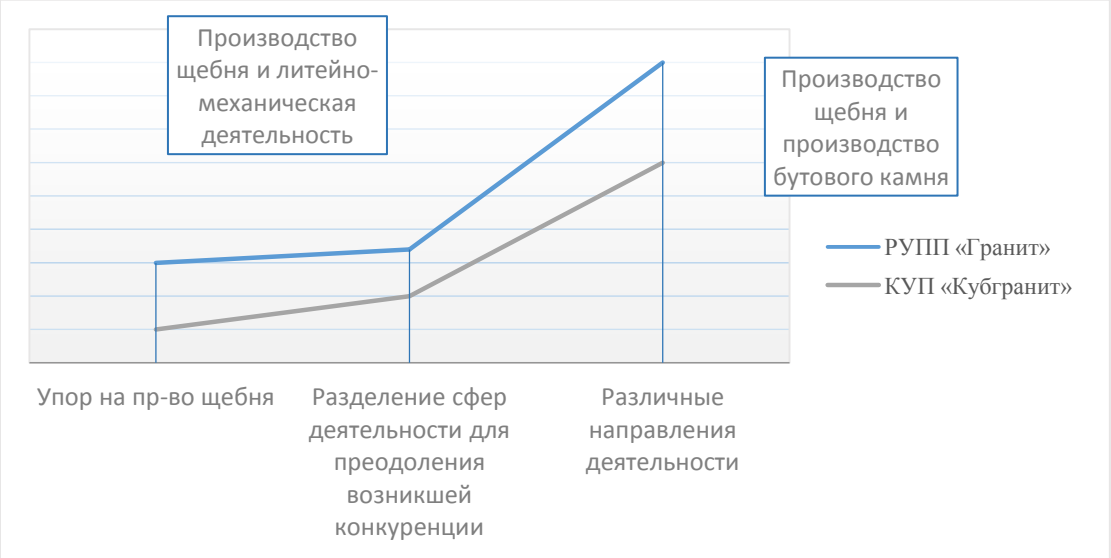


Рисунок 3 - Разделение сфер деятельности РУПП «Гранит» и КУП «Кубгранит»

Источник: собственная разработка автора

Таким образом, после частичной смены направлений ключевой деятельности оба предприятия выиграли, получив одновременно и позиции на мировом рынке и обширную потребительскую базу, что привело к повышению дохода и общего уровня их развития.

В рамках коммерческой деятельности для любого самостоятельного предприятия или фирмы ключевыми факторами успеха в конкурентной борьбе являются: завоевание устойчивого финансового положения на рынке; наличие передовой технологии и высокого потенциала собственных научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок; умение проводить и эффективно использовать маркетинговые исследования; способность к маневрированию за счет изменения качественных и ценовых характеристик реализуемого товара, а также оказания комплекса услуг, включающих инжиниринговые, консалтинговые, технического обслуживания, услуги транспорта, связи, посреднические и др.; наличие собственной сети снабжения и сбыта, обслуживаемых опытными специалистами; реализация действенной рекламы и системы связи с общественностью; анализ слабых и сильных сторон основных фирм-конкурентов на основе объективной информации [1, с.142].

Выпуск конкурентоспособной продукции и ее реализация завершают кругооборот хозяйственных средств предприятия, что позволяет ему выполнять обязательства перед государственным бюджетом, банком по ссудам, рабочими и служащими, поставщиками и возмещать производственные затраты. Поэтому категория конкурентоспособности является одной из ключевых, а повышение конкурентоспособности и, как следствие, рост экспорта являются средствами для повышения уровня жизни населения страны [2, с.327].

Таким образом, конкурентоспособность является одним из ключевых элементов обеспечения грамотного развития какого-либо предприятия. На примере РУПП «Гранит» и КУП «Кубгранит» видно, каким образом можно повысить уровень конкурентоспособности, выбирая новые пути развития предприятия.

Независимо от того, идет ли ожесточенная конкурентная борьба или уровень конкуренции невысок, для каждого предприятия необходимым является разработка успешной стратегии, которая обеспечит превосходство над конкурентами и укрепит позиции перед покупателями. Даже самая лучшая стратегия, направленная на достижение конкурентного преимущества, зависит от силы позиций конкурентов.

Список литераттуры:

1. Портер, М. Конкуренция. / М. Портер [и др.]. – США 2010. – 592 с.
2. Портер, М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран. / М. Портер, [и др.]. – США 2017. – 454 с.
3. КУП «Кубгранит» [Электронный ресурс], 2013 – Режим доступа: http://kybgranit.by/, свободный. – Дата доступа: 20.03.2018.
4. КУП «Кубгранит» история [Электронный ресурс], 2013 – Режим доступа: http://kybgranit.by/index.php/predpriyatie, свободный. – Дата доступа: 20.03.2018.
5. РУПП «Гранит» [Электронный ресурс], 2015 – Режим доступа: https://granit.by/свободный. – Дата доступа: 20.03.2018.
6. Архитектура и строительство. РУПП «Гранит» [Электронный ресурс], 2010 – Режим доступа: http://arcp.by/ru/enterprise/granit-rupp-0. – Загл. с экрана. – Дата доступа: 20.03.2018.

In modern conditions, it is especially important for each enterprise to assess the current market environment correctly in order to offer effective means of competition. These means of competition must meet the current market situation in the Republic of Belarus and trends in it's development, as well as characteristics of a particular production.

Земляная Дарья Игоревна, студентка 2 курса специальности «Дизайн (графический)» факультета искусств и дизайна Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.

Научный руководитель – ***Бедретдинова Елена Николаевна***, старший преподаватель кафедры международного бизнеса и маркетинга факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: Bedretdinova_en@grsu.by.

УДК 339.1

О. В. Клевченя, А. А. Римша

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ОБЪЕКТОВ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В данной статье отражено место и значение сферы общественного питания в современных рыночных условиях. Приведена структура современных форматов предприятий. Выявлены основные проблемы и перспективы их развития. Дана статистическая информация состояния данной отрасли Республики Беларусь.

В нашей стране в настоящее время медленными темпами развивается отрасль общественного питания, при этом общественное питание несет в себе важное социальное и экономическое значение, которое проявляется в создании условий, облегчающих и улучшающих жизнь людей. Поэтому, необходимо качественное развитие и изменение сферы услуг вообще, и в том числе, сферы общественного питания [2, с. 35].

На сегодняшний день существует несколько форматов предприятий общественного питания: фаст-фуд, стрит-фуд, рестораны, кафе, бары, кофейни, пиццерии, предприятия общественного питания направления фри-фло и др. В основном преобладают предприятия демократичного формата, рассчитанные на потребителя в среднем ценовом сегменте. Но наряду с такими заведениями развиваются и дорогие рестораны – концептуальные и авторские.

Часто встречается представление структуры общественного питания следующими предприятиями:

– гастрономические рестораны;
– корпоративное питание;
– быстрое обслуживание;
– социальное питание.

Принимая во внимание наличие большого числа разных классификаций предприятий питания и большую размытость критериев классификации, авторы поддерживают нижеприведенную точку зрения на виды предприятий, рисунок [4].

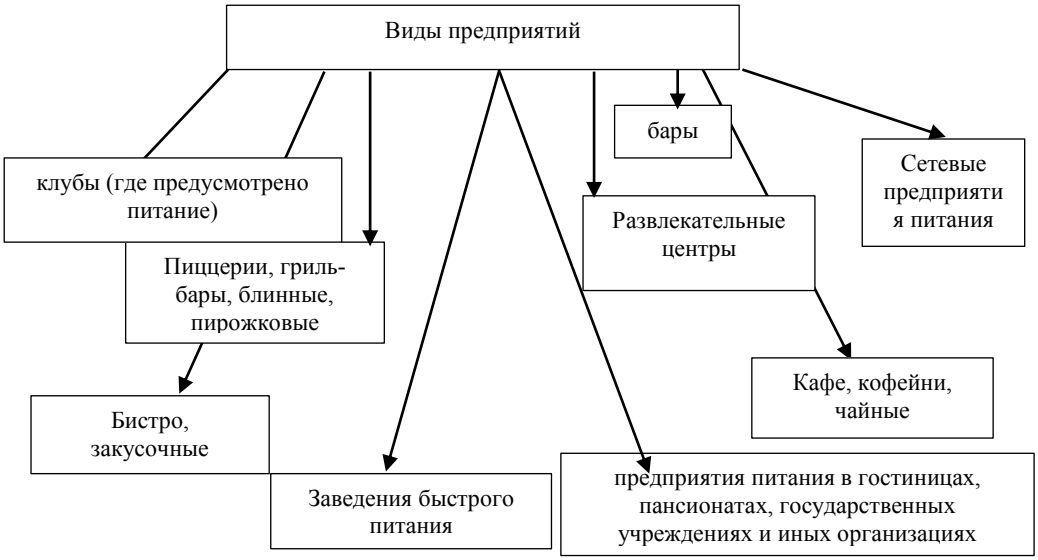


Рисунок – Виды предприятий общественного питания

Источник: собственная разработка на основании данных [1, с. 5-6]

В новых условиях ведения хозяйственной деятельности развитие общественного питания и решение проблем, мешающих эффективной работе отрасли, занимают большое место в экономике страны и отдельных регионов. Развитие общественного питания и важность этой сферы подтверждается тем, что она создает основу для удовлетворения жизненно важных потребностей человека. В общественном питании в последнее время значительно возросла роль нововведений, причем в разных проявлениях – и в производстве услуг, и в расширении их количества, и в усилении требований к их качеству.

В Беларуси работает 12779 объектов общественного питания, в которых одновременно могут разместиться 769,7 тыс. посетителей. На 1 тыс. человек в Беларуси приходится 1,4 объекта общепита. Для сравнения: в Китае – 6, в Италии – 5, в России – менее 1. Наибольшее количество расположено в Минске, Гомельской и Минской областях.

Говоря о кафе и ресторанах, можно сказать, что в РБ на 9,5 млн. чел. приходится более 2,4 тыс. кафе и ресторанов, тогда как на 12,4 млн. чел. в г. Москва число ресторанов и кафе составило 7,9 тыс., в Нью-Йорке – при населении в 8,5 млн. чел. – 25 тыс. кафе и ресторанов, в Париже – на 2,2 млн. чел. – около 10 тыс. кафе и ресторанов – то есть, можно сказать, что данный рынок в РБ находится на стадии развития [3].

Ежегодно в стране открывается более 200 заведений, а прекращают свое функционирование 157 объектов, или 37,3 % от количества введенных, таблица.

Таблица – Состояние рынка общественного питания в Республике Беларусь

Показатель	2014	2015	2016	Относительные изменения (прирост), %	
				2015/2014	2016/2015
Количество объектов общественного питания	12179	12 545	12 779	+3,00	+1,87
Места в объектах общественного питания, тыс.	763,2	768,5	769,7	+0,69	+0,16
Число мест в объектах общественного питания в расчете на 10 000 человек населения	805	809	810	+0,50	+0,12
Товарооборот общественного питания, тыс. руб.	1591,0	1698,7	1904,7	+6,77	+12,13

Источник: [3]

Из таблицы видно, что число объектов общественного питания в 2016 году по сравнению с 2015 годом увеличилось на 1,87 %. Данные изменения связаны с тем, что осуществлялось открытие в зонах комплексного торгового обслуживания (торговые центры) ресторанов в форме фуд-кортов, развития инфраструктуры торговых объектов придорожного сервиса.

От общего количества введенных объектов 50 % составляют пункты быстрого обслуживания. Всего, согласно данным торгового реестра, в Беларуси насчитывается 3208 таких объектов, их удельный вес – 40 %, в том числе более 40 работают под мировыми брендами на основе франчайзинга.

Существует ряд проблем, с которыми сталкиваются объекты общественного питания в Республике Беларусь:

1) нет существующей, как в Европе, культуры посещения кафе и ресторанов. Для них походы в заведения – естественный образ жизни. У нас это появится, когда общепит, чиновники и посетители пойдут навстречу друг другу. Традиция обедать или ужинать не дома у нас появится тогда, когда это станет по карману (низкие реальные доходы населения 514,9 руб., что в 10 раза меньше, чем в Испании);

2) одной из проблем являются трактовки Министерства внутренних дел, согласно которым, обязательными условиями работы заведения, реализующего спиртные напитки, является присутствие кнопок тревожной сигнализации, камеры видеонаблюдения и (или) системы охранной сигнализации. Только установка этого оборудования стоит около 100 миллионов рублей;

3) прессинг со стороны проверяющих органов. Объекты общественного питания живут от проверки до проверки. Кухня стала как хирургический кабинет, где можно оперировать людей.

4) потребительский экстремизм. Клиенты иногда чувствуют вседозволенность – приносят с собой свои продукты и не реагируют на замечания администратора;

5) жильцы домов, в которых находятся объекты против размещения заведений в своих домах;

6) высокий уровень текучести кадров;

7) высокая арендная плата (по ресторанам около 50 руб/м2) – из-за завышенной арендной платы более 30 % ресторанов сегодня убыточны: государству выгодней сдавать недвижимость под офисы, потому что для них помещения сдаются дороже.

Одной из главных перспектив объектов общественного питания считается душевность. Это то, что отмечают как наши земляки, так и гости из-за рубежа. Второй аспект – то, что у нас недорого, особенно для туристов.

Важным нововведением стало предоставление субъектам хозяйствования права самостоятельно устанавливать режим работы принадлежащих им розничных торговых объектов и объектов общепита, режим работы без (вне) торговых объектов, торговых центров, рынков. Исключение составляет режим работы таких объектов после 23:00 и до 07:00, который подлежит согласованию с местными исполнительными и распорядительными органами по месту нахождения таких объектов.

Создавать объекты общепита без подразделения их на типы и классы и разрабатывать для них ассортиментные перечни без учета требований обязательного ассортиментного перечня, утвержденного МАРТ.

Изготавливать и реализовывать продукцию общепита с объемной долей этилового спирта более 7 % путем смешения и (или) настаивания готовых алкогольных напитков с иными пищевыми продуктами. Для изготовления такой продукции не потребуется лицензия и подтверждение соответствия.

Самостоятельно определять порядок оформления и учета счетов при расчетах официантами (барменами) покупателей [4].

Определять наценку на производимые и реализуемые на территории Республики Беларусь в объектах общепита в розлив алкогольные напитки крепостью свыше 28%.

При нынешних реальных доходах населения в Республике Беларусь будет более целесообразно развивать и открывать дешевые объекты общественного питания (закусочные, рюмочные, бары, объекты fast-food). Из-за низкой национальной идеи объектов общественного питания – культура посещения ресторанов снижается – рестораны уходят с рынка. Это подтверждается низким уровнем реальных доходов населения. В РБ необходимо делать упор больше на свою национальную кухню, осуществлять инновационный веб-мониторинг, применять интерактивное меню, on-line бронирование столиков во всех ресторанах. Также необходимо проводить в РБ Международные кулинарные фестивали/кубки, как это реализуется в других странах (Российская Федерация, Испания, Германия, Италия, Украина и другие), таким образом развивать культуру посещаемости заведений общественного питания.

Говоря о перспективах и недостатках отрасли общественного питания, целесообразно предположить, что нужно обратить внимание на то, как сделать данную отрасль привлекательной и доступной по ценовому и территориальному факторам для массового потребления, сохранив при этом прибыль и потенциал роста для отдельного предприятия. Перспективами развития общественного питания по некоторым направлениям являются:

1) развитие объектов быстрого обслуживания;

2) развитие кейтеринга;

3) развитие придорожного сервиса.

В определенных районах Республики Беларусь на сегодняшний день создана безвизовая зона, что имеет большое значение для создания и модернизации туристской инфраструктуры. Поскольку услуги питания являются неотъемлемой частью туристского пакета, наличие различных предприятий, оказывающих качественные услуги питания, вносит существенный вклад в формирование имиджа города/региона (туристского центра). На сегодняшний день существует безвизовая зона для 80 стран мира.

Безвизовые туристы за 2017 год потратили в РБ более 200 млн. долл. США. За это время областные центры и окрестности посетили свыше 100 тыс. туристов из 65 стран мира. Более 63% из них приехали в составе организованных групп.

Таким образом, общественное питание является важным структурным элементом социальной инфраструктуры. Роль общественного питания достаточно значима и направлена на выполнение главной функции социальной инфраструктуры – создание комплекса условий для развития туризма. Несмотря на положительные тенденции в сфере торговли и общественного питания, остаются нерешенными многие вопросы.

Список литературы

1. Василенко, З. В. Предприятия общественного питания. Организация производства : учеб. пособие / З. В. Василенко, Т. И. Пискун. – Минск : Беларусь, 2007. – 214 с.

2. Кутаева, Т. Н. Общественное питание в системе потребительских услуг / Т. Н. Кутаева, Е. А. Кутаева // Вестник НГЭИ. – 2013. – № 3 (22). – С. 125.

3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://belstat.gov.by/. – Дата доступа: 05.03.2018.

4. О внесении изменений и дополнений в постановление Министерства торговли Республики Беларусь, 4 окт. 2010 г., № 26: Постановление Министерства торговли Республики Беларусь, 3 авг. 2012 г., № 22 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2012. – № 2.

5. О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь / Закон Респ. Беларусь от 8 янв. 2014 г., № 128-З // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.

6. Панова, Л. А. Организация производства на предприятиях общественного питания в экзаменационных вопросах и ответах: учеб. пособие / Л. А. Панова. - 3-е изд. – М.: Дашков и К0, 2007. – 320 с.

In this article the place and significance of the sphere of public catering in modern market conditions is reflected. The structure of modern formats of enterprises is given. The main problems and prospects of their development are revealed. The statistical information of the state of the industry of the Republic of Belarus is given.

Клевченя Ольга Вячеславовна, магистрант 1 курса специальности «Финансы, денежное обращение и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: klevchenya00@mail.ru.

Римша Артур Анатольевич, магистрант 1 курса специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: 8888artur@mail.ru.

Научный руководитель – ***Витун Светлана Емельяновна,*** к.э.н., доцент, доцент кафедры «Финансов и бухгалтерского учета» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: s.vitun@grsu.by.

УДК 339.35

Т. А. Кулевич

ОРГАНИЗАЦИЯ РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА В ФИРМЕННОЙ ТОРГОВЛЕ

Рассмотрены и проанализированы тенденции развития фирменной торговли в Республике Беларусь, организация розничного товарооборота на примере фирменного магазина с кофейней СОАО «Коммунарка» г. Гродно. Предложены мероприятия по развитию розничного товарооборота.

Розничный товарооборот относится к числу важнейших показателей не только плана-прогноза деятельности конкретной организации, но и экономического и социального развития как региона, так и всей страны. Он оказывает влияние, как на производство, так и на потребление. Большая часть розничного товарооборота непосредственно связана с личным потреблением и покупательными фондами населения.

Рост продажи товаров розничной торговлей может быть обусловлен, с одной стороны, непрерывным ростом производства товаров народного потребления и, с другой – повышением покупательской способности населения. Ее развитию присущи закономерности, в которых отражаются происходящие в стране экономические и социальные процессы, которые взаимосвязаны. Так снижение инвестиций в реальный сектор экономики приводит к разрушению научно-производственного потенциала страны, утрате основных производственных фондов и источников их воспроизводства, сокращению оборотного капитала и к уменьшению объема производства, что отражается на размерах розничного товарооборота. Рост денежной массы в стране, девальвация рубля, инфляция, сокращение покупательской способности населения приводит к негативным изменениям в объеме и структуре розничного товарооборота.

Розничный товарооборот отражает состояние национальной экономики, эффективность производства и управления процессом товародвижения, степень развитости рынка и его конъюнктуру [2, с. 44].

Как экономическая категория товарооборот представляет собой результат экономических отношений, складывающихся между субъектами хозяйствования по поводу обмена денежных средств на товары и услуги, а как показатель деятельности торговых организаций – это объем продажи товаров и услуг в денежном выражении за определенный период времени.

Как результат деятельности торговой организации товарооборот показывает, насколько правильно организована продажа товаров и эффективно используется торговый потенциал; он является доказательством наличия экономических предпосылок для получения необходимого объема дохода, развития ресурсного потенциала, повышения степени удовлетворения платежеспособного спроса покупателей конкретного сегмента рынка. От объема товарооборота зависят платежеспособность, ликвидность, финансовая устойчивость торговой организации, возможность ее дальнейшего развития, повышения имиджа и конкурентоспособности, рост благосостояния торговых работников [1, с. 89].

Розничная продажа товаров может осуществляться следующими участниками:

* хозяйствующими субъектами, занятыми в сферах розничной торговли и общественного питания и рассматривающими их как основную деятельность (магазины, киоски, аптеки, автозаправочные станции, рестораны, кафе и др.);

* юридическими лицами, занимающимися торговлей, однако не считающими торговую деятельность основной (фирменные магазины, магазины – структурные подразделения оптовых организаций и др.);

* предпринимателями (коллективными и индивидуальными), реализующими товары на вещевых, смешанных и продовольственных рынках [1, с. 90].

В условиях перехода к рыночной экономике, а тем более при полном функционировании рыночных отношений особую актуальность приобретает вопрос о повышении эффективности фирменной торговли. Её развитие во многом зависит от применения совершенной технологии, рационального использования торговых площадей, оснащения магазинов современным, высокопроизводительным торговым оборудованием. Основная цель фирменной торговли (кроме изучения и прогнозирования спроса, активной рекламы) заключается в обеспечении бесперебойности продвижения изделий промышленности на рынок. Поэтому скорость реализации товаров является важнейшим критерием эффективности торговли. Отечественный и зарубежный опыт подтверждает, что наиболее эффективной формой продажи является самообслуживание, которое позволяет при наименьших трудовых и материальных затратах добиваться наиболее высокой эффективности труда работников фирменных магазинов и улучшать качество обслуживания

населения. Покупатель самостоятельно может познакомиться с продаваемыми товарами, отобрать понравившиеся ему значительно быстрее, чем в магазине с прилавками.

Переход Республики Беларусь к рыночной экономике создал условия для развития предпринимательской деятельности в сфере потребительского рынка. Одним из наиболее прогрессивных и перспективных направлений развития торговли стало зарождение и развитие сети фирменных магазинов производственных предприятий [3, с. 116].

Фирменные магазины являются составной частью розничной торговой сети города и осуществляют свою деятельность в условиях конкуренции с другими субъектами хозяйствования.

Основными задачами фирменного магазина в соответствии с Типовым положением являются:

* реализация преимущественно продукции, произведенной учредителем магазина или полученной в обмен на такую продукцию;

* обеспечение образцовой торговли, широкого и устойчивого ассортимента товаров, высокой культуры обслуживания;

* изучение и формирование спроса населения, учет замечаний покупателей о соответствии потребительских свойств товаров установленным требованиям, сроках службы, надежности изделий;

* эффективное воздействие на изготовителей по обновлению ассортимента и улучшению качества, повышению конкурентоспособности товаров;

* организация предпродажной подготовки товаров, доставки их покупателям, сборки и установки, гарантийного и послегарантийного обслуживания;

* продажа запасных частей и комплектующих изделий к реализуемым товарам, а также сопутствующих товаров, оказание других услуг, связанных с торговым обслуживанием населения.

Причиной развития фирменных магазинов является необходимость ускорения оборота материальных и денежных ресурсов промышленных предприятий. Зарабатывание денег предприятиями необходимо для дальнейшего их производственного и социального развития, а также оплаты труда работников. Быстрая реализация, а, следовательно, и ускорение оборота средств, вложенных в производство товаров, взаимосвязаны между собой. Хозрасчёт, самофинансирование и самоуправление вынуждает работать с полной отдачей на рынок, что требует от работников промышленности комплексного изучения рынка, знания потребителя, целенаправленной торговой, ассортиментной, ценовой, рекламной и другой политики.

Тенденции развития фирменной торговли в Республике Беларусь можно отследить по основным показателям фирменной торговли (см. таблицу 1).

Таблица 1 – Основные показатели фирменной торговли Республики Беларусь по данным Национального статистического комитета Республики Беларусь за 2010 – 2016 гг.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Розничный товарооборот фирменной торговли, млрд. руб.	1 497,2	2 882,4	4 569,5	5 521,6	7 997,5	9 649,1	1 284,3*
Темп роста розничного товарооборота фирменной торговли, %	-	192,5	158,5	120,8	144,8	120,7	133,1

Продолжение таблицы 1

Удельный вес розничного товарооборота фирменной торговли в розничном товарообороте организаций торговли, процентов	3,7	3,9	3,4	3,1	3,7	3,4	4,1
Структура розничного товарооборота фирменной торговли, в процентах к итогу	100	100	100	100	100	100	100
Продовольственные товары	60,6	58,8	63,7	59,3	50,6	50,0	39,7
Непродовольственные товары	39,4	41,2	36,3	40,7	49,5	50,0	60,3
Число магазинов фирменной торговли, единиц Из них:	667	674	685	717	981	1 124	1 495
Продовольственные	284	295	297	321	411	413	481
Непродовольственные	371	368	377	388	570	711	1 014
Удельный вес магазинов фирменной торговли в числе магазинов республики, процент	1,7	1,6	1,6	1,6	2,0	2,3	2,8
Торговая площадь магазинов фирменной торговли, тыс. кв.м	83,1	84,1	86,4	95,8	131,8	164,7	221,4
Продовольственные	46,7	48,8	50,2	57,6	37,0	37,8	40,0
Непродовольственные	35,3	34,2	35,2	37,4	93,8	126,9	181,4
Примечание: *Миллионов рублей (с учетом деноминации уменьшение в 10 000 раз)							

*Источник***:** [4, с. 127]

Как видно из данных таблицы 1 удельный вес розничного товарооборота фирменной торговли в розничном товарообороте организаций торговли в 2016 году составил 4,1% и возрос на 0,4 процентных пункта к 2010 году, что свидетельствует о том, что темпы роста розничного товарооборота фирменной торговли опережают темпы роста розничного товарооборота организаций торговли. Этому способствовало увеличение числа магазинов фирменной торговли и их торговых площадей. Число магазинов фирменной торговли увеличилось к 2010 году на 828 единиц и составило в 2016 году – 1495 магазинов. Также в 2016 году увеличились торговые площади магазинов фирменной торговли на 138,3 тыс. кв. м по сравнению с 2010 годом и составили 221,4 тыс. кв. м. В общем числе магазинов возрастает доля непродовольственных магазинов фирменной торговли.

Динамику розничного товарооборота продовольственных и непродовольственных товаров в фирменной торговле можно проследить по данным таблицы Национального статистического комитета Республики Беларусь (см. таблицу 2):

Таблица 2 – Розничный товарооборот продовольственных и непродовольственных товаров в фирменной торговле Республики Беларусь по данным Национального статистического комитета Республики Беларусь за 2010 – 2016 гг.

Годы	Розничный товарооборот, млрд. руб.	В том числе		Удельный вес продовольственных товаров в розничном товарообороте фирменной торговли, процентов
		продовольственные товары	непродовольственные товары	
(в фактически действовавших ценах)				
2010	1 497,2	906,9	590,3	60,6
2011	2 882,4	1 695,5	1 186,9	58,8
2012	4 569,5	2 910,3	1 659,2	63,7
2013	5 521,6	3 275,1	2 246,5	59,3
2014	7 997,5	4 045,2	3 952,3	50,6
2015	9 649,1	4 827,4	4 821,7	50,0
2016	1 284,3*	510,0	774,3	39,7
Примечание: *Миллионов рублей (с учетом деноминации уменьшение в 10 000 раз)				

Источник: [4, с. 129]

По данным таблицы 2 можно сделать вывод, что с 2010 года по 2015 год преобладала доля розничного товарооборота продовольственных товаров, а в 2016 году удельных вес продовольственных товаров в розничном товарообороте фирменной торговли составил 39,7%, что на 10,3% меньше по сравнению с 2015 годом и на 20,9% меньше по сравнению с 2010 годом, что следует рассматривать как положительную тенденцию, свидетельствующую о росте уровня качества жизни населения.

Фабрика «Коммунарка» является одним из крупнейших производителей кондитерских изделий в Республике Беларусь. Она входит в состав Белорусского государственного концерна пищевой промышленности «Белгоспищепром». Владельческий надзор осуществляет ГУ «Главное управление потребительского рынка Мингорисполкома».

Девиз фабрики «Коммунарка»: «Через качество и безопасность продукции к качеству жизни – качественной жизни качественную продукцию!»

Миссия фабрики «Коммунарка»: производство конкурентоспособных кондитерских изделий для максимального удовлетворения существующих и предполагаемых потребностей и обеспечения удовлетворения потребностей государства, общества, акционеров, персонала.

Видение фабрики «Коммунарка»: в течение последующих пяти лет стать современной, рыночно ориентированной организацией, имеющей сбалансированную структуру и устойчивое положение на рынке кондитерских изделий Республики Беларусь, стран ближнего и дальнего зарубежья.

В настоящее время в Республике Беларусь функционирует 18 фирменных магазинов «Коммунарка»: г. Минск, г. Бобруйск, г. Брест, г. Витебск, г. Гомель, г. Гродно, г. Кобрин, г. Могилев, г. Щучин.

Рассмотрим организацию розничного товарооборота на примере фирменного магазина с кофейней СОАО «Коммунарка» в. Гродно.

Фирменный магазин с кофейней СОАО «Коммунарка» в г. Гродно по адресу ул. Виленская, 2 открылся 13 февраля 2017 года. Магазин расположен в историческом центре города, включает кафетерий и торговый зал. Общая площадь фирменного магазина с кофейней «Коммунарка» составляет 192 м^2, среднесписочная численность работников — 14 человек. Режим работы с 9.00 до 21.00, без обеденного перерыва и выходных.

Проанализируем розничный товарооборот фирменного магазина с кофейней СОАО «Коммунарка» г. Гродно за период работы по новому адресу: март 2017 г.– январь 2018 г. (таблица 3).

Таблица 3 – Анализ розничного товарооборота фирменного магазина с кофейней СОАО «Коммунарка» г. Гродно за март 2017 г. – январь 2018 г., бел. руб.

Период	Товарооборот, бел. руб.	Отклонение(по сравнению с предыдущим месяцем), бел. руб.	Темпы роста (по сравнению с предыдущим месяцем), %
Март 2017	66612,51	-	-
Апрель 2017	53548,02	-13064,49	80,4%
Май 2017	51507,97	-2040,05	96,2%
Июнь 2017	45519,80	-5988,17	88,4%
Июль 2017	57613,49	12093,69	126,6%
Август 2017	59359,27	1745,78	103,0%
Сентябрь 2017	68613,11	9253,84	115,6%
Октябрь 2017	63148,19	-5464,92	92,0%
Ноябрь 2017	57902,14	-5246,05	91,7%
Декабрь 2017	161291,70	103389,55	278,6%
Январь 2018	54934,12	-106357,57	34,1%

Источник: собственная разработка на основании данных фирменного магазина с кофейней СОАО «Коммунарка» г. Гродно

Как видно из данных таблицы 3, наблюдаются изменения товарооборота под влиянием сезонных факторов и праздников в марте и декабре месяце.

Рассчитаем среднемесячные показатели эффективности использования трудовых ресурсов (товарооборот на одного сотрудника) торговой организации и среднемесячный товарооборот на 1м^2 общей площади магазина в динамике за 2015-2017 гг. (таблица 4).

Таблица 4 – Среднемесячный товарооборот фирменного магазина с кофейней СОАО «Коммунарка» г. Гродно за 2015-2017 гг., бел. руб. деноминированных

Показатель	2015 год	2016 год	2017 год	Темп роста 2016 года к 2015 году, %	Темп роста 2017 года к 2016 году, %
Среднемесячный товарооборот	37700,00	35641,67	67277,30	94,5	188,8
Среднемесячный товарооборот на 1 работника	9425,00	8910,42	4805,52	94,5	53,9
Среднемесячный товарооборот на 1 м^2 общей площади	798,73	755,12	350,40	94,5	46,4

Источник: собственная разработка на основании данных фирменного магазина с кофейней СОАО «Коммунарка» г. Гродно

По данным таблицы 4 можно сделать вывод, что в 2017 году среднемесячный товарооборот увеличился по сравнению с 2015 и 2016 годами, но среднемесячный

товарооборот на 1 сотрудника и среднемесячный товарооборот на 1м^2 общей площади по годам снижается, в связи с увеличением численности работников и торговой площади в новом магазине, т.е. необходимо совершенствовать организацию розничного товарооборота в фирменном магазине.

Объем розничного товарооборота фирменного магазина может возрасти за счет:

- улучшения обеспеченности и эффективности использования товарных ресурсов;
- повышения эффективности использования трудовых ресурсов;
- повышения эффективности использования материально-технической базы.

Кроме того, экономической службе СОАО «Коммунарка» необходимо разрабатывать прогнозы развития товарооборота на предстоящий период и вести контроль за ходом реализации прогнозных показателей.

Это позволит руководству предприятия и его службам оперативно решать вопросы обеспечения и эффективности использования всех видов ресурсов, добиться ритмичного и равномерного развития товарооборота в течение года и по отделам фирменного магазина.

Развитию розничного товарооборота фирменного магазина с кофейней СОАО «Коммунарка» г. Гродно будет способствовать осуществление ряда мероприятий, направленных на продвижение продукции предприятия-производителя кондитерской продукции:

1. Совершенствование системы материального стимулирования труда работников фирменного магазина (внедрение сдельной оплаты труда).
2. Размещение рекламы в автобусах, троллейбусах и на телевидении г. Гродно.
3. Организация выставок и проведение дегустаций.
4. Проведение маркетинговых исследований изучения покупательского поведения потребителей и внедрение на их основе программ лояльности.

Таким образом, вышеуказанные мероприятия позволят увеличить объемы розничных продаж и их доходность в фирменном магазине с кофейней СОАО «Коммунарка» г. Гродно.

Список литературы

1. Валевич, Р.П. Экономика организаций торговли: учеб. пособие / Р.П. Валевич, Г.А. Давыдова. – Минск: БГЭУ, 2010. – 671 с.
2. Лебедева, С.Н. Экономика торгового предприятия: учеб. пособие /С.Н. Лебедева, Н.А. Казиначников, А.В. Гавриков. – Минск: Новое знание, 2007. – 240 с.
3. Пилипук, А.В. Фирменная торговля и роль маркетинга / А.В. Пилипук // Маркетинг в России и за рубежом. – 2009. – №3. – С.111–119.
4. Розничная и оптовая торговля, общественное питание в Республике Беларусь: стат. сборник / Нац. стат. комитет Респ. Беларусь. – Минск, 2016. – 228 с.

The tendencies of development of firm trade in Republic of Belarus, the organization of retail trade on the example of firm shop with coffee shop of SOAO "Kommunarka" Grodno are considered and analysed. Proposed measures for the development of retail trade.

Кулевич Татьяна Александровна, студентка 4 курса специальности «Коммерческая деятельность» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E–mail: tkulevich@inbox.ru

Научный руководитель – ***Андрушко Раиса Вячеславовна,*** магистр экономических наук, старший преподаватель кафедры международного бизнеса и маркетинга факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: raisav1008@tut.by.

УДК 339.5

И. А. Кулинич

РЕГУЛИРОВАНИЕ БЕСПОШЛИННОГО ВВОЗА ТОВАРОВ В ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛЕ

В статье дана характеристика тенденций развития электронной торговли и практики регулирования беспошлинного ввоза товаров в международных почтовых отправлениях, приобретенных в рамках электронной торговли. Проведен анализ пороговых значений, при превышении которых перестает действовать принцип беспошлинного ввоза. Определены актуальные изменения в регулировании беспошлинного ввоза товаров в международных почтовых отправлениях в Беларуси, в других странах Евразийского экономического союза и в соседних с Беларусью странах.

В условиях формирования и развития информационного общества термин «электронная торговля» используется часто и имеет разные определения. Рассматривают электронную торговлю как особую форму совершения сделок, как современную методологию бизнеса, как «электронное ведение бизнеса». Таможенное управление определяет электронную торговлю следующим образом: все транзакции, заключенные в цифровой форме через компьютерную сеть, такую как Интернет, которые приводят к потокам физических товаров, подлежащих таможенным формальностям.

Развитие электронной торговли открывает выход на международный рынок для большого количества компаний среднего и малого бизнеса, которые раньше не имели такой возможности из–за существенных издержек на осуществление внешнеэкономической деятельности. Опытные фирмы благодаря электронной торговле увеличивают охват клиентской аудитории. Межфирменная (межкорпоративная) электронная торговля стимулирует внедрение платежно–расчетных систем. Создание здоровой конкуренции, устранение многочисленных посредников и повышение прозрачности сделок в электронной торговле являются хорошим стимулом для развития экономики. Даже в период спада деловой активности объем продаж интернет–магазинов значительно увеличивался, и электронная торговля заняла прочное место во многих отраслях экономики.

Объем Интернет–торговли по отдельным странам представлен на рисунке:

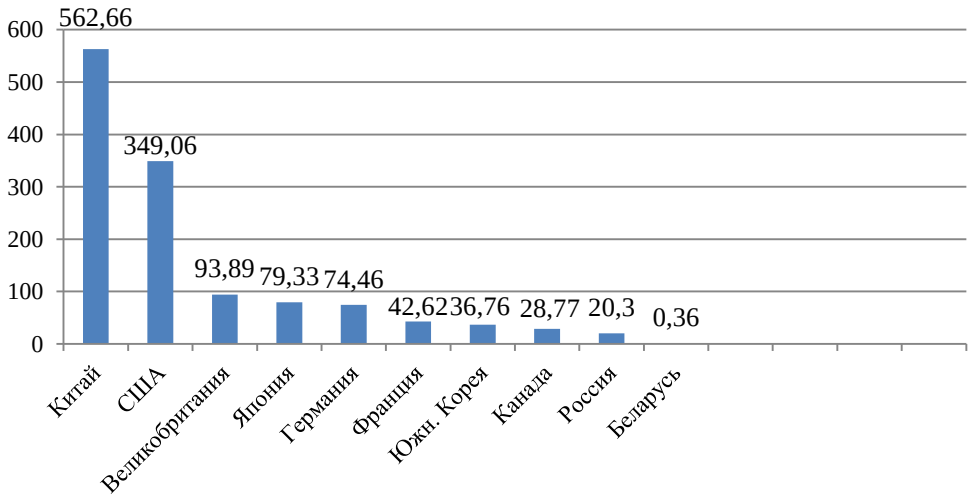


Рисунок – Объемы мировой Интернет–торговли в 2016 г., млрд. долл. США

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

Интенсивный рост объемов Интернет-торговли сопровождается увеличением количества перемещаемых товаров в мелких пакетах, бандеролях, посылках. В таких условиях таможенные органы сталкиваются на практике с большим количеством небольших поставщиков и покупателей, что в разы увеличивает интенсивность таможенных операций и риск ввоза запрещенных либо ограниченных к ввозу товаров. Кроме того, появляются варианты для уклонения от уплаты таможенных платежей, преимущественно НДС, благодаря возможности дробления партий, каждая из которых подпадает под необлагаемый таможенными пошлинами и налогами минимум. Это негативно отражается на доходах государственного бюджета.

Основная доля электронной торговли приходится на торговлю между фирмами. Но за последнее десятилетие международная Интернет-торговля стала удобным и привычным способом приобретения гражданами разнообразных товаров. Обращает на себя внимание широчайший ассортимент товаров в интернет-магазинах, но, конечно, самая основная причина ее популярности – это относительно низкие цены. Это объясняется тем, что на пути от продавца к покупателю товар не облагается налогами, как в стране отправления, так и в стране назначения, в том числе НДС и налогом на прибыль. Результатом такой привлекательности условий является непрерывный рост объемов почтовых отправлений.

Так, в 2016 году подведомственное Министерству связи и массовых коммуникаций Российской Федерации предприятие «Почта России» обработала рекордное количество международных почтовых отправлений с товарным вложением – 225 млн. ед. С 2012 года этот показатель увеличился в десять раз. По сравнению с 2015 годом объем посылок вырос почти на 100 млн. ед.

В Беларуси аналогичная тенденция роста международных почтовых отправлений с товарным вложением. В 2016 году в адрес белорусских получателей поступило 12,7 млн международных почтовых отправлений, в то время как в 2015 году – 11,8 млн. ед. Объем начисленных таможенных платежей увеличился в 3,5 раза [4].

Совет Евразийской экономической комиссии 20 декабря 2017 года установил новые правила ввоза товаров физическими лицами. Принято решение «Об отдельных вопросах, связанных с товарами для личного пользования». В нем определены стоимостные, весовые и количественные нормы, в пределах которых товары для личного пользования могут ввозиться в Евразийский экономический союз без уплаты таможенных пошлин и налогов, а также размер пошлины за превышение установленных лимитов. В частности, уменьшена таможенная пошлина за превышение норм беспошлинного ввоза товаров для личного пользования. В концепцию поэтапного снижения лимитов попали и товары, доставка которых покупателю из-за рубежа осуществляется посредством международных почтовых отправлений или перевозчиком, в том числе покупки в зарубежных интернет-магазинах [5].

Согласно решению, с 1 января 2018 года установлен лимит в 1000 евро и 31 кг в течение одного календарного месяца. С 1 января 2019 года в течение одного календарного месяца без уплаты таможенных пошлин, налогов можно будет заказать товары на общую сумму до 500 евро и весом не более 31 кг.

С 1 января 2020 года нормы беспошлинного ввоза будут снижены до 200 евро и 31 кг. При этом будут сняты все ограничения по времени и количеству заказов. Кроме того, вместе с нормами беспошлинного ввоза с 1 января 2020 года будет существенно снижена величина таможенной пошлины за превышение лимитов. Если в 2018-2019 годах за превышение нормы придется заплатить 30 % стоимости, но не менее 4 евро за 1 кг веса в части превышения стоимостной и (или) весовой нормы, то уже в 2020 году – 15 % от стоимости, но не менее 2 евро за 1 кг «перевеса». При этом страны могут вводить дополнительные ограничения, снижающие нормы беспошлинного ввоза.

Международные почтовые отправления, пересылаемые между государствами-членами Евразийского экономического союза, считаются внутрисоюзными почтовыми отправлениями, не подлежат таможенному контролю. В отношении них не совершаются таможенные операции, не уплачиваются таможенные платежи.

В настоящее время в странах ЕАЭС действуют разные ставки беспошлинного ввоза.

В Беларуси беспошлинно из-за границы в течение одного календарного месяца в адрес одного получателя в международных почтовых отправлениях (государственные почтовые службы и EMS) могут перемещаться товары для личного пользования в пределах суммы, эквивалентной 22 евро. Товары для личного пользования – это товары, предназначенные для личных, семейных, домашних и других, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности, нужд физических лиц. При превышении лимита – 22 евро – необходимо оплатить 30 % таможенной пошлины от суммы превышения, но не менее 4 евро за 1 кг. Не ограничивается количество посылок в календарный месяц, ограничивается лишь их суммарная стоимость в 22 евро [10].

В России беспошлинно из-за границы в течение одного календарного месяца в адрес одного получателя в международных почтовых отправлениях (государственные почтовые службы и EMS) могут перемещаться товары для личного пользования (за исключением неделимых товаров) в пределах суммы, эквивалентной 1000 евро, и максимального веса 31кг. При превышении данных лимитов необходимо оплатить 30 % таможенной пошлины от суммы превышения, но не менее 4 евро за 1 кг [2].

В отношении доставки товаров курьерскими службами нормативы следующие:

- курьерская служба UPS: лимит стоимости покупки для физических лиц – 200 евро;
- курьерская служба DHL приостановила доставку для физических лиц, доступными остались магазины из небольшого списка;
- курьерская служба FedEx: для получателей в Москве – на сумму до 200 евро, а для всех остальных городов / регионов – на 75 долл. США [7].

Страны-соседи Беларуси имеют специфические лимиты в отношении ввоза товаров в международных почтовых отправлениях. Так, в Украине беспошлинно из-за границы в международных почтовых отправлениях могут перемещаться товары, суммарная таможенная стоимость которых не превышает 150 евро. Данная норма ограничивает стоимость одной посылки, но не ограничивает их количество. Для курьерских служб дополнительные лимиты не установлены, условия получения посылок уточняются в украинских представительствах данных служб. В случае превышения стоимости или веса насчитывается пошлина 10 % + НДС на стоимость превышения [3].

Для жителей Литвы, Польши и Латвии беспошлинные лимиты на иностранные коммерческие посылки – 22 евро, если в этой посылке нет акцизного товара. Для частных посылок (от одной физического лица другому) налог выше – 45 евро. Если стоимость почтового отправления больше, то оно будет облагаться налогом на добавленную стоимость. В Литве ставка НДС составляет 21 %.

В Польше, если посылка оценивается менее чем в 150 евро, она освобождается от таможенного налога, но облагается НДС по ставке 23 % [8]. Если стоимость посылки превышает 150 евро, к НДС добавляется еще и ввозная пошлина, а также расходы таможенных посредников или почтовых декларантов. В Литве эта пошлина равна 2,5 %, в Польше зависит от категории товара – от 3 % до 8 % [9]. В государствах-членах Евросоюза нет ограничений по весу и количеству почтовых отправлений [6]. В таблице 1 представлены стоимостные и весовые ограничения по беспошлинному ввозу товаров в отдельных странах.

Таблица 1 – Лимиты стоимости и веса для беспошлинного ввоза товаров в почтовых отправлениях в 2018 году

Страна	Суммарная стоимость (евро)	Вес отправления (кг.)
Беларусь	22	10
Россия	1000	31
Казахстан	1000	31
Армения	350	30
Украина	150	50
Литва	22	нет
Латвия	22	нет
Польша	150	нет

Источник: собственная разработка автора на основании данных [3, 5, 8, 9].

В 2014 году Министерство финансов Российской Федерации предлагало снизить порог беспошлинного ввоза до 150 евро и массой не более 10 кг. Министерство финансов разработало принципиально различные варианты ограничения беспошлинного ввоза – одна посылка в месяц или без ограничения количества посылок (каждая стоимостью до 150 евро). Министерство экономического развития Российской Федерации, которому было поручено доработать предложения ведомств, считало целесообразным установить порог на уровне 500 евро. Затем было принято решение унифицировать этот порог со странами Евразийского экономического союза. Таким образом, в России единого мнения относительно перспективы регулирования Интернет-торговли не существует. Казахстан в настоящее время планирует сохранять условия международной Интернет-торговли.

Совет Евразийской экономической комиссии на заседании 4 февраля 2015 года решил сохранить действующие в странах-участницах Евразийского экономического союза нормы беспошлинного ввоза товаров для личного пользования, пересылаемых в международных почтовых отправлениях до вступления в силу Таможенного кодекса Евразийского экономического союза [5].

Снижение порогов на беспошлинный ввоз товаров из зарубежных интернет-магазинов может сыграть положительную роль в развитии электронной торговли государств, в том числе и в Беларуси. С одной стороны, это стимулирует развитие электронной торговли в отечественном бизнесе. Интернет-посылки – это крупный сегмент на рынке, и попытки ограничения являются еще одной мерой, направленной на активизацию внутреннего производства товаров. Однако, данная мера может привести к удорожанию продукции, ограничению конкуренции, снижению возможностей по удовлетворению разнообразных потребностей для населения. Регулирование беспошлинного ввоза товаров и снижение лимитов осуществляется в интересах белорусских производителей, способствует росту поступлений в государственный бюджет.

Таким образом, в государствах-членах Евразийского экономического союза, за исключением Республики Беларусь и Республики Армения, действуют низкие нормативы беспошлинного ввоза товаров для личного пользования в международных почтовых отправлениях. Учитывая темпы роста ввоза товаров в международных почтовых, в перспективе может существенно вырасти нагрузка на почтовые и таможенные службы. Также возможно формирование определенных рисков для национального бизнеса в области электронной торговли, и рост объема товаров, приобретаемых для коммерческой реализации под видом товаров личного пользования.

Список литературы

1. Статистический отдел Организации Объединенных Наций [Электронный ресурс]: – Режим доступа: https://unstats.un.org. – Дата доступа: 04.02.2018.

2. О представлении президенту Российской Федерации предложения о подписании соглашения о порядке перемещения физическими лицами товаров для личного пользования через таможенную границу таможенного союза и совершения таможенных операций, связанных с их выпуском [Электронный ресурс]: постановление Правительства РФ от 17.06.2010 №446 // Правительство России. – Режим доступа: http://government.ru. – Дата доступа: 04.02.2018.

3. Таможенный кодекс Украины [Электронный ресурс]: 13 марта 2012 г. № 4495-VI: принят Верховной Радой Украины 13 марта 2012 г. – Режим доступа: https://online.zakon.kz/document/?doc_id=31162565. – Дата доступа: 04.02.2018.

4. Государственный таможенный комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]: – Режим доступа: www.mf.gov.pl/ministerstwo-finansow. – Дата доступа: 04.02.2018.

5. Об отдельных вопросах, связанных с товарами для личного пользования [Электронный ресурс]: Распоряжение Евразийской экономической комиссии от 7 ноября 2017 г. № 145// Евразийская экономическая комиссия. – Режим доступа: https://docs.eaeunion.org/docs/ru-ru/01415167/clco_09112017_145. – Дата доступа: 04.02.2018.

6. Регламент Совета Европейского Союза 1186/2009 от 16 ноября 2009 г., устанавливающий систему освобождений от уплаты таможенных пошлин на территории стран Сообщества: 1186/2009: принят 16.11.2009: вступил в силу 16.11.2009 [Электронный ресурс]: Совет Европейского союза. – Режим доступа: http://base.garant.ru/2571087/ – Дата доступа: 04.02.2018.

7. Министерство Финансов Российской Федерации [Электронный ресурс]: – Режим доступа: https://www.minfin.ru/ru – Дата доступа: 04.02.2018.

8. Ministerstwo Finansów Rzeczypospolitej Polskiej [Электронный ресурс]: – Режим доступа: www.mf.gov.pl. – Дата доступа: 04.02.2018.

9. Lietuvos Respublikos finansų ministerija [Электронный ресурс]: – Режим доступа: http://finmin.lrv.lt. – Дата доступа: 04.02.2018.

10.О перемещении через таможенную границу Таможенного союза в Республике Беларусь товаров для личного пользования [Электронный ресурс]: Указ Президента Респ. Беларусь, 21.06.2014, № 360 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.

In the article the characteristic of tendencies of development of electronic trade and practice of regulation of duty-free import of the goods in the international mail items got in the framework of electronic trade is given. The analysis of threshold values is carried out, at excess of which the principle of duty-free import ceases to operate. Important changes in the regulation of duty-free importation of goods in international postal items in Belarus, in other countries of the Eurasian Economic Union and in neighboring countries have been determined.

Кулинич Ирина Андреевна, студентка 2 курса специальности «Таможенное дело» юридического факультета Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: irina_kulinich@mail.ru.

Научный руководитель – ***Рапецкая Светлана Ипполитовна,*** старший преподаватель кафедры международного бизнеса и маркетинга факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: svetip@inbox.ru

УДК 339.138

Е. Н. Ломейко

ИНФОРМАЦИОННАЯ БАЗА ИССЛЕДОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ОАО «ГРОДНЕНСКИЙ КОНСЕРВНЫЙ ЗАВОД»

«Информация – нефть 21 века». В данной статье рассмотрена необходимость в достоверной, а главное, своевременной информации в маркетинговой деятельности. Рассмотрена информационная база исследования организации маркетинговой деятельности на ОАО «Гродненский консервный завод». Выявлена необходимость корректировки маркетинговой деятельности на заводе.

Главным конечным итогом деятельности любого предприятия является удовлетворение потребностей клиента. А с помощью маркетинга, а именно изучения рынка, системы ценообразования, прогнозирования и угадывания предпочтения клиентов, эффективно поддерживая связь с ними, можно не только удовлетворить нужды потребителей, но и получить прибыль для своего предприятия. Это приводит к тому, что ни одно предприятие в системе рыночных отношений не может нормально функционировать без правильного управления маркетингом на предприятии.

Процесс анализа, планирования, реализации и контроля за ходом выполнения плана маркетинга основывается на информации о потребителях, конкурентах, возможностях предприятия, дилерах и других силах, действующих на рынке. Исходя из этого, очевидно, что в современных условиях для того, чтобы успешно функционировать и динамично развиваться на рынке, необходимо располагать полной, достоверной, а главное своевременной информацией по всем направлениям предпринимательской деятельности [1, с.200].

Актуальность данной темы состоит в том, что правильность и ценность управленческих решений в маркетинге в значительной мере зависит от информационного обеспечения процесса управления. Цель использования маркетинговой информации, прежде всего, в уменьшении неопределенности в процессе принятия управленческих решений.

Система маркетинговой информации – это постоянно действующая система взаимосвязи людей, оборудования и методических приёмов, предназначенная для сбора, классификации, анализа, оценки и распространения актуальной, своевременной и точной информации для использования её распорядителями сферы маркетинга с целью совершенствования планирования, претворения в жизнь и контроля реализации маркетинговых мероприятий [2, с.101].

Маркетинговая информация позволяет предприятию снизить риски; получить конкурентные преимущества на основе постоянного анализа рыночной конъюнктуры; упорядочить производственно-коммерческую деятельность и составить с определенной степенью вероятности прогноз будущего развития ситуации на рынке.

Система маркетинговой информации включает в себя: систему внутренней отчетности, систему сбора внешней текущей информации, систему маркетинговых исследований, систему анализа маркетинговой информации.

У любого предприятия существует внутренняя отчётность, к которой относятся показатели текущего сбыта, суммы издержек, объёмы материальных запасов, движения денежной наличности, данные о кредиторской и дебиторской задолженности. Применение информационной сети на предприятии позволяет создать эффективные системы внутренней отчётности. Так, при наличии такой системы, возможно из любой точки запросить необходимые сведения, например, о наличии товара на складе и получить ответ не только о

наличии бумаги на складе, но и при её отсутствии, ответ на вопрос, когда и в каком количестве она будет поставлена.

Система сбора внешней текущей маркетинговой информации представляет собой набор источников и методических приёмов, посредством которых руководители предприятия получают повседневную информацию о событиях, происходящих в коммерческой среде. Руководители предприятий могут применять следующие методы сбора такой информации:

- изучение специальных и новостных сайтов в сети Интернет;
- чтение газет, книг, специальных изданий, беседы с поставщиками и другими лицами, не являющимися штатными работниками фирмы;
- обмен сведениями с другими руководителями и сотрудниками предприятий;
- опросы продавцов, которые постоянно фиксируют информацию от покупателей:
- назначение специалистов по сбору внешней маркетинговой информации (особенно о конкурентах);
- покупка сведений у сторонних поставщиков внешней текущей информации (существуют специальные фирмы по сбору информации о ценах на товар, доле рынка, подборе рекламы конкурентов);
- организация специальных отделов по сбору и распространению текущей маркетинговой информации, в которых сотрудники просматривают Интернет и наиболее важные издания в поисках новостей, составляют обзоры и рассылают их управляющим по маркетингу. В этих отделах ведут досье интересующих фирму сведений. Это резко повышает качество информации, поступающей к управляющим по маркетингу.

Таким образом, имеется довольно много источников, которые каждая фирма может использовать при создании информационной базы маркетинга.

Рассмотрим организацию маркетинговой деятельности на ОАО «Гродненский консервный завод».

За управление маркетингом на ОАО «Гродненский консервный завод» отвечает руководитель коммерческого отдела, в чьи функции входит:

- осуществление разработки маркетинговой политики на основе анализа потребительских свойств производимой продукции и прогнозирования потребительского спроса и рыночной конъюнктуры;
- обеспечение участия отдела в составлении перспективных и текущих планов производства и реализации продукции, определение новых рынков сбыта и новых потребителей;
- координация деятельности всех функциональных подразделений по сбору и анализу коммерческо-экономической информации, созданию банка данных по маркетингу продукции предприятия;
- организация подготовки и заключения, изменения и исполнения договоров с поставщиками и покупателями, согласование условий и сроков поставок, изучает возможность и целесообразность установления прямых хозяйственных долгосрочных связей;
- координация деятельности складов готовой продукции и др.

Начальник коммерческого отдела подчиняется непосредственно заместителю директора.

В своей деятельности начальник коммерческого отдела руководствуется:

1. Нормативными, инструктивными и методическими материалами по вопросам деятельности предприятия и организации маркетинга, оценке финансово-экономического состояния и ёмкости рынка.
2. Стандартами на продукцию предприятия
3. Политикой предприятия в области качества и безопасности.

4. Документацией СМК и НАССР, регламентирующей работы, выполняемые начальником коммерческого отдела.

5. Уставом предприятия.

Организационную структуру коммерческого отдела на ОАО « Гродненский консервный завод» можно представить следующим образом (рисунок).

Рисунок – Организационная структура управления маркетингом на ОАО «Гродненский консервный завод»

Источник: собственная разработка автора на основании данных внутренней отчётности завода

Такая структура является линейной, и представляет собой взаимодействие руководителя и подчиненных. Применяется в основном на низших ступенях управления. Достоинствами этой структуры управления являются – быстрая реакция работников и возможность внесения корректировок в выполнение задания руководителем. Недостаток состоит в том, что руководитель должен обладать всем объемом знаний, необходимых для осуществления процесса управления.

Продвижением товара на экспорт занимаются специалисты по внешнеэкономической деятельности, которые проводят маркетинговые исследования, мониторинг и диагностику потенциальных рынков сбыта, выявляют новые сегменты рынка и свободные рыночные ниши для продвижения.

Проведение маркетинговых исследований осуществляют путём сбора и систематизации информации по конъюнктуре потенциальных и имеющихся рынков сбыта продукции предприятия. Информацию при проведении маркетинговых исследований получают при сборе заявок, поступающих от потребителей, при опросах покупателей в местах реализации продукции завода (при проведении дегустаций), при изучении периодических изданий (статей, информационных справочников, каталогов, прайс-листов и т.д.). Выявляются основные предприятия-конкуренты на рынке РБ и внешних рынках. Изучается информация о видах продукции, выпускаемой конкурентами, её стоимости, преимуществах и недостатках. В рамках исследовательской деятельности специалистами предприятия проводятся мероприятия по изучению потребительских свойств выпускаемой продукции путем проведения дегустаций, презентаций.

Вся полученная информация систематизируется, анализируется. Результаты исследований представляются руководству предприятия, руководителям структурных подразделений для использования при планировании, изменении и расширении ассортимента выпускаемой продукции.

В перспективе для расширения сбыта готовой продукции на внешнем рынке, появляется необходимость в торговой марке, способной закрепить в сознании потребителей устойчивый образ продукции, как это делается в настоящее время практически всеми основными конкурентами предприятия.

Одним из главных направлений является закрепление покупателей продукции на новых рынках путем участия специалистов ОАО «Гродненский консервный завод» в ярмарках, покупательских конференциях, а также путем активной рекламы выпускаемой продукции в журналах, газетах, каталогах.

Рассмотрим показатели сбыта готовой продукции на ОАО «Гродненский консервный завод», которые являются показателем эффективности работы маркетинговой деятельности. Завод специализируется на производстве овощных консервов, фруктовых и овощных соков, переработке овощей, фруктов и ягод, производстве пюре-полуфабрикатов.

Основными рынками сбыта продукции на ОАО «Гродненский консервный завод» являются: внутренний рынок Республики Беларусь – (95,2 %); внешний рынок Российской Федерации – (4,8 %).

В течение 2017 года продукция отгружалась в адреса 117 контрагентов Республики Беларусь. Основными покупателями по наибольшему объему продукции явились КШП Ленинского и Октябрьского районов, отделы образования администраций и райисполкомов, коммерческие организации – ООО «Ромелана», ЧУП «Рулада», ОАО «Магол», ООО «Винторгснаб», ИП Химорода Ольга Александровна, ЧТУП «АйсГлобал».

Изучив географию рынка экспорта установлено, что в 2017 году продукция отгружалась в адреса 2 контрагентов ООО «Северная РУСЬ» г. Санкт-Петербург, ООО «Хипп Логистик» РФ. Проанализируем основные показатели сбыта продукции на внутреннем рынке (таблица 1).

Таблица 1 – Реализация отдельных видов продукции на внутреннем рынке за 2017 г.

Наименование продукции	Объем реализации в натуральном выражении (тонн)	Выручка от реализации продукции, тыс. рублей	Себестоимость реализованной продукции, тыс. рублей	Прибыль от реализации тыс. рублей
Соки	376,01	335,88	638,56	-302,68
Безалкогольные напитки	210,24	114,41	312,81	-198,4
Консервы овощные без уксуса	570,44	1 223,79	1 263,21	-39,42
Консервы овощные с уксусом	126,21	152,37	245,35	- 92,98
Кетчупы, соусы	16,03	49,74	69,14	- 19,4
Джемы	12,34	27,13	34,53	-7,4
Фрукты консервированные прочие	210,0	105,33	159,54	-54,21
ВСЕГО	1 521,27	2 008,65	2 723,14	-714,49

Источник: собственная разработка автора на основании данных внутренней отчётности завода

Исходя из данных, представленных в таблице 1, можно говорить о том, что основными продуктами, реализуемыми на внутреннем рынке, являются: консервы овощные без уксуса,

соки и безалкогольные напитки. В целом видно, что продукция реализовывалась ниже себестоимости, что в итоге принесло убытки.

Теперь рассмотрим основные показатели эффективности сбыта готовой продукции на внешнем рынке (таблица 2).

Таблица 2 – Анализ эффективности реализации продукции на внешнем рынке за 2017 г.

Наименование продукции	Выручка от реализации продукции, тыс. рублей	Себестоимость реализованной продукции, тыс. рублей	Прибыль от реализации тыс. рублей	Рентабельность реализованной продукции, %
Повидло (барабан)	1,13	3,15	-2,02	-64,0
Пюре яблочное	99,42	166,94	-67,52	-40,4
Пюре морковное	1,52	0,91	0,61	66,9
ВСЕГО	102,07	171,0	-68,93	-40,31

Источник: собственная разработка автора на основании данных внутренней отчётности завода

Анализируя объём реализации продукции, можно отметить, что организация сбыта продукции на внутреннем и внешнем рынках ОАО «Гродненский консервный завод» отрицательно влияет на его финансовое состояние. Здесь следует отметить как недостаточно эффективную работу маркетинговой службы общества, так и непосредственно условия и порядок реализации продукции.

Производство на любом предприятии должно быть не ради производства, а ради потребления. Поэтому ОАО «Гродненский консервный завод» необходимо провести ряд изменений в ассортиментном перечне, предложить новые виды продукции, убрать нерентабельную продукцию. Целесообразно провести активную маркетинговую политику, тем самым увеличивать объём продаж и расширять рынок сбыта.

Маркетинговая деятельность на заводе должна обеспечить:

– надежную, достоверную и своевременную информацию о рынке, структуре и динамике конкретного спроса, вкусах и предпочтениях покупателей, информацию о внешних условиях деятельности предприятия;

– создание такого товара, набора товаров (ассортимента), который более полно удовлетворяет требованиям рынка, чем товары конкурентов;

– необходимое воздействие на потребителя, на спрос, на рынок, обеспечивающее максимально возможный контроль сферы реализации.

Очевидно, что без правильного управления маркетингом на заводе, не будут достигнуты ни высокая прибыль, ни рост объема сбыта, ни увеличение доли рынка. Развитие маркетинга на заводе продолжится, если будут созданы соответствующие условия.

Список литературы

1. Акулич, И.Л. Маркетинг: учеб. пособие / И.Л. Акулич, И. З. Герчиков; под общ. ред. И. Л. Акулича. – Минск: Интерпрессервис, 2003. – 397 с.

2. Бронникова, Т.С. Маркетинг: учеб. пособие/ Т.С. Бронникова, А.Г. Чернявский – Таганрог: ТРТУ, 1999. – 110с.

The article describe that the correctness and value of management decisions in marketing largely depends on the information support of the management process. Also discussed marketing activity of the joint-stock company «Grodno cannery».

Ломейко Екатерина Николаевна, студентка 2 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: Lomeyko.2015@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: rabtzevich2011@yandex.by.

УДК 330.322:34(476)

И. А. Лосик

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ СПОРЫ И ИХ УРЕГУЛИРОВАНИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Проанализированы основные виды инвестиционных споров и особенности их урегулирования в Республике Беларусь. На основе имеющейся судебной практики исследованы наиболее распространенные виды инвестиционных споров и решения по ним. Определено значение совершенствования системы урегулирования инвестиционных споров для привлечения иностранных инвестиций в национальную экономику.

Одним из основных направлений развития международных экономических отношений на современном этапе является усиление межгосударственного инвестиционного сотрудничества, что обусловлено потребностями глобализации на всех уровнях. Международные и национальные тенденции в экономической сфере свидетельствуют о заинтересованности стран с переходной экономикой в повышении инвестиционного рейтинга государства и, как следствие, в увеличении объемов привлечения иностранных инвестиций. Очевидно, что устойчивое развитие государства непосредственно связано с его способностью привлечь иностранный капитал в сферы экономики, которые в этом особенно нуждаются: иностранные инвестиции представляют собой необходимые ресурсы для развития инфраструктуры, модернизации отраслей экономики, перераспределения средств в те отрасли экономики, в развитии которых наиболее заинтересовано государство.

Изучение теоретических аспектов инвестиционных споров также представляет собой немаловажное направление гармонизации как национального законодательства в этой сфере, так и законодательных актов в рамках многосторонних и международных соглашений. Современная тенденция к унификации законодательства в рамках экономических союзов приводит к сближению и теоретических основ того или иного процесса, однако же до сих даже в рамках двусторонних соглашений государства используют различные формулировки, что не способствует достижению общей цели — гармонизации правового регулирования инвестиций.

Важным является изучение международных соглашений, регулирующих порядок осуществления иностранных инвестиций. К таким соглашениям, содержащим положения о правилах и процедурах урегулирования инвестиционных споров, относятся:

− Вашингтонская конвенция об урегулировании инвестиционных споров между государствами и физическими лицами других государств 1965 года;

− Сеульская конвенция об учреждении Многостороннего агентства по гарантиям инвестиций 1985 года;

− Соглашение о сотрудничестве в области инвестиционной деятельности от 24.12.1993 (г. Ашгабат);

− двусторонние соглашения о содействии и взаимной охране инвестиций.

Однако теоретические аспекты инвестиционных споров, такие как определение

сущности понятия и классификация инвестиционных споров неразрывно связаны с имеющейся практикой рассмотрения споров касательно осуществления инвестиционный деятельности, что ставит вопрос о необходимости рассмотрения имеющейся практики урегулирования инвестиционных споров, а также анализа порядка, способов и особенностей урегулирования таких споров в Республике Беларусь.

На основе данных экономических судов Республики Беларусь о количестве экономических (хозяйственных) споров и иных дел с участием иностранных лиц за последние четыре года (рисунок 1) можно сделать вывод, что наблюдается тенденция к уменьшению общего числа споров, что может быть обусловлено как увеличением числа споров, урегулированных в досудебном порядке посредством альтернативных средств разрешения споров, так и снижением общего количества прямых иностранных инвестиций, о чем так же свидетельствуют данные статистики (рисунок 1).

Снижение объема привлеченных иностранных инвестиций, в свою очередь, может являться результатом ухудшения экономической обстановки в стране из-за нестабильного внешнеэкономического положения.

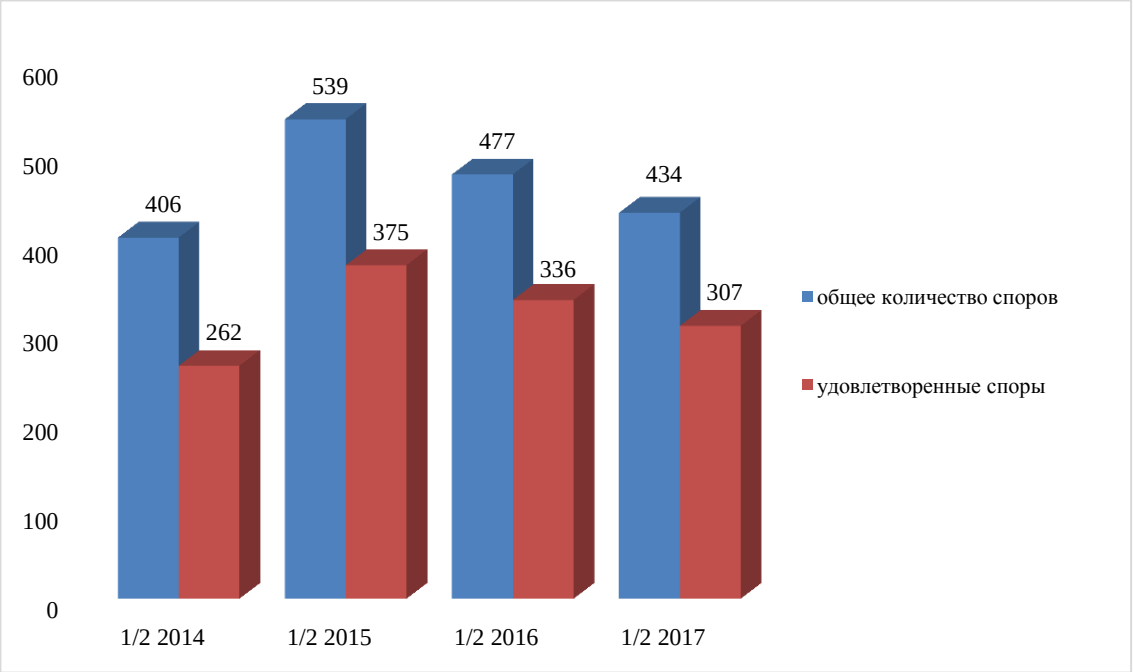
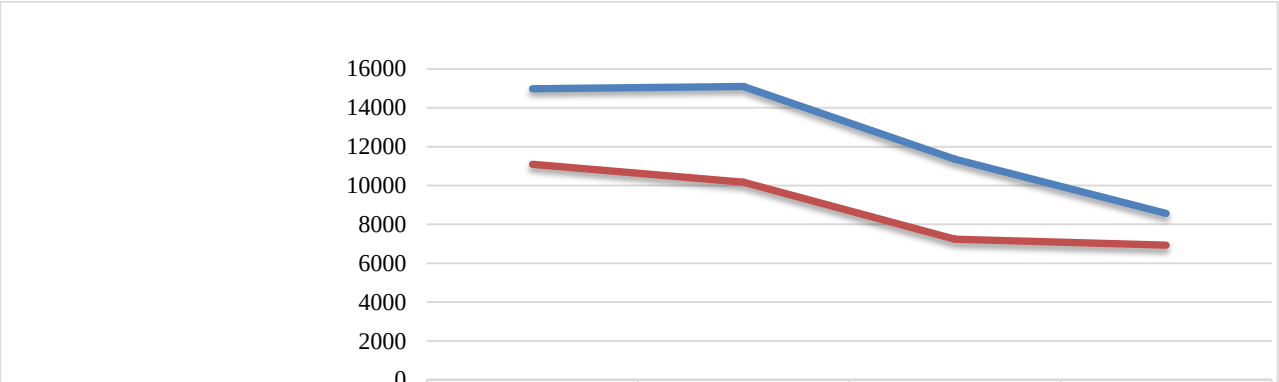


Рисунок 1 – Экономические споры с участием иностранных лиц за 2014-2017 гг.

Источник: собственная разработка на основе [1].

Также на основе данных о количестве споров с участием иностранных лиц можно сделать вывод, что на протяжении последних четырех лет постепенно увеличивается доля удовлетворенных споров.



	2013	2014	2015	2016
общий объем иностранных инвестиций, млн $	14974,3	15084,4	11344,2	8559,8
ПИИ, млн долл США	11083,4	10168,9	7241,4	6928,6

Рисунок 2 – Общий объем иностранных инвестиций и объем прямых иностранных инвестиций Республику Беларусь за 2013-2016 гг.

Источник: собственная разработка на основе [2].

В первом полугодии 2014 года это значение было равно 64,5 %, а на протяжении последующих лет постепенно возрастало, и за 6 месяцев 2017 года доля экономических споров с участием иностранных лиц достигла 70,7 % от общего числа споров.

Что касается существующей судебной практики по урегулированию инвестиционных споров, то необходимо принимать во внимание, что каждый спор следует рассматривать с учетом определенных условий, индивидуальных для каждого инвестиционного договора. Однако можно выделить определенные виды споров. Так, часто инвестиционные споры возникают по поводу взыскания неустойки (пени) за несвоевременное финансирование проекта, невыполнение всех условий договора. Судебная практика свидетельствует о том, что в основном в суд предъявлялись иски о взыскании с инвесторов неустойки (пени) за нарушение сроков строительства объекта (сроков реализации этапов строительства объекта) в размере, согласованном сторонами в инвестиционном договоре, — как правило, 0,01 % от суммы инвестиций, но не более 10 % от заявленной в договоре суммы инвестиций. Согласно национальному законодательству, при заключении инвестиционного договора с Республикой Беларусь, в нем обязательна ответственность сторон за несоблюдение его условий, в том числе:

– возмещение инвестору реального ущерба, причиненного в результате незаконных действий (бездействия) должностных лиц государственных органов и (или) исполнительных комитетов;

– право на односторонний отказ Республики Беларусь от выполнения своих обязательств согласно инвестиционному договору, при несоблюдении или ненадлежащем соблюдении инвестором его обязательств. В Республике Беларусь в одностороннем порядке инвестиционные договоры практически не расторгаются. Государственные органы всегда проводят достаточно серьезную предварительную работу.

В договоре также могут быть предусмотрены и иные условия, по которым стороны пришли к согласию. Например, стороны могут предусмотреть в случае нарушения по вине инвестора сроков реализации инвестиционного проекта либо его этапов (пусковых комплексов или очередей строительства) уплату пени в определенном размере и др.

Также можно выделить инвестиционные споры по поводу признания инвестиционного договора незаключенным или ничтожным в случае невыполнения существенных условий

договора. Согласно п.1 ст.402 ГК договор считается заключенным, если между сторонами в требуемой в подлежащих случаях форме достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора. Существенными являются условия о предмете договора, условия, которые названы в законодательстве как существенные, необходимые или обязательные для договоров данного вида, а также все те условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение. Однако в каждом отдельном случае перечень существенных условий договора может быть изменен или дополнен при взаимном согласии сторон, следствием чего является индивидуальный характер выносимого решения с учетом всех существующих факторов [3].

Еще одна группа инвестиционных споров – это споры, касающиеся возможности взыскания Республикой Беларусь с инвестора затрат, связанных с предоставлением ему льгот и преференций в случае неисполнения инвестором обязательств по инвестиционному договору и отказа Республики Беларусь от его исполнения. В отсутствие судебной практики существует вероятность того, что в случае одностороннего отказа Республики Беларусь от инвестиционного договора в связи с ненадлежащим исполнением инвестором своих обязательств понятие «затраты, связанные с предоставлением инвестору льгот и преференций» может быть истолковано судом как обязанность инвестора возместить Республике Беларусь недополученные доходы в размере предоставленных инвестору льгот и преференций в период действия инвестиционного договора [4].

Реализация инвестиционных проектов на территории Республики Беларусь путем заключения инвестиционных договоров за последние несколько лет стала довольно распространенной. В связи с этим вопросы рассмотрения споров, вытекающих из исполнения инвестиционных договоров, приобретают все большую актуальность.

Проанализировав имеющую судебную практику, а также статистику в области иностранных инвестиций можно выделить ряд тенденций:

1) уменьшение общего числа споров, что может быть обусловлено как увеличением числа споров, урегулированных в досудебном порядке посредством альтернативных средств разрешения споров, так и снижением общего количества прямых иностранных инвестиций, о чем так же свидетельствуют данные статистики;

2) на протяжении последних четырех лет постепенно увеличивается доля удовлетворенных споров (с 64,5 % в 2014 году до 70,7 % в 2017 году).

Что касается мировой практики урегулирования инвестиционных споров, то, во-первых, происходит становление МЦУИС как крупнейшего центра арбитражного рассмотрения инвестиционных споров, отличающегося детально разработанными процедурами, богатейшим практическим и прецедентным опытом, а также эффективностью и значимостью принимаемых решений. Вместе с тем происходит внедрение современных технологий, используемых при урегулировании споров. Во-вторых, происходит усложнение международно-правовой системы разрешения инвестиционных споров, что создает основу для свободы выбора сторонами наиболее оптимального и результативного порядка разрешения спора. Но на фоне этого также наблюдается тенденция к унификации законодательства на уровне многосторонних соглашений, чему, однако, препятствует использование разных формулировок в договорах различных государств, что препятствует достижению гармонизации правового регулирования инвестиций.

Таким образом, изучение инвестиционных споров и способов их урегулирования представляет собой достаточно актуальную тему для дальнейших исследований, так как она неразрывно связана с проблемой привлечения иностранных инвестиций в национальную экономику. А совершенствование законодательства в данной области будет способствовать улучшению инвестиционного климата в Республике Беларусь и повышению рейтинга страны

в сфере привлечения иностранных инвестиций, что будет способствовать росту национальной экономики.

Список литературы

1 Статистические данные о деятельности судов общей юрисдикции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.court.gov.by/justice_RB/statistics/archiv/. – Дата доступа: 28.02.2018.

2 Иностранные инвестиции в Республику Беларусь // Годовые данные [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika-i-okruzhayushchaya-sreda/finansy/godovye-dannye_14/inostrannye-investitsii-v-respubliku-belarus/. – Дата доступа: 28.02.2018.

3 Судебная практика: Обзор судебной практики Международного арбитражного суда при Белорусской торгово-промышленной палате [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://systemaby.com/docs/bit5u/dk-vv7q9a.html. – Дата доступа: 28.02.2018.

4 Декрет Президента Республики Беларусь от 6 августа 2009 года №10 О создании дополнительных условий для осуществления инвестиций в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=28682. – Дата доступа: 28.02.2018.

The article analyzes the main types of investment disputes and peculiarities of their settlement in the Republic of Belarus. According to available jurisprudence investigated the most common types of investment disputes and solutions for them. Determined the importance of improving the system of settlement of investment disputes for attracting foreign investments into the national economy.

Лосик Ирина Александровна, студентка 3 курса специальности «Финансы и кредит» факультета финансов и банковского дела Белорусского государственного экономического университета, Минск, Беларусь. E-mail: lirysall@mail.ru.

Научный руководитель – ***Преснякова Елена Владимировна***, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры банковского дела Белорусского государственного экономического университета, Минск, Беларусь. E-mail: presniak_ev@mail.ru.

УДК 339.5

Ю. Г. Новицкая

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

В работе раскрывается понятие тенденций мировой экономики и её основные виды. Рассматривается глобализация, ее истоки и тенденции ей противоположные. Дано определение региональной экономической интеграции, а также приведены основные региональные экономические группировки.

Развитие современной мировой экономики происходит неимоверно быстро. Оно прямым образом связано с совершенствованием различных видов технологий, развивающимся процессом интеграции и глобализации, а также с безграничным и оперативным распространением информационных потоков [1, с.222].

В настоящее время в мировой экономике принято выделять две наиболее важные тенденции развития:

1) количественный рост стран, которые объединены в различные международные экономические союзы или другие международные экономические альянсы, что является свидетельством нарастающей глобализации экономики ;

2) непрерывное совершенствование форм и методов реализации мировой экономической интеграции, что говорит о происходящих в этом процессе глубоких качественных изменениях.

Впервые эти тенденции проявились в период мирового финансового кризиса осени 2008, который привел к мировому экономическому кризису.

Экономической глобализацией является явно опережающий рост глобальной экономики по отношению к мировой.

Процесс глобализации оказывает влияние на различные сферы мировой экономики:

1) внешнюю, международную, мировую торговлю товарами, услугами, технологиями, объектами интеллектуальной собственности;

2) международное движение факторов производства (рабочей силы, капитала, информации);

3) международные финансово-кредитные и валютные операции;

Главной движущей силой глобализации являются ТНК, так как именно с ТНК связано появление цепочек стоимости, где разные виды производств размещаются по различным странам. ТНК играют важную роль в глобализации, ибо благодаря им перемещаются огромные потоки ценных бумаг, а также различных кредитов между странами [2, с.335].

На данный момент существует 20 крупнейших ТНК в сферах автомобилестроения, электроники и нефтепереработки: 6 из которых базируются в США, по 3 – в Великобритании, Японии, Германии, по 2 – во Франции, Швейцарии, Нидерландах (таблица).

Таблица – Рейтинг крупнейших ТНК в мире на 2015 год

Ранг	Компания	Страна	Отрасль	Прибыль, млрд. долл. США
1	Apple	США	Технологический сектор	724,773
2	Exxon Mobil	США	Нефтегазовый сектор	356,548
3	Berkshire Hathaway	США	Инвестиционный сектор	356,510
4	Google	США	Сектор вычислительной техники и программного обеспечения	345,849
5	Microsoft	США	Сектор вычислительной техники и программного обеспечения	333,524
6	PetroChinal	Китай	Нефтегазовый сектор	329,715
7	Wells Fargo	США	Банковский сектор	279,919
8	Johnson@ Johnson	США	Сектор фармацевтики и биотехнологий	279,723
9	Industrial@Commercial Bank of China	Китай	Банковский сектор	275,389
10	Novartis	Швейцария	Сектор фармацевтики и биотехнологий	267,897

Источник: собственная разработка автора на основе [4]

Одним из процессов, на основе которого возникла и развивается глобализация, является интернационализация. Суть данного процесса заключается в том, что происходит не только расширение сбыта товарной продукции за пределы национальной экономики, но и одновременный приток иностранного товара из-за рубежа [3].

Не менее важная по своему значению тенденция, которая является противостоящей глобализации, – регионализация. Ее важнейшая форма – международная экономическая

интеграция (МЭИ). Согласно законам МЭИ эта интеграция требует участия стран-соседей, из-за чего и существует свойство регионального развития.

Региональная экономическая интеграция – процесс хозяйственно-политического объединения стран на основе развития глубоких устойчивых связей и МРТ между национальными хозяйствами, взаимодействия их воспроизводственных структур на различных уровнях и в различных формах.

Региональные экономические группировки:

1) Европейское Сообщество (ЕС) – экономическая группировка 15 стран Западной Европы: Франции, Греции, ФРГ, Италии, Бельгии, Нидерландов, Люксембурга, Великобритании, Дании, Ирландии, Испании, Португалии, Финляндии, Швеции, Австрии.

ЕС образовано с целью:

- создания общего рынка товаров, капиталов и рабочей силы путём отмены таможенных пошлин и других ограничений в торговле между его участниками;
- проведения согласованной торговой политики в отношении третьих стран;
- совместных мероприятий в области сельского хозяйства, энергетики, транспорта;
- координации общей экономической и социальной политики.

2) Североамериканское соглашение о свободной торговле (НАФТА) – в неё вошли США, Канада, Мексика.

В рамках соглашения происходит интенсивное сближение экономик этих стран на базе интеграции рынков товаров, капиталов и рабочей силы.

3) Ассоциация государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН): в её состав входят: Индонезия, Малайзия, Сингапур, Таиланд, Филиппины и Бруней.

Своими целями АСЕАН провозглашает ускорение экономического роста, социального прогресса и культурного развития стран-членов, установление мира и стабильности в Юго-Восточной Азии.

4) Латиноамериканская ассоциация интеграции: в неё входят 11 стран этого региона.

5) Карибское содружество и общий рынок (КАРИКАМ) состоит из 13 стран Карибского региона.

Цель содружества – создание общего рынка в этом регионе.

6) Содружество Независимых Государств (СНГ) включает в себя: Россию, Беларусь, Украину, Грузию, Азербайджан, Армению, Казахстан, Туркмению, Таджикистан, Киргизию, Узбекистан.

Цель создания СНГ – установление утраченных экономических связей, нарушенных в результате распада СССР.

Кроме региональных на мировой арене действует ряд отраслевых экономических группировок, объединяющих страны с одинаковой международной специализацией. Возникновение отраслевых группировок объясняется стремлением стран регулировать мировые цены на продукцию определенных отраслей и координировать развитие отраслей.

Отраслевые экономические группировки:

1) Организация стран-экспортёров нефти (ОПЕК) охватывает 13 государств: Алжир, Венесуэлу, Габон, Индонезию, Ирак, Иран, Катар, Кувейт, Ливию, Нигерию, ОАЭ, Саудовскую Аравию, Эквадор.

На долю этих стран приходится от 50 до 90 % экспорта нефти в зарубежном мире.

ОПЕК создана группой развивающихся стран для координации действий в области добычи, экспорта и условий торговли нефтью.

2) Европейское объединение угля и стали (ЕОУС).

3) Европейское сообщество по атомной энергии (ЕВРАТОМ)

Благодаря существенным преобразованиям современной мировой экономики мировое хозяйство постепенно приобретает новые черты. Заметным становится его участие:

– в целенаправленном регулировании мирового хозяйства;
– в создании всемирной экономической инфраструктуры;
– в регулировании международного обмена товарами и услугами;
– в создании наднациональных международных органов обеспечения государств экономическими ресурсами, в том числе капиталом и информационными технологиями;
– в ускорении процесса создания и расширения экономических, валютных и политических международных союзов;
– в развитии и усилении роли в мировом хозяйстве международных корпораций;
– в массовом переходе экономик стран мира на общемировую систему статистического и бухгалтерского учета.

Таким образом, отметим, что процесс развития мировой экономики прямым образом связан с эволюционным процессом международных экономических отношений, вследствие чего эти понятия зависят друг от друга. Мировой экономике можно дать широкое и узкое определение. По широкому определению, мировая экономика – это сумма всех национальных экономик мира. По узкому определению - это совокупность только тех частей национальных экономик, которые взаимодействуют с внешним миром. Только вот различие между двумя определениями становится все менее заметным, ибо в любой стране остается все меньше отраслей и подотраслей, которые не взаимодействуют с внешним миром прямо или косвенно, например, через те отрасли национальной экономики, которые активно торгуют на внешнем рынке. На мой взгляд, для решения различных задач и сглаживания всяких неприятных моментов нужно делать акцент на усилении международной координации политики и сотрудничество.

Список литературы

1. Авдокушин, Е.Ф. Новая экономика / Е.Ф. Авдокушин – М.: Магистр, 2011. – 542 с.
2. Гурова, И.П. Мировая экономика: Учебник для студентов / И.П. Гурова. – М.: Омега-Л, 2013. – 400с.
3. Заславская, М.Д. История экономики: Учебное пособие для бакалавров: Учеб. Пособие-Издательство: Дашков и К, 2013 г.
4. Рейтинг крупнейших публичных компаний мира – «Forbes Global 2000» за 2015 год [Электронный ресурс].-Журнал Forbes. Режим доступа: http://forbes.net.ua/business/1416864-forbes-global-2000-krupnejshie-kompanii-mira. – Дата доступа: 15.03.2018.

The work reveals the notion of world economic trends and its main types. Globalization is considered, its origins and trends are the opposite. The definition of regional economic integration is given, as well as the main regional economic groupings.

Новицкая Юлия Геннадьевна, студентка 2 курса специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: noviczkaya1998@inbox.ru

Научный руководитель, ***Куликов Александр Михайлович***, м.э.н., старший преподаватель кафедры международного бизнеса и маркетинга Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: Alex_kul@tut.by

УДК 338.242:796

Д. В. Папуцевич

УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ СПОРТИВНОГО ФУТБОЛЬНОГО КЛУБА: ОПЫТ БЛИЖНЕГО ЗАРУБЕЖЬЯ

В статье рассмотрены проблемы повышения эффективности и коммерческой результативности спортивной индустрии Республики Беларусь. На примере опыта развития литовского футбольного клуба "Panerys" продемонстрирована важность использования инструментов стратегического менеджмента и маркетинга в его практической деятельности.

Современная Беларусь занимает достойное место в мировом спортивном сообществе. В республике приняты законодательные акты и обеспечено участие государства в развитии и финансировании физической культуры и спорта, строительстве и содержании спортивных сооружений, оздоровительных центров, спортивных клубов, подготовке специалистов в области физической культуры и спорта, спортсменов высокого класса. В последние годы в республике активно укрепляется и развивается материально-техническая база спорта. В стране функционирует более 23 тысяч физкультурно-спортивных сооружений. Одним из наиболее динамично развивающихся направлений работы спортивной отрасли стало привлечение и организация проведения на территории Республики Беларусь крупнейших международных спортивных соревнований. Так, например, в 2018 году Беларусь примет более 70 международных спортивных мероприятий, а в 2019 году Беларусь получила право проведения II Европейских игр [1].

Спортивная индустрия в Беларуси наращивает всё больше мощности, внедряется в различные сферы жизнедеятельности, оставаясь одновременно идейным вдохновителем и эффективным мотиватором для определённого аспекта общества. Тем не менее, следует отметить, что эффективно действующая спортивная индустрия призвана не только решать важные социальные задачи, но и обеспечивать коммерческий результат. Неоднократно отмечено, что спорт, как сфера вложения в человеческий капитал – это бизнес с достаточно длительным сроком окупаемости. На каждом из уровней требуется выполнение отдельных задач и формирование дополнительных собственных элементов инфраструктуры.

Развитие спортивной индустрии в Республике Беларусь является актуальной и интересной задачей не только для практиков, но и для исследователей. Как отмечают С.А. Манжинский и Е.В. Россоха, для повышения эффективности деятельности спортивной отрасли страны, ее коммерческой результативности необходимо: работать над созданием эффективной многоуровневой системы подготовки спортсменов и на этой основе коммерческого спортивного продукта по принципу пирамиды; в качестве приоритетного направления выделять развитие базового элемента пирамиды спортивной индустрии (детско-юношеского спорта) со стороны государства и менеджмента профессионального спорта с соответствующим перераспределением расходов на развитие спортивной отрасли; создавать профессиональные лиги и ассоциации на базе отдельных видов спорта, что позволит интегрировать усилия по переговорам со спонсорами, телеканалами, рекламодателями, а также регулировать и решать системные вопросы (защита интересов игроков, ограничение зарплатных ведомостей и др.) [2].

Решение вышеназванных задач невозможно без профессионального подхода к управлению спортивной индустрией, что требует от специалистов, специальных знаний в области современного менеджмента и маркетинга. Менеджмент в спорте представляет собой самостоятельный вид профессиональной деятельности, направленной на достижение целей и реализацию поставленных задач в рамках деятельности спортивной организации, которая функционирует в условиях рынка путем рационального использования материальных, трудовых и информационных ресурсов.

Спортивный маркетинг – это деятельность, направленная на комплексное решение как непосредственных, так и косвенных задач потребителей спорта, компаний, работающих в спортивной сфере, и других физических лиц и организаций, связанных со спортом, а также продвижение брендов организаций через спортивные события. Инструменты спортивного маркетинга позволяют осуществлять весь комплекс продвижения , как спортивных команд и спортсменов в частности, так и соответствующую продукцию. Маркетинговая политика разрабатывается в целях закрепления действующих принципов маркетинговой деятельности спортивных команд и представляет собой всеобъемлющий план, ориентированный на основную идею (цель), устанавливающий основные рамки поведения (стратегии), а также описывающий необходимые оперативные действия (использование маркетинговых инструментов).

Все вышесказанное в полной мере будет актуальным для развития футбола в нашей стране. Во всем мире футбол давно уже перестал быть только лишь игрой. Сегодня это самый настоящий бизнес, и успех в нем, как в любом коммерческом предприятии, во многом зависит от финансового положения клубов. На современном этапе развития спортивной индустрии, как никогда прежде футбольная индустрия подвержена влиянию сил рыночной экономики. Обостряющаяся конкуренция указывает на необходимость такого подхода при организации деятельности в современной бизнес-среде, который в полной мере учитывает потребности своих клиентов. Белорусский футбол сегодня едва ли можно назвать коммерчески успешным. Абсолютное большинство отечественных клубов дотационное. Они практически не получают прибыли от своей деятельности и держатся на плаву во многом за счет бюджетных средств и спонсорской помощи субъектов хозяйствования, которые сами порой находятся в непростом экономическом положении. Можно сказать, что в нашей стране эта индустрия находится еще на этапе развития.

В условиях рыночной экономики для белорусского футбола резко возрастает значение менеджмента и маркетинга. Цель маркетинга заключается в том, чтобы создать условия и атмосферу, благоприятные для инвестирования, привлечения зрителя на стадион, спонсоров и СМИ к сотрудничеству. Чтобы достичь поставленной цели, футбольный клуб должен определить основные направления маркетинговой деятельности или маркетинговые стратегии. Такими стратегиями могут быть:

– трансформация названия команды в полноценный бренд, построенный на ценностях и ассоциациях связанных с историей клуба, стилем игры, выдающимися игроками и тренерами команды, а также самим названием и логотипом клуба;

– работа по превращению игроков команды в профессионалов, которые являются не просто единицами игрового состава, но и важными составляющими имиджа современного футбольного бренда и его коммерческого наполнения;

– внедрение систем работы с болельщиками, при которых клуб превращает коммерчески пассивных зрителей в активных потребителей своего основного (футбол) и сопутствующих (атрибутика, сувениры и т.п.) продуктов;

– вовлечение в процесс спонсора, воспитание в нем приверженности к клубу, создание ассоциативной связи между брендом спонсора и брендом футбольного клуба;

– создание новостных поводов, информирование и вовлечение СМИ в жизнь клуба [3].

Достаточно часто в управлении развитием спортивного футбольного клуба белорусские менеджеры стремятся перенять и внедрить опыт известных мировых футбольных клубов, что не всегда удается в силу того, что мы находимся на разных этапах развития спортивной индустрии как бизнеса. Исходя из этого, целесообразно будет обратиться к опыту стран ближнего зарубежья, которые входят в Европейский союз. И есть целый ряд причин, свидетельствующих в пользу такого выбора: во-первых, территориальная близость (соседство), которая позволит осуществлять непосредственный контакт с менеджментом спортивных футбольных клубов, планировать командировки, обмен опытом. Во-вторых, мы находимся практически на одном и том же этапе развития. Литва также относительно недавно начала вплотную работать со своими

клубами, но их отличительной особенностью является то, что они систематически используют наработанные инструменты, принятые в менеджменте и маркетинге.

Хотелось бы рассмотреть опыт стратегического развития футбольного клуба на примере литовского футбольного клуба “Panerys” (г. Вильнюс), который в управлении развитием применяет современные подходы и инструменты стратегического менеджмента и маркетинга.

Футбольный клуб “Panerys” был основан в 1975 году и уже в 1998 году прекратил существовать. С 2016 года 20 октября футбольный клуб “ Panerys” вновь основал свою деятельность и продолжает стремиться к продолжению успешной и почетной футбольной традиции. Концепция развития клуба, которая закреплена в документе «Концепция развития футбольного клуба “Panerys”» реализуется, начиная с 2016 года и включает в себя следующие этапы: установка ценностей; возрождение в 2016 году, стремления; разработка структуры управления; планирование на 2020 год. Рассмотрим более подробно каждый из этапов.

Ценности – это общие директивы, которые устанавливают основы того, как в организации осуществляется оперативное управление. В качестве базовых ценностей футбольный клуб “Panerys” называет: устойчивое развитие, терпение, справедливость, уважение, мудрость, дисциплина, простота, настойчивость, учтивость и скромность. Для раскрытия сущности этих ценностей используются литовская народная мудрость и высказывания великих людей. Например: без терпения нет мощности (литовская народная мудрость); лучше быть простым и почетным, чем мудрым и лжецом (Софокл); учтивость и скромность свидетельствуют о подлинной просвещенности человека (О. Бальзак). Все эти ценности распространяются не только на персонал клуба, но и на игроков всех возрастных категорий.

В концепции обозначены задачи и цели, которые футбольный клуб ставил в 2016 году, в период возрождения. Среди них:

– организация и развитие профессиональной деятельности футбольного клуба, провождение свободного время с общественностью, продвижение активного и здорового образа жизни;

– формирование команды в 2018 году, которая сможет бороться за 1 место на литовском чемпионате I лиги;

– в сотрудничестве с органами самоуправления, создание футбольной инфраструктуры, максимально приспособленной к потребностям клуба и аудитории.

Следующим важным этапом в развитии футбольного клуба явилась разработка и формирование организационной структуры. Сегодня структура управления выглядит таким образом, что помимо общего руководства существует руководство конкретными проектами. Структура управления представляется в виде системы оптимального распределения функциональных обязанностей, прав и ответственности, порядка и форм взаимодействия между входящими в ее состав органами управления и работающими в них людьми.

Особенностью структуры является то, что каждый из отдельных проектов имеет своего руководителя и команду, его осуществляющую. Такой подход позволяет гибко реагировать на изменение рыночной ситуации в футбольной индустрии.

Для того, чтобы обеспечить преемственность основного состава взрослых команд различных лиг, одной из приоритетных задач стала работа с детьми и молодежью, интересующихся футболом. Данная задача заявлена в качестве наиболее перспективной в долгосрочных целях развития клуба.

Футбольный клуб “Panerys” к 2020 году планирует стать одной из сильнейших клубных организаций в Литве, позиционируясь как современный футбольный клуб, отличающийся профессиональным управлением и эффективной коммуникацией с постоянно

расширяющимся футбольным сообществом. Основной целью футбольного клуба является развитие талантливых футболистов. Реализация данной цели осуществляется в деятельности проекта Академия футбольного клуба и Современная детская программа, которая развивает конкурентоспособное поколение. В частности планируется проводить не менее 10 детских турниров по футболу в год, устраивать любительские турниры, в академии создать команды каждой возрастной группы, проводить мастер-классы. Одним из интересных проектов, позволяющих обеспечить приток финансовых средств в команду, является Летний лагерь талантов, где приглашенные дети в возрасте от 6 до 12 лет смогут не только играть в футбол, но и участвовать в различных мероприятиях, а детям в возрасте 13-15 лет после лагеря клуб предлагает стать студентами Академии.

Реализация данных целей позволяет обеспечить перспективное и ускоренное развитие футбольного клуба, а также эффективность его деятельности.

В заключение следует отметить, что использование в практической деятельности футбольного клуба профессиональных инструментов маркетинга и менеджмента позволяет обеспечить не только устойчивое развитие клуба, но и достижение коммерческого успеха. Опыт реализации футбольного бизнеса в европейских футбольных лигах показывает, что другого выхода у белорусских клубов просто нет, если они намерены не только выжить, но и процветать на достаточном конкурентном рынке индустрии спорта и развлечений. Изучая и заимствуя передовые методы деятельности спортивных клубов ближнего зарубежья, белорусские футбольные клубы могут существенно повысить эффективность своей работы.

Список литературы

1. Официальный Интернет-портал Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www. http://president.gov.by – Дата доступа: 01.03.2018.

2. Манжинский, С.А. Экономические аспекты развития спортивной отрасли Республики Беларусь / С.А. Манжинский, Е.В. Россоха // Труды БГТУ. Экономика и управление. – 2012. – №7. – С. 140 – 142.

3. Багатырова, А.Б. Создание новой модели управления футболом как национальным брендом России [Электронный ресурс]/ А.Б. Багатырова// Государственное управление. Электронный вестник. – 2013. – № 39. – Режим доступа: http://e-journal.spa.msu.ru/uploads/vestnik/2013/vipusk__39._avgust_2013_g./problemi_upravlenija_teorija_i_praktika/bagatyrova.pdf – Дата доступа: 03.03.2018.

In the article considers the problems of increasing the efficiency and commercial effectiveness the sports industry of the Republic of Belarus. Based on the experience of development of the Lithuanian football club "Panerys", the importance of using strategic management tools and marketing in its practical activities was demonstrated.

Папуцевич Дарья Викторовна, студентка 1 курса специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: daryapaputsevich1@gmail.com .

Научный руководитель – ***Скворцова Лариса Леонидовна,*** старший преподаватель кафедры международного бизнеса и маркетинга факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: skvortsova_ll@grsu.by.

УДК 338.1

А. Е. Санько, В. В. Шарейко

БЕНЧМАРКИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ: МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ

В статье исследуется процесс эталонного сопоставления (бенчмаркинг), показан опыт его использования как в Республике Беларусь, так и за рубежом. Дается определение данного метода, раскрывается его сущность и анализируются сферы его применения. Рассматриваются виды и технология бенчмаркинга, а также эффективность его использования.

В наши дни в условиях быстрого развития современного экономического рынка довольно сложно добиться стабильного успеха в бизнесе. Проблема конкурентоспособности является одной из самых острых проблем экономической политики государства. Но, как известно, знаменитый ученый М. Портер предложил рассматривать конкурентоспособность отдельных стран через призму конкурентоспособности компаний, представляющих данные страны на мировом рынке. Под конкурентоспособностью компании понимают ее свойство, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения ею конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке. Существует множество путей повышения конкурентоспособности предприятия, одним из них является бенчмаркинг, или эталонное сопоставление.

Существуют несколько трактовок понятия бенчмаркинга, но классическим определением считается представление о бенчмаркинге основателя данного метода совершенствования Роберта Кэмпа: "Бенчмаркинг – это поиск лучших методов, которые ведут к улучшению деятельности". Более развернутое определение дает экс-председатель Американского общества качества (ASQ) Грегори Ватсон: "Бенчмаркинг – это процесс систематического и непрерывного анализа, оценка процессов предприятия и их сравнение с процессами предприятий лидеров в мире с целью получения информации, полезной для усовершенствования собственной деятельности, продуктов или технологий" [1, с.185].

Основной целью бенчмаркинга является поиск бизнеса, который развивается более успешно. Бенчмаркинг концентрируется не на простом измерении и сравнении достижений, а на том, как можно улучшить любой заданный процесс путем применения передовых подходов. Именно бенчмаркинг сегодня позволяет достаточно быстро с минимальными затратами совершенствовать деятельность организаций.

Основными задачами, которые решаются в процессе проведения эталонного сопоставления являются:

1. Измерение своей деятельности и сравнение показателей с другими.
2. Изучение лучшего опыта других.
3.Применение лучшего опыта других в своей организации.

Стандартные виды бенчмаркинга подразделяются на:

1. Внутренний бенчмаркинг (сравнение эффективности подразделений внутри организации).
2. Бенчмаркинг конкурентоспособности (сравнение эффективности деятельности компании с «прямыми» конкурентами).
3. Функциональный бенчмаркинг (сравнение эффективности определенных функций в компании по отношению к компаниям в той же отрасли).
4. Общий бенчмаркинг (сравнение эффективности определенных функций в компании по отношению к компаниям из других отраслей).

Помимо основных видов бенчмаркинга, выделяют также несколько других:

- бенчмаркинг процесса, который включает деятельность по изменению определенных показателей и функциональности для их сопоставления с предприятиями, характеристика которых является совершенной в аналогичных процессах;

- глобальный бенчмаркинг, который подразумевает расширение стратегического бенчмаркинга. Он основан на интеграции или стандартизации деятельности на различных географических рынках;

- ассоциативный бенчмаркинг – бенчмаркинг, проводимый организациями, состоящими в узком бенчмаркинговом альянсе [5].

Технология бенчмаркинга предусматривает использование различных методов. К ним относятся и компьютерное моделирование, и анализ коммуникационных связей, и аутсорсинг персонала, и социологические методы (социологические опросы, анкетирование персонала организации и т.п.). Технология бенчмаркинга, на первый взгляд, проста – выяснить, кто лучший и самый эффективный в интересующей сфере/отрасли, легальными способами получить подробную информацию о полезных методах и использовать этот опыт в своей компании. Однако организация бенчмаркинга требует проведения объемной работы по изучению большого количества информации и анализу производственных взаимосвязей. Но в итоге бенчмаркинг позволяет дать точный ответ на вопрос, каким способом достигнуто то или иное преимущество.

В качестве основных предпосылок успешной реализации концепции бенчмаркинга необходимо выделить две наиболее важные: одобрение высшего руководства и убежденность в необходимости изменений.

Одобрение руководства необходимо для того, чтобы процесс внедрения концепции бенчмаркинга прошел успешно. Прежде всего, оно должно четко определить, чем будет заниматься компания, а какие виды деятельности не являются для нее обязательными. Время, затрачиваемое на внедрение концепции бенчмаркинга, во многом зависит от специфики компании. Практика показывает, что в среднем требуется от 2 до 18 месяцев на проведение первоначальных исследований, уровень затрат на которые всегда крайне высок. Только после этого осуществляется переход к процессу внедрения улучшений. Необходимо понимать, что бенчмаркинг не приносит быстрого результата, поэтому руководству организации нужно запастись терпением и лично осуществлять тщательное управление процессом изменений, в противном случае, концепция бенчмаркинга обернется очередным разочарованием.

Наряду с общим определением содержания бизнеса, которым занимается организация, ее высшее руководство призвано продекларировать базовые принципы, которыми она будет руководствоваться, осуществляя все свои операции. Эти принципы послужат основой при выборе ориентиров для бенчмаркинга подразделений и отдельных видов деятельности. В результате появится система взаимосвязанных, дополняющих друг друга эталонов для бенчмаркинга компании в целом. Такие эталоны указывают общее направление развития и так же, как любые планы компании, должны регулярно анализироваться и пересматриваться [4].

В качестве эталона для оценки уровня продукта бенчмаркинг начал использоваться с начала 1900-х гг. для выяснения того, как создает свои продукты конкурент и насколько хорош этот продукт.

Впервые этот метод был разработан в 1972 году для оценки эффективности бизнеса Институтом стратегического планирования в Кембридже (США). Впервые использовать бенчмаркинг начала компания Rank Xerox – в момент тяжелейшего кризиса в 1979 году анализировались затраты и качество собственных продуктов по сравнению с японскими компаниями. С момента своего возникновения бенчмаркинг постепенно завоевывал позиции в качестве инструмента менеджмента и развития. Согласно различным исследованиям, уже в

течение ряда лет бенчмаркинг удерживает 1-е место по популярности и эффективности в мире. Бенчмаркинг используют 60-90% компаний в США и Европе.

Так, например, бурное развитие бенчмаркинга в США происходит, начиная с середины 80-х годов. В этот период публикуются первые статьи в «Harvard Business Review». Позднее бенчмаркинг получил широкое распространение в фирмах – «3M», «HP», «Dupont», «Motorola». Опираясь именно на бенчмаркинг, смогли удержать свои позиции на рынке такие известные компании, как Apple и Rank Xerox.

Бенчмаркинговые проекты успешно осуществляются в таких известных российских компаниях, как РНК «ЛУКОЙЛ», РАО «ЕЭС России», «Газпром», АвтоЗИЛ и др. В настоящее время бенчмаркинг считается самым эффективным направлением консалтинга [3].

Более полное представление о методологии бенчмаркинга отражено в таблице.

Таблица – Использование бенчмаркинга зарубежными организациями

Название компании	Цель	Эталон сравнения	Результаты
Ford	Возврат потерянной доли рынка сбыта	50 моделей автомобилей мировых производителей по 400 конструктивным параметрам	Создание новой модели Taurus, которая в дальнейшем стала автомобилем года; Ford вышел на первое место по числу продаж
General Motors	Поиск альтернативных методов управления качеством и безопасностью	Известные компании: Hewlett-Packard, 3M, John Deer	Системы менеджмента качества подверглись совершенствованию.
Nokia	Превратить Nokia в компанию, доминирующую среди европейских производителей аппаратуры для сотовой телефонной связи	Компании Ericsson и Motorola	Более чем 50-процентное ежегодное увеличение валового дохода; значительный рост доли продукции компании на рынке
ОАО «Северсталь»	Улучшение производственных показателей	Российские предприятия и 56 западных металлургических компаний	Сокращение затрат, внедрение новых технологий, расширение рынка
Ирбитский мотоциклетный завод	Повышение производительности мотоциклов на одного сотрудника	Индийская компания Royal Enfield	Повышение квалификации сотрудников, уменьшение простоев оборудования

Источник: собственная разработка авторов на основании данных [5].

Как видно из таблицы, в зарубежных странах бенчмаркинг имеет достаточно умеренный уровень применения. Среди предприятий нашей страны, активно использующих бенчмаркинг, следует отметить молочную компанию «Савушкин продукт», совместное белорусско-германское предприятие «Санта Бремор», операторов сотовой связи и ряд других.

Так, ОАО «Савушкин продукт», являющееся одним из крупнейших в Беларуси производителем молочной и соковой продукции, использовало опыт широко известных

фирм из Швейцарии, Австрии, Польши, Швеции и Германии. Механизм завоевания рынка, реагирование на запросы потребителя, система вывода на рынок нового продукта – вот те немногие бизнес-процессы, опыт применения которых у ОАО «Савушкин продукт» схож с международной компанией «Danone». Применение опыта международной компании «Danone» имело свои положительные последствия для ОАО «Савушкин продукт»: эффективное выведение на рынок нового продукта.

Однако наша страна не достигла столь широкого применения бенчмаркинга по сравнению с развитыми зарубежными странами. Среди причин слабого распространения бенчмаркинга в Беларуси следует отметить отсутствие кадров, специализирующихся на бенчмаркинге, определенную закрытость белорусского бизнеса.

Вхождение Беларуси на мировой рынок повышает конкурентные риски. Вот почему имеющийся зарубежный опыт использования бенчмаркинга позволяет говорить о необходимости его более широкого применения на предприятиях Республики Беларусь [1, с.185].

Подводя итог, стоит также отметить, что использование бенчмаркинга имеет множество направлений, например: бенчмаркинг в логистике позволяет быстро и с малыми затратами выявить проблемы ситуации в логистических системах, в сферах близких к покупателю, по выполнению заказов и транспортировке; бенчмаркинг применяется при разработке стратегий, операций и управленческих функций; бенчмаркинг рассматривается и как способ оценки стратегий и целей работы в сравнении с предприятиями-лидерами, чтобы гарантировать долгосрочное пребывание на рынке [6, с.3].

Важными составными частями процесса бенчмаркинга являются определение объекта бенчмаркинга, выбор партнера по бенчмаркингу, поиск информации, анализ, внедрение. Следуя этим этапам, США, Германия, Франция давно укрепили у себя этот высокопродуктивный процесс, что способствовало появлению на их рынке модернизированных и усовершенствованных организаций [1, с.186].

Кроме того, бенчмаркинг не ограничивается конкурентной информацией и рассматривает не только фактические параметры эффективности компании, но и функции, процессы, инструменты, методы достижения конкурентных преимуществ. Бенчмаркинг настраивает компании, в том числе и прямых конкурентов, на диалог, результатом которого могут стать повышение общеотраслевых стандартов качества, совместное исследование степени удовлетворенности потребителей, разработка новых продуктов и технологий, сотрудничество в различных направлениях [2, с.54].

Таким образом, можно сделать вывод, что бенчмаркинг – это надежный метод, позволяющий усовершенствовать предпринимательскую деятельность, благодаря изучению опыта других компаний. Применение данного метода дает компаниям возможность повысить эффективность своей деятельности и позволяет внедрять передовые методы работы, ведущие к развитию и к увеличению прибыли. Применение бенчмаркинга может принести несомненную пользу практически в любой сфере экономики и управления. Производство, магазины, муниципалитеты, любая частная или государственная организация может воспользоваться таким методом.

Бенчмаркинг является эффективным инструментом повышения конкурентоспособности какой-либо организации и в настоящее время широко используется в бизнес-процессах в различных странах мира. Данный метод позволяет снизить негативные последствия неграмотной политики руководства и дает возможность заменить ее на более подходящую. Любая сложная ситуация в организации может быть решена путем применения рассматриваемого процесса.

Бенчмаркинг должен стать активной частью деятельности любой организации. Его применение позволит получить дополнительные конкурентные преимущества, а также позволит улучшить и укрепить национальную экономику.

Список литературы

1. Бойкачева, А.Г. Бенчмаркинг как эффективное средство организации бизнес-процессов / А.Г. Бойкачева, Е.А. Готовцева // Маркетинг: идеи и технологии. – 2013. – № 6. – С. 185 – 186.
2. Иванов, И.Н. Конкурентный анализ. Бенчмаркинг / И.Н. Иванов, Д.Ю. Фукова // Экономический анализ: теория и практика. – 2009. – № 22. – С. 53–55.
3. Михайлова, Е.А. Основы бенчмаркинга / Е.А. Михайлова // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. – № 1. – С. 134–139.
4. Рейдер, Р. Бенчмаркинг как инструмент определения стратегии и повышения прибыли / Р. Рейдер; пер. с англ. А. Л. Раскина. – Москва: Стандарты и качество, 2007. – 246 с.
5. Что такое бенчмаркинг: примеры удачного использования // Практические бизнес-руководства [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа : http://hardcorecase.ru/data/termin/benchmarking.html. – Дата доступа: 22.02.2018.
6. Юхно, Е.А. Бенчмаркинг как функция маркетинговых исследований / Е.А. Юхно, Л.Б. Тихановская // «Молодые ученые – развитию текстильно-промышленного кластера»: материалы межвуз. науч.-практ. конф., Иваново, 21 – 23 апреля 2015 г. / Ивановский гос. политех. ун-т»; рэдкол.: Л.М. Алоян [и др.]. – Иваново, 2015. – С. 3–4.

Санько Анастасия Евгеньевна, студентка 2 курса специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: anastasiya17sanko@mail.ru .

Шарейко Вероника Витальевна, студентка 2 курса специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: n.shareiko@gmail.com .

Научный руководитель – ***Сушко Виктор Иванович,*** доцент, кандидат экономических наук, доцент кафедры международного бизнеса и маркетинга факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: Sushko_VI@grsu.by.

УДК 338.23

Е. А. Сидляревич

УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИЕЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ ОАО «ГРОДНЕНСКИЙ СТЕКЛОЗАВОД»

В статье проведен анализ развития и использования маркетинговой стратегии в деятельности ОАО «Гродненский стеклозавод». Исследованы необходимые теоретические аспекты для управления маркетинговой стратегией и изучена роль управления маркетинговой стратегией на данном предприятии.

Термин «маркетинг» возник в начале XX в. в США как результат развития неценовой конкуренции в условиях её обострения. До сих пор в экономической литературе зарубежных авторов точное определение и сущность маркетинга являются дискуссионной темой.

Маркетинг как неотъемлемая часть рыночной экономики в странах постсоветского пространства получил относительно незначительное развитие, хотя эти страны перешли на рыночную систему хозяйствования в конце 1990-х гг. Можно предположить, что такое медленное становление рыночных отношений вызвано игнорированием субъектами

хозяйствования фундаментальных принципов рыночной экономики, в частности теории стратегического маркетинга.

В современных же условиях каждое предприятие заинтересовано в эффективном управлении своей маркетинговой деятельностью. Организации необходимо знать, как анализировать возможности рынка, отбирать подходящий целевой сегмент, разрабатывать эффективные стратегии и успешно управлять ими.

Актуальность данной темы заключается в том, что она позволяет понять, как планировать и реализовывать всевозможные мероприятия маркетинга в компании, направленные на увеличение спроса и конкурентоспособности.

Объект исследования – ОАО «Гродненский стеклозавод».

В настоящее время завод является одним из трех белорусских предприятий стекольной отрасли по производству бутылки.

Изучив продукцию предприятия, можно сделать следующие выводы:

1. Продукция ОАО «Гродненский стеклозавод» из зеленого стекла не пересекается с продукцией предприятий-конкурентов, размещенных в Республике Беларусь.
2. Продукция ОАО «Гродненский стеклозавод» из бесцветного стекла для ликероводочных изделий является эксклюзивной, в тоже время может пересекаться с предприятиями-конкурентами, при этом экономически целесообразно выпускать узкогорловую тару объемом 0,33-1 литр.
3. Защита внутреннего рынка стеклотары со стороны внешних конкурентов в рамках существующего законодательства регулируется нормативными актами Республики Беларусь и не противоречит интересам стран Таможенного союза.
4. Поставка стеклотары на внутренний рынок позволит ежегодно обеспечить импортозамещение аналогичной продукции.

Следует помнить, что маркетинговая стратегия – это часть стратегического плана организации.

Маркетинговая стратегия, как показано в учебнике А.Д. Воронина – это способ действия на рынке, руководствуясь которым предприятие выбирает цели, жёстко связанные с потребительскими предпочтениями и их динамикой, и определяет наиболее эффективные пути их достижения.

Маркетинговую стратегию необходимо разрабатывать, учитывая её компоненты и особенности предприятия.

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 [1].

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 [2,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-четвёртых, государство. Государство также может воздействовать на цену товара (например, в случае загрязнения окружающей среды). В-пятых, конкуренты, которые оказывают воздействие на уровень цен [3, с. 33].

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 стратеги 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 [5].

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.

В условиях рыночной экономики функция маркетинга состоит в организации свободного и конкурентного обмена для обеспечения эффективного соответствия предложения и спроса на товары и услуги. Это соответствие не является спонтанным и требует:

-организации материального обмена, иными словами, физического потока товаров между производством и потребителем;

-организации коммуникации, иными словами, информационного потока, предшествующего обмену, сопровождающего его и следующего за ним для обеспечения эффективного соответствия предложения и спроса.

Роль маркетинга в обществе состоит в организации обмена и коммуникации между продавцами и покупателями. В данном определении акцентируются задачи и функции маркетинга безотносительно к цели процесса обмена. В такой формулировке он относится как к коммерческой, так и к некоммерческой деятельности и вообще к любой ситуации, в которой

осуществляется свободный обмен между организацией и потребителями товаров и услуг, ею предлагаемых.

Таким образом, от выбора стратегии зависит эффективность деятельности компании ОАО «Гродненский стеклозавод» в условиях конкурентной среды. Стратегический выбор должен быть основан на четкой концепции развития организации, а сама формулировка – однозначной и ясной, т.к. 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. Молочников, Т.Р. Методы оценки эффективности маркетинга в организации. / Т.Р. Молочников. [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – http://www.rae.ru/use/?section=content&op=show_article&article_id=7780214. Дата доступа: 1.02.2017

2. Воронин, А.Д. Стратегический менеджмент: учеб. пособие / А.Д. Воронин, А.В. Королёв. – Минск: Вышэйшая школа, 2014. – 175 с.

3. Барановский, С.И. Стратегический маркетинг: учеб. пособие / С.И. Барановский, Л.В. Лагодич – Минск: ИВЦ Минфина,2005. – 299 с.

4. Гапоненко, А.Л. Стратегическое управление: учеб. пособие/ А.Л. Гапоненко, А.П. Панкрухин – М.: Омега-Л, 2004. – 472 с.

5. Виханский, О.С. Стратегическое управление / О.С. Виханский. – М.:Экономистъ, 2006. – 282 с.

The development and use of the marketing strategy in the activity of Grodno Glassworks OJSC is analyzed. The necessary theoretical aspects for marketing strategy management are studied and the role of marketing strategy management at this enterprise is studied.

Сидляревич Елена Анатольевна, студентка 3 курса специальности «Менеджмент» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: sidlyarevich_elena@mail.ru.

Научный руководитель – ***Рабцевич Валентина Вениаминовна***, профессор кафедры экономики и управления на предприятии Гродненского государственного университета имени Янки Купала, Гродно, Беларусь. E-mail: rabsevich@mail.ru.

УДК 659.1.01

Е. А. Силивончик, А. В. Дубровская

МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА ВЕДУЩИХ КИТАЙСКИХ КОМПАНИЙ

В данной статье проведено исследование маркетинговой политики 6 ведущих компаний КНР, применяемых ими для выхода на внешние рынки, где Китай относят к странам БРИК как наиболее перспективным в мировой экономике.

Экономическая реформа, осуществляемая в КНР более двадцати лет, уже привела к достаточно высоким темпам развития народного хозяйства и повышению жизненного уровня населения. Одним из необходимых условий совершенствования управления китайской

экономикой является внедрение маркетинга в хозяйственную практику предприятий. Маркетинг как система управления предприятием показал себя с наилучшей стороны во всех странах с рыночной экономикой, в том числе и в Китае. На примере 6 китайских компаний рассмотрим маркетинговые стратегии, благодаря которым Китай относят к странам БРИК как наиболее перспективную в мировой экономике.

На первоначальном этапе наше исследование показало, что ведущие китайские компании используют, главным образом, инвестиционные и маркетинговые стратегии для закрепления и увеличения своей доли на национальных и мировом рынках.

Инвестиционные стратегии применяются преимущественно крупными компаниями ресурсодобывающей отрасли Китая и включают:

1) сделки о слияниях и поглощениях конкретных предприятий на национальных рынках и за рубежом, путем приобретения пакетов акций или долей в уставном капитале;

2) осуществление инвестиций в покупку месторождений стратегических источников сырья внутри государств базирования и за их пределами;

3) создание собственных новых подразделений, филиалов представительств в рамках национального и международного экономического пространства;

4) создание совместных предприятий, стратегических партнерств и альянсов с другими национальными или иностранными компаниями.

Маркетинговые стратегии как часть общих корпоративных мероприятий по развитию китайских компаний охватывают полный комплекс маркетинга, включающего в себя ассортиментную политику, политику ценообразования, коммуникационную политику и политику продвижения товаров и услуг на рынок. Маркетинговые стратегии применяют, главным образом, компании обрабатывающей промышленности, сферы услуг и высоких технологий [1].

Сферу услуг Китая представляют преимущественно банки, страховые и телекоммуникационные компании. Industrial and Commercial Bank of China является одним из крупнейших институтов в Китае в плане предоставления диверсифицированных финансовых услуг. Банк ускорил процесс инновации продуктов, углубил их функции и стал обеспечивать своих клиентов более гибкими, удобными и упрощенными услугами, осуществил запуск новых продуктов, таких как мобильные и телефонные услуги, основанные на технологии WAP, персонифицированные интернет-услуги VIP для высокодоходных клиентов, предполагающие услуги экспертов и эксклюзивные консультации. Industrial and Commercial Bank of China создал продукты, позволяющие повысить уровень безопасности клиентской цифровой информации при осуществлении расчетов в электронном виде, используя технологии U ключей второго поколения и телефонных банковских паролей. Данный банк продолжил увеличивать инвестиции в покупку терминалов самообслуживания, которые удобны и просты в обращении и предоставляют клиентам традиционные услуги денежных переводов, погашения счетов наложенным платежом и т.д. В 2015 г. объем операций банка по электронным сделкам со счетами составил 25 трлн. долл., или 43,1% всех его трансакций [2].

Помимо банковских структур, китайский сектор услуг представляют страховые компании. Крупнейшей специализированной компанией по страхованию жизни, доля которой на китайском рынке этих услуг составила 40,3% на конец 2015 г., является China Life Insurance Company Limited. Ведущая маркетинговая стратегия этой компании полный охват линейки продуктов в специализированной нише страхового рынка, а именно индивидуальное и групповое страхование жизни, страхование здоровья и от несчастных случаев. В 2010 г. China Life Insurance углубила реформу системы современного управления предприятием, которая заключается в оптимизации централизации функций производственного менеджмента, обслуживания клиентов, финансов и информационных

технологий на уровне провинций. В дополнение к этим мерам компания инициировала проект по централизованному управлению дистрибуционными каналами эксклюзивных агентов также на уровне провинций Китая. В 2011 г. China Life Insurance продолжила работу по укреплению своего бренда услуг "China Life 1+N", распознаваемого в качестве "Приятного, Великолепного и Отчетливого" ("Nice, Excellent and Distinguished") продукта. Физическим носителем этого бренда стала в данном отчетном периоде страховая карта компании "China Life Crane Card". Компания PICC Property and Casualty Company Limited, наоборот, заняла 41,6% рынка страховых услуг, не связанных со страхованием жизни. Компания имеет сложную систему НИОКР, позволившую ей создать полный спектр страховых продуктов в своей области. Сфера маркетинговой деятельности компании распространяется на страхование моторных транспортных средств, коммерческой недвижимости, жилья физических лиц, грузов, обязательств, кораблей, сельского хозяйства, а также на перестрахование всех упомянутых видов услуг. Сочетание букв бренда компании "PICC" практически полностью соответствует по произношению английскому "peak" ("вершина"), поэтому его распознавание основано на имидже группы как "самой надежной страховой компании в Китае". Бренд "PICC" появился на китайском рынке в июле 2003 г. [3].

Благодаря научно-техническому прогрессу важнейшим звеном сферы услуг Китая в последние годы стали телекоммуникации. На рынке этих услуг появилось несколько компаний, основными из которых можно назвать China Mobile Limited, China Telecom Corporation Limited и China Unicom Limited. Крупнейшей телекоммуникационной компанией в Китае и мире является China Mobile Ltd, основным направлением развития деятельности этой компании был сельский рынок, для завоевания которого она использовала маркетинговую стратегию, обозначенную в следующем виде: "Чем ниже объем реализации на одного абонента, тем ниже показатель использования минут разговора, тем ниже общие издержки предприятия". Дополнительный элемент этой стратегии заключался в применении стандартных интегрированных маркетинговых программ, таких как увеличение качества использования ресурсов, снижение производственных издержек и порога, при котором мобильные услуги становятся доступными для низкодоходных слоев китайского села. Посредством усовершенствования и оптимизации информационной платформы на уровне села компания China Mobile расширила предложение "Сельскохозяйственной Информационной Услуги" в рамках национальной политики содействия экономическому развитию и информатизации села. В 2011 г. China Mobile вышла на новый рынок мобильных технологий третьего поколения. Это стало возможно благодаря тому, что 7 января 2011 г. Министерство промышленности и информационных технологий КНР выдало три лицензии на предоставление телекоммуникационных услуг третьего поколения трем, упомянутым выше операторам мобильной связи в этой стране. China Mobile получила лицензию на предоставление мобильных услуг по международному стандарту TDSCDMA 3G (воздушный интерфейс), China Unicom, в свою очередь, лицензию на использование в коммерческих целях технологии WCDMA 3G (широкополосное цифровое кодирование данных), а China Telecom приобрела технологию CDMA 3G [4].

Кроме предприятий сферы услуг, ярко выраженной маркетинговой политикой характеризуется и сектор машиностроения Китая, одним из лидеров которого является автомобилестроение. Специфика данной отрасли состоит в том, что первоначально ее деятельность активно развивалась на основе зарубежных инвестиций, технологий и маркетинговых методов. Но постепенно предприятия автомобилестроения Китая приобретают самостоятельность. Крупнейшим производителем автомобилей в Китае является China FAW Group Corporation. Она проводит аналогичную маркетинговую политику, как и предыдущий автопроизводитель, но и имеет ряд отличий. Ассортимент

производимых транспортных средств этой компании включает, кроме легковых автомобилей, тяжелые, средние и легкие грузовики, пассажирские автобусы и миниавтомобили. По темпам расширения модельного ряда China FAW относится к лидерам на китайском рынке. В 2010 г. Центр по НИОКР этой компании, придерживаясь принципа ориентации на рынок и клиента, создал продукты с учетом высокого качества, доступной цены и экономичности и продолжил реализацию проектов по производству собственных брендов. Ключевыми продуктами, представленными китайскому рынку, стали: легковые автомобили Besturn MY 09, Vita MY 09 и Xiali N3, средние и тяжелые грузовики нового поколения, военные грузовики, легкие грузовики L501, L330 и миниавтомобиль V70. В рамках проекта адаптации и интеграции продуктовой линейки компания China FAW сформировала четыре маркетинговые платформы для реализации легковых автомобилей, а именно: роскошные автомобили L (“luxury”), автомобили высокого уровня H (“high”), автомобили среднего размера M (“medium”) и небольшие модели S (“small”). Эта компания достигла достаточно высокого уровня взаимосвязи между производством, сбытом и ТМЗ посредством интеграции маркетинговой сети ресурсов и маркетинговой сети сбыта грузовых, легковых и других коммерческих автомобилей под единым брендом “FAW”. В результате системы производства и сбыта были консолидированы в единую сеть, способствующую снижению маркетинговых издержек и максимизации прибыли от маркетинга [5].

Уникальной для мирового и китайского машиностроения компанией можно назвать BYD Company Limited, которая функционирует в IT секторе, главным образом в форме производства аккумуляторных батарей для компьютеров, и в отрасли автомобилестроения Китая. Ввиду того, что, на современном этапе развития, мировые автопроизводители стремятся обеспечить высокий уровень экологичности своей продукции, применение достигнутого компанией BYD опыта разработки аккумуляторов в сфере создания электромобилей, является ее серьезным конкурентным преимуществом по сравнению с другими фирмами, на основе которого в будущем она может построить эффективную маркетинговую политику и стать одним из первых субъектов зарождающегося рынка экологически чистых автомобилей. Однако основную часть продуктовой линейки автомобилей компании BYD до сих пор составляют традиционные бензиновые модели. В качестве стратегии дистрибуции компания BYD выбрала модель по созданию интегрированной глобальной платформы производства и послепродажного обслуживания, чтобы в дальнейшем укрепить свою рыночную позицию и стать глобальным лидером по объемам поставок комплектующих для компьютерной техники, мобильных телефонов и по качеству сопутствующих услуг [6].

Среди транспортных предприятий Китая благодаря своей ярко выраженной маркетинговой стратегии выделяется China Southern Airlines Company Limited. В 2015г. эта компания была нацелена на позиционирование себя в качестве международного авиаперевозчика, придерживаясь стратегии “двойного хаба”, которая предполагает завершение создания сети узловых авиапутей (или хабов), оптимизацию предложения услуг, расписаний полетов и маршрутов для наиболее полного использования своих производственных мощностей и увеличения производительности труда. Брендинговая политика компании China Southern Airlines охватывает преимущественно четыре аспекта: предоставление элитных услуг, наземных услуг по доставке клиентов от и до аэропорта, услуг во время полетов (таких, как мультимедийные развлечения и питание) и транзитных услуг при пересадке с одного рейса на другой. С помощью элитных услуг компания пытается расширить свои маркетинговые каналы, привлечь высокодоходных клиентов и тем самым повысить степень узнаваемости своего бренда, организуя при этом систему поощрения часто летающих клиентов и VIP лиц, предлагая дифференцированные услуги регистрации по

мобильному телефону и SMS платформу для электронной коммуникации с клиентами. В отношении наземных услуг данная компания сосредоточилась на дифференциации пакетов при регистрации клиентов первого и бизнесклассов, а также при предоставлении услуг транспортировки багажа для обеспечения всеми удобствами. Для оказания услуг во время полетов China Southern Airlines осуществила проект, называемый "салонной революцией", основанной на улучшении стандартов по созданию общей атмосферы в самолетах. Дополнительными факторами повышения уровня распознаваемости бренда этой компании стали - технологические инновации, профессионализм менеджеров и развитие системы продаж. В течение 2012 г. China Southern Airlines также усовершенствовала свою систему продаж в режиме online и создала сбытовой электронный портал Tencent в сотрудничестве с фирмой Tencent Technology Limited, расширив, таким образом, свою сеть электронной коммерции B2C [7].

Проанализировав маркетинговые стратегии отдельных компаний Китая, можно сделать вывод, что их мероприятия, направленные на достижение сбалансированности комплекса маркетинга, соответствуют корпоративным структурам развитых стран по уровню организованности, качеству и разнообразию продукции, методам доставки, сбыта и коммуникации с постоянными и потенциальными клиентами. Различия между маркетинговыми стратегиями компаний КНР определяются, главным образом, спецификой спроса и рынков, на которых они работают. Обобщающим фактором для всех исследованных китайских компаний является широкое использование ими опыта зарубежных предприятий путем копирования маркетинговых мероприятий и регистрации аналогичных продуктов под собственными торговыми марками и в результате привлечения прямых иностранных инвестиций.

Список литературы

1. Стратегия маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: grandars.ru/student/marketing/strategiya-marketinga.html. Дата доступа: 01.05.2017.

2. Industrial and Commercial Bank of China: Annual Report 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: icbcltd.com/NR/rdonlyres/E8605AE9-0A88-43E5/2015en.pdf. Дата доступа: 07.05.2017.

3. China Life Insurance Company Limited: Annual Report 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: rcom.co.in/Rcom/aboutus/ir/pdf/RCom_Full-AR-2008-09.pdf. Дата доступа: 21.05.2017.

4. China Mobile Limited: Annual Report 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: chinamobileltd.com/ir.php?menu=3. Дата доступа: 01.06.2017.

5. China FAW Group Corporation: Annual Report 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: faw.com/webcontent/2015EN/2015en.pdf. Дата доступа: 22.06.2017.

6. BYD Company Limited: Annual Report 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: saicmotor.com/english/images/tzzgx/gszl/2016/07/17/2280.pdf. Дата доступа: 11.08.2017.

7. China Southern Airlines Company Limited: Annual Report 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: csair.com/en/investor/other/annual%20result(ENG).pdf. Дата доступа: 10.02.2018

This article explored the marketing strategies of the five leading Chinese companies that they use to enter foreign markets, where China is regarded as the most promising in the world economy by the BRIC countries.

Силивончик Елена Анатольевна, студентка 3 курса специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: silivonchik-2017@mail.ru

Дубровская Анастасия Валерьевна, студентка 3 курса специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: nastya.dubrovskaya98@mail.ru

Научный руководитель – ***Сушко Виктор Иванович,*** кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры международного бизнеса и маркетинга факультета экономики и управления

Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: Sushko_VI@grsu.by.

УДК 339.138

Е. А. Силивончик, А. В. Дубровская

ОСОБЕННОСТИ ВЕДЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА В ОАО «ХИМВОЛОКНО» Г. ГРОДНО

В данной статье проанализированы особенности ведения международного маркетинга в ОАО «Химволокно» г. Гродно. Также предложены основные направления совершенствования международного маркетинга в ОАО «Химволокно» г. Гродно.

Актуальность изучения и применение международного маркетинга организациями в своей деятельности становится необходимостью. Основной причиной этого стала возрастающая открытость стран по отношению к внешним рынкам и необходимость совершенствовать отношения предприятий с этими рынками. Кроме того, отдельные отрасли промышленности стран с развитой рыночной экономикой не смогли бы вообще существовать без внешних рынков, поскольку внутри своей страны нет необходимого объема сбыта.

Чтобы успешно вести бизнес на международной арене, предугадывать тенденции развития рынков и принимать правильные решения о дальнейшем продвижении концерна, необходимо заниматься маркетингом на более высоком уровне, т.е. международным маркетингом. Фирмы занимаются международным маркетингом в силу самых разных причин. Некоторых подталкивают к этому скудные возможности отечественного рынка, других привлекают заманчивые возможности, открывающиеся за границей.

Для успешной работы в сфере маркетинга ответственные за данный вид деятельности лица должны иметь концепцию маркетинга для управления маркетинговой деятельностью предприятия.

Комплекс маркетинга – это сочетание четырех составляющих: цены, товара, методов распространения и методов стимулирования. Для выполнения всей этой маркетинговой работы, ОАО «Химволокно» необходимо было создать четыре системы маркетинговой информации, планирование маркетинга, организацию службы маркетинга и маркетингового контроля.

В состав хорошо спланированной системы маркетинговой информации входят четыре вспомогательные системы.

Система внутренней отчетности, отражающая показатели текущего сбыта, движение денежной наличности, данные о дебиторской и кредиторской задолженности.

Система сбора внешней текущей маркетинговой информации. Это повседневная информация о событиях, происходящих в коммерческой среде.

Внешнюю текущую маркетинговую информацию о рынках химических продуктов группа маркетинга получает от специализированных информационных фирм – "ICIS-LOR"/Лондон, "Fertecon"/Лондон и "Fertilizer Market Bulletin"/Лондон, Москва. Информация еженедельно поступает как по факсу, электронной почте через Internet, так и по почте и содержит сведения по интересующим ОАО «Химволокно» продуктам химической промышленности. Поступающая информация переводится на русский язык, обрабатывается

и предоставляется Совету директоров ОАО «Химволокно», Генеральному директору ОАО «Химволокно», а также брокерам конторы, работающим с этими продуктами.

Система маркетинговых исследований, призванная обеспечить сбор информации.

Маркетинговое исследование - процесс, состоящий из 5 этапов. На первом происходит четкое определение проблемы. Второй этап – разработка плана сбора информации. Третий этап – сбор информации с помощью лабораторных изысканий. Четвертый этап – анализ собранной информации для вывода из совокупности полученных данных. Пятый этап – представление основных результатов, которые дадут управляющим возможность принимать более взвешенные решения.

Система анализа маркетинговой информации, использующая современные методики статистической обработки данных, облегчает процесс принятия оптимальных маркетинговых решений.

На рынках ОАО «Химволокно» постоянно сталкивается с конкуренцией в самых различных ее проявлениях. Одной из задач группы маркетинга является изучение как реальных, так и потенциальных конкурентов. При воздействии на контактные аудитории ОАО «Химволокно» создает свой имидж, в том числе и с помощью рекламы, для оказания влияния на эти аудитории с целью достижения благоприятной для себя ситуации при принятии решений представителями этих аудиторий.

В своей политике ценообразования ОАО «Химволокно» исходит из географических и законодательно-политических соображений. При экспорте в дальнее зарубежье фирма обращает внимание на уровень конкуренции, текущую ситуацию на рынке и действующие на данный момент на этом рынке цены.

Группа маркетинга концерна ОАО «Химволокно» занимается изучением деятельности конкурентов и систематизацией сведений о них для выработки успешной стратегии борьбы за долю на рынке.

В отличие от группы маркетинга, поставляющей информацию о рынках, продуктах, ценах и т.д., реальным, осязаемым сбытом продукции ОАО «Химволокно» занимается отдел сбыта, где менеджер по сбыту отвечает за конкретный продукт и ведает его сбытом в дальнее зарубежье, отслеживая отгрузку товара, получение платежей, переговоры с потенциальными клиентами.

Стимулирование остается одним из четырех основных элементов, входящих в состав комплекса маркетинга фирмы. Основные средства стимулирования – реклама, стимулирование сбыта, пропаганда и личная продажа - обладают как разными, так и дублирующими друг друга функциями, и для их эффективной координации требуется тщательное определение целей фирмы. Фирме нужно будет распределить свой бюджет стимулирования, обратить основное внимание на характеристики каждого отдельного средства стимулирования, на тип товара или рынка, степень готовности покупателя и этап жизненного цикла товара. Тремя основными средствами воздействия в комплексе стимулирования являются реклама, стимулирование сбыта и пропаганда. Это орудия массового маркетинга в отличие от методов личной продажи, которая нацелена на конкретных покупателей [1].

Основными рынками сбыта при реализации полиамида на экспорт являются страны Европы (Германия, Италия, Великобритания, Франция, Испания) и Азии (Китай, Корея, Индия). Основными потребителями полиамида являются предприятия по производству инженерных пластиков, текстильных и технических нитей.

Основными рынками сбыта при реализации полиамидных волокон и нитей на экспорт являются страны Европы (Германия, Чехия, Великобритания, Испания) и Азии (Корея). Основными потребителями полиамидных нитей являются предприятия по изготовлению рыболовецких сетей, тросов, канатов [4].

В 2017 году ОАО «Химволокно» было реализовано 5 887,41 тонн химических волокон на внешнем рынке на общую сумму 13 163 675,97 долл. США в сопоставимых ценах (цены на доставленный товар). Причем, более половины этого объема было реализовано на рынке Азии (57,66 %).

В соответствии с данными рисунка 1, более 41 % реализованного объема было продано по ценам на уровне, причем для рынка Европы этот объем составляет около 50 % от общей реализации, а для рынка Азии – около 33 %. Такой сдвиг обусловлен, в первую очередь, более развитым и стабильным рынком Европы, слабо реагирующем на незначительные изменения внешних условий, а также более широкой номенклатурой реализуемой нити на внешнем рынке (крашенная, крученая нить). Структура продаж нити на внешнем рынке за 2017 г. представлена на рисунке 1.

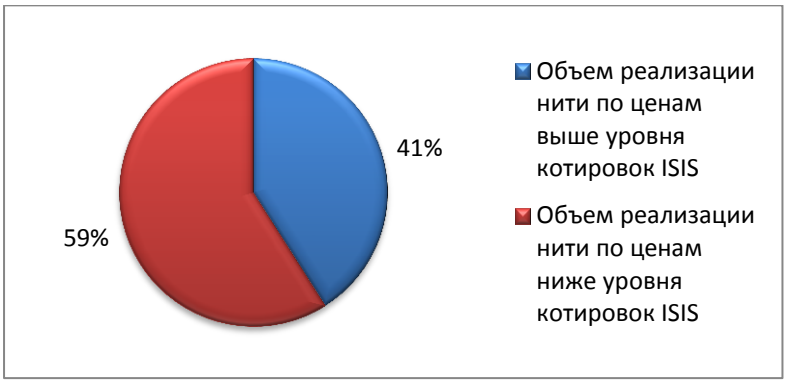


Рисунок 1 – Структура продаж нити на внешнем рынке за 2017 г

Источник: собственная разработка автора на основании данных [3]

В 2017 году ОАО «Химволокно» было реализовано 9 120,40 тонн полиамида на внешнем рынке на общую сумму 17 806 467,03 долл. США в сопоставимых ценах (цены для Европы даны на условиях DDP т.е. включают фрахт и оплату таможенных пошлин в стране контрагента; цены для рынка Азии даны на доставленный товар). Причем, реализованный объем распределился фактически поровну между рынками Европы и Азии.

В соответствии с данными рисунка 2, более 22 % реализованного объема было продано по ценам на уровне или выше котировок Tecnon за тот же период, причем для рынка Европы этот объем составляет около 44 % от общей реализации, а на рынке Азии таких продаж не было. Структура продаж полиамида на внешнем рынке за 2017 г. представлена на рисунке 2.

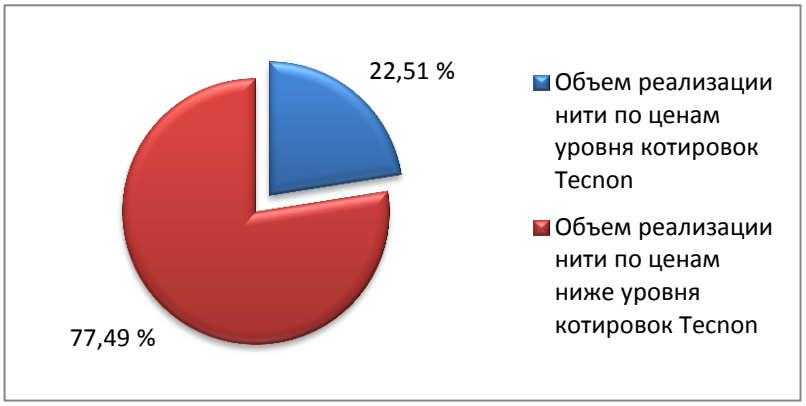


Рисунок 2 – Структура продаж нити на внешнем рынке за 2017 г.

Источник: собственная разработка автора на основании данных [3]

Выпуск основных видов продукции в 2017 году по сравнению с предыдущими периодами работы предприятия проиллюстрирован таблицей.

Таблица – Выпуск основных видов товарной продукции за период с 2015 по 2017 год.

№ П/П	Наименование	Ед. изм.	2015	2016	2017	Откл 2017-2016	Откл %
1.	Химические волокна в т.ч.	Тн.	12170	9750	6433	-3317	-34%
1.1	Нити текстильные	Тн.	1583	1250	651	-599	-48%
1.2	Нити технические в т.ч.	Тн.	10309	8130	5652	-2478	-30%
1.3	Штапель	Тн.	278	369	130	-239	-655
2.	Кордная ткань	Тм2	1203	4	-	-4	-100%
3.	Ткань техническая	Тм2	407	157	-	-157	-100%
4.	Линолеум	Тм2	553	-	-	-	0%
5	Материал волокнистый	Тм2	-	-	-	-	0%
6.	Полиамид первичный	Тн.	13323	12948	23189	10241	79%
7.	Полиамид вторичный	Тн.	905	731	678	-53	-7%
8.	Композицилнные матриалы	Тн.	368	1049	1123	74	7%

Источник: собственная разработка автора на основании данных [3].

Как показывает таблица, в период с 2015 по 2017 год наблюдается снижение производства химических волокон и нитей с 12170 тонн в 2015 году до 6433 тонн в 2017 году. Это обстоятельство объясняется тем, что за рассматриваемый период значительно сократился объем выработки кордных и технических тканей, а соответственно и сократился объем потребления нити технической на собственные нужды.

В 2017 году прибыль от продаж ОАО «Химволокно» составила 71 105 тыс.руб., против 62025 тыс.руб. в 2016 году, разница составила + 9 080 тыс.руб. При этом, стоит отметить, что прибыль до налогообложения в 2016 году сложилась на уровне 36 150 тыс.руб.. против 14 385 тыс.руб. в 2015 году, разница уже составила 21 765 тыс.руб. Увеличение разрыва между 2015 и 2016 годом на уровне прибыли до налогообложения, по сравнению с прибылью от продаж объясняется снижением в 2016 году выплаченных процентов за пользование заемными средствами на 10231 тыс.руб. и снижением отрицательного сальдо прочих расходов и доходов на 2309 тыс.руб.

Чистая прибыль предприятия в 2016 году составила 19 485 тыс.руб., что больше аналогичного показателя 2015 года на 16 353 тыс.руб.

В 2017 году прибыль от продаж ОАО «Химволокно» составила 56,1 млн.руб., против 71,1 млн.руб. в 2016 году, разница составила - 15 млн.руб. или -21 %. При этом, стоит отметить, что прибыль до налогообложения в 2017 году сложилась на уровне -20,5 млн.руб. против +36,1 млн.руб. в 2016 году, разница уже составила – 56,6 млн.руб. Увеличение разрыва между 2016 и 2017 годом на уровне прибыли до налогообложения, по сравнению с прибылью от продаж объясняется в основном увеличением в 2017 году выплаченных процентов за пользование заемными средствами на 33,4 млн.руб. или на 219%

Чистая прибыль предприятия в 2017 году составила -21,2 млн.руб., что меньше аналогичного показателя 2016 года на 40,7 млн.руб. [2].

Для реализации проекта «Производство наполненных полимеров на основе полиамида 6» требуется выполнить ряд предпроизводственных мероприятий. При условии их выполнения предприятие будет полностью готово к производству указанных ниже видов продукции. У ОАО «Химволокно» имеется предварительная договоренность с компанией «Werner & Pfleiderer» (Германия) на создание и поставку специализированного оборудования, необходимого для производства композиционных материалов на основе первичного и вторичного полиамида ПА6.

Таким образом, предложенный к осуществлению проект «Производство наполненных полимеров (полиамидных композиционных материалов)», разработанный с учетом внешних и внутренних факторов, определяющих эффективность экспортной деятельности производственного предприятия, показал значительную экономическую и бюджетную эффективность, выраженную в незначительных сроках окупаемости, высоком чистом дисконтированном доходе, высоких нормах рентабельности и высокой бюджетной эффективности [5].

Таким образом, основными направлениями совершенствования международного маркетинга ОАО «Химволокно» будут:

1. Реализации проекта «Производство наполненных полимеров на основе полиамида 6»
2. Использование вторичного полиамида будет способствовать снижению себестоимости готовой продукции и снижению затрат на отходы.
3. Большое внимание к внедрению инновационных, наукоемких технологий в производство, вследствие чего происходит увеличение себестоимости и потеря ценовой конкурентоспособности
4. Наращивание собственного производства продукции химической и нефтехимической промышленности в Китае.

Список литературы

1. Авдокушин, Е.Ф. Международные экономические отношения: Учебник. / Е.Ф. Авдокушин. М.: Юрист, 1999. – 350 с.
2. Александрова, О.А. Факторы экспортной деятельности промышленных предприятий / О.А. Александрова. Саратов: Изд-во «Научная книга», 2007. – 300 с.
3. Александрова, О.А. Круглов В.С. Анализ факторов экспортной деятельности промышленных предприятий / О.А. Александрова. // Вестник СГСЭУ 2007, № 16 . – с.2-3.
4. Елова, М.В., Муравьева, Е.К., Панферова, С.М. и др. Мировая экономика: введение во внешнеэкономическую деятельность. Учебное пособие для вузов / М.В.Елова. – М.: Логос, 2005. – 212 с.
5. Международные экономические отношения: учебник / под ред. И.П. Фаминского. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Экономистъ, 2008. – 316 с.

In this article features of conducting the international marketing in JSC Himvolokno of Grodno are analysed. The main directions of improvement of the international marketing in JSC Himvolokno of Grodno are also offered.

Силивончик Елена Анатольевна, студентка 3 курса специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: silivonchik-2017@mail.ru

Дубровская Анастасия Валерьевна, студентка 3 курса специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: nastya.dubrovskaya98@mail.ru

Научный руководитель – ***Сушко Виктор Иванович***, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры международного бизнеса и маркетинга факультета экономики и управления

Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: Sushko_VI@grsu.by.

УДК 339.9

Ху Жучжао

БЕЛОРУССКО-КИТАЙСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНОЙ ПАРК «ВЕЛИКИЙ КАМЕНЬ» КАК ИНСТРУМЕНТ ВОВЛЕЧЕНИЯ БЕЛАРУСИ В ИНИЦИАТИВУ КИТАЯ «ОДИН ПОЯС, ОДИН ПУТЬ»

Проанализирована роль индустриального парка «Великий камень» в развитии экономических связей Республики Беларусь с Китайской Народной Республикой, охарактеризованы основные предпосылки создания и принципы функционирования парка, его роль в рамках стратегической инициативы Китая «Один пояс, один путь», оценена актуальная скорость привлечения инвестиций и охарактеризованы возможные направления дальнейшего развития.

Китайско-Белорусский индустриальный парк «Великий камень» представляет собой территориальное образование площадью 91,5 кв. км с особым правовым режимом для обеспечения комфортных условий ведения бизнеса. Площадь индустриального парка сравнима с площадью одного из шести крупнейших городов республики – Могилева. Парк «Великий камень» расположен в Смолевичском районе Минской области в 25 км. от столицы Республики Беларусь города Минска в непосредственной близости к международному аэропорту, транснациональной автомобильной магистрали Берлин-Москва и железной дороге, обеспечивающей доступ к Клайпедскому порту на побережье Балтийского моря [5].

Идея создания китайско-белорусского технопарка впервые была озвучена в марте 2010 года во время визита в Беларусь заместителя председателя Китайской Народной Республики Си Цзиньпина (в настоящее время – глава государства). В январе 2012 г. Беларусь и Китай ратифицировали межправительственное соглашение о совместном проекте, что стало очередным шагом по подготовке к реализации озвученной осенью 2013 г. стратегической инициативы Китая по созданию сухопутного «Экономического пояса Шелкового пути» и «Морского Шелкового пути XXI века», которая впоследствии получила сокращенное название «Один пояс, один путь» [3].

Экономический пояс Шелкового пути представляет собой трансконтинентальный интермодальный железнодорожный коридор из северо-западных провинций Китая, где проживает около 400 млн. человек, в Европейский Союз. Причем Китай предложил странам, находящимся на пути между ним и ЕС, построить не просто железнодорожные линии, а магистральный транспортный коридор длиной в 8 тысяч километров для различных видов транспорта, способный успешно конкурировать с существующими морскими и воздушными путями.

Для обеспечения высокоскоростного сухопутного трансфера своей продукции на европейские рынки Китаю предстоит решить большое число задач в пяти основных сферах сотрудничества с 60 государствами. В число этих сфер (так называемых «пяти связующих элементов») входят: политическая координация, взаимосвязь инфраструктур, беспрепятственная торговля, свободное передвижение капитала и укрепление связей между народами [1, с.220].

Республика Беларусь одной из первых включилась в реализацию инициативы «Один пояс, один путь», выбрав роль коммуникационного узла на этом пути. Поэтому в настоящее

время индустриальный парк раскрывает потенциал Беларуси как коммуникационного звена между СНГ, Россией и Европой, а также предоставляет возможность беспошлинного входа на рынок стран Таможенного союза и Единого экономического пространства (Россия+Беларусь+Казахстан) емкостью 170 млн. чел.

Динамику развития индустриального парка иллюстрирует следующая цепочка фактов. Указом Президента Беларуси № 253 «О Китайско-Белорусском индустриальном парке» (5 июня 2012 г.) [5] определен специальный правовой режим этой экономической территории. В августе 2012 года учреждена совместная китайско-белорусская компания по развитию парка. 19 июня 2014 г. состоялась торжественная церемония закладки первого камня китайско-белорусского индустриального парка. По состоянию на 1 января 2017 г. в парке было зарегистрировано 8 резидентов, суммарная договорная величина инвестиций которых составляла 205 млн. долл. США. А на момент 16 января 2018 г. в парке было зарегистрировано уже 25 резидентов, с суммарной договорной величиной инвестиций превысившей один млрд. долл. США. К концу 2020 г. планируется увеличить число резидентов парка до 70 [2].

Для резидентов парка «Великий камень» определены основные сферы деятельности, среди которых: машиностроение; медицинское оборудование и материалы; биотехнологии, фармацевтика, тонкая химия; электроника и электротехника; новые материалы; оптика; другие направления [5].

Для получения статуса резидента парка необходимо заявить инвестиционный проект на сумму не менее, чем 5 млн. долл. США, что является весьма высоким «порогом на вход». Несмотря на это обстоятельство, приведенные выше цифры демонстрируют экспоненциальный характер темпов роста объема инвестиций.

Такому положению дел способствует крайне благоприятная для резидентов индустриального парка система налоговых и таможенных преференций. Она предполагает, что резиденты парка получают налоговые льготы по формуле «10+»: 0 % налога на прибыль на 10 лет и последующая их уплата по ставке, пониженной в 2 раза, до 2062 года; земельный налог и налог на недвижимость в размере 0 % на период работы предприятия (до 2062 года); таможенные пошлины по ставке 0 % на товары для старта проекта и 0% при экспорте товаров за пределы ЕАЭС; налог на дивиденды в размере 0 % в течение 5 лет с момента объявления прибыли; подоходный налог в размере 9 %; начисления в ФСЗП в размере 35 % от средней по стране (не от фактически начисленной); и наконец, возврат НДС из бюджета [6]. Беспрецедентной таможенной преференцией для резидентов парка стало исключение необходимости прекращать таможенную процедуру свободной таможенной зоны при передаче товара другому резиденту, возможности использовать территорию одной свободной таможенной зоны несколькими резидентами. По сути, речь идет о создании «бондовой зоны» (особой логистической структуры, характерной для портовых зон восточного Китая), что позволит полноценно вовлечь парк в реализацию стратегии «Один пояс и один путь».

Ключевым аспектом коммуникационного узла, обслуживающего интермодальный коридор «Один пояс, один путь» является скорость принятия решений и реализации административных процедур. В связи с этим в индустриальном парке реализована трехуровневая модель менеджмента [5]. Постановкой стратегических целей, координационной поддержкой работы парка, а также решением вопросов, требующих участия правительств двух стран занимается Межправительственный координационный совет, который играет роль координационного органа. Оперативное и качественное комплексное обслуживание инвесторов (получение необходимых разрешений, согласований и других государственных услуг) по принципу «одно окно» находится в зоне ответственности государственного учреждения «Администрация Китайско-Белорусского

индустриального парка «Индустриальный парк «Великий камень», исполняющего роль органа управления. Непосредственным исполнителем решений координационного и управляющего органов является Китайско-Белорусское совместное закрытое акционерное общество «Компания по развитию индустриального парка». Она занимается проектированием пространственного развития парка, управлением его земельными ресурсами и недвижимостью, оказанием эксплуатационных и консалтинговых услуг, привлечением инвестиций в парк. Как оператор земельных ресурсов совместная компания сдает земельные участки на территории парка в аренду либо отчуждает их в частную собственность резидентам парка и инвесторам. Китайским партнерам принадлежит 60% акций совместной компании, белорусским – 40%, что означает приоритетность внедрения в практику деятельности индустриального парка не только современных китайских технологий, но правил и принципов менеджмента, свойственных китайской культуре управления. Иллюстрацией последнего служит факт, что услуги связи на территории индустриального парка оказывают не структуры, связанные с Национальным оператором электронной связи «Белтелеком», а белорусский филиал китайской государственной телекоммуникационной компанией “Чайна Телеком” (China Telecom), которая в настоящее время является крупнейшим в мире оператором выделенных сетей, широкополосного интернета и радиосвязи CDMA.

Для резидентов индустриального парка «Великий камень» определен режим беспрецедентной скорости оказания административных услуг. В указе Президента Республики Беларусь А.Г. Лукашенко № 166 в 2017 г. предусмотрено обслуживание субъектов хозяйствования по принципу «одна станция», когда все услуги оказываются в одном месте. Инвестору не нужно ходить по различным министерствам и комитетам – достаточно прийти к администрации индустриального парка и выразить желание сотрудничать. Органы госуправления по запросу будут обязаны направлять своих сотрудников в парк для выполнения административных процедур. Указом № 166 введен мораторий на проведение без согласования с администрацией парка проверок в отношении резидентов и управляющей компании. Также скорректированы требования для регистрации компаний в качестве резидентов парка – основные направления деятельности расширились за счет информатики, фармацевтики, электронной коммерции, деятельности, связанной с хранением и обработкой больших объемов данных, социально-культурной деятельности.

Прокладка интермодального транспортного коридора через территорию государства не означает автоматического создания экономических возможностей или рабочих мест. Интермодальные поезда редко останавливаются. Весь смысл интермодальных перевозок состоит в том, чтобы максимально быстро переместить запечатанный контейнер между двумя точками в нераспечатанном виде. Иными словами, регион может остаться лишь транзитным маршрутом. Если только не будут созданы производства на местах. Индустриальный парк «Великий камень» позволяет китайским партнерам перенести производства последнего звена технологической цепочки практически на границу ЕС. Этому способствует наличие большого числа высококвалифицированных и мотивированных низким подоходным налогом кадров. С учетом факта, что общее количество населения Беларуси составляет 9,5 млн. человек, одна пятая пятая часть его проживает в непосредственной близости к парку (15 тыс. чел. – в Смолевичах, 1,9 млн. чел. – в Минске, из них 450 тыс. чел. – студенты) и, тем самым, вовлечена в сферу его преобразующей деятельности [7, с.50].

Неочевидной выгодой Республики Беларусь от наличия индустриального парка является запланированное движение сквозь его структуры огромного числа железнодорожных контейнеров, которые в сторону ЕС будут двигаться заполненными, а обратно, в сторону КНР, – пустыми. В связи с этим, Министерство сельского хозяйства и

продовольствия Беларуси и две крупные китайские корпорации Xinrongji Holding Group и DRex Food Group подписали дорожную карту о сотрудничестве, в рамках которого в Беларуси будет создано совместное предприятие в форме акционерного общества, которое будет осуществлять экспорт белорусских сельхозтоваров и продовольствия в Китай с ежемесячным оборотом около 10 млн. долл. США. Белорусская сторона согласилась войти в состав компании в качестве соучредителя. Кроме того, данная компания будет наделена полномочиями по инвестированию в виде покупки долей в уставных капиталах молокоперерабатывающих предприятий Беларуси с направлением средств на модернизацию и расширение ассортимента выпускаемой продукции.

Список литературы

1. Hirooka, M. Innovation Dynamism and Economic Growth. A Nonlinear Perspective / M. Hirooka – Cheltenham, UK Northampton, MA: Edward Elgar, 2012. – 426 p.

2. Официальный сайт комитета по статистике правительства КНР [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://data.stats.gov.cn /work space/index?m=hgnd. – Дата доступа: 18.02.2018.

3. Официальный сайт Министерства торговли КНР [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://english.mofcom.gov.cn. – Дата доступа: 20.02.2018.

4. Сяоцю У. Беларусь и Китай: горизонты сотрудничества / У. Сяоцю, В.М. Мацель // Проблемы управления. – 2002. – № 2. – С. 91–92.

5. Указ Президента Республики Беларусь от 5 июня 2012 г. № 253 О создании Китайско-Белорусского индустриального парка «Великий камень» [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=p31200253 – Дата доступа: 20.02.2018.

6. Указ Президента Республики Беларусь от 12.05.2017 № 166 «О совершенствовании специального правового режима Китайско-Белорусского индустриального парка «Великий камень» [Электронный ресурс] – Режим доступа: http:// pravo.by/ document/ ?guid=12551&p0=P31700166&p1=1&p5=0 – Дата доступа: 20.02.2018.

7. Шарапо, А.В. Белорусско-китайское сотрудничество: экономические и политические факторы / А.В. Шарапо // Белорусский журнал международного права и международных отношений. – 2008. – № 2. – С. 43–54.

The role of the industrial park "great stone" in development of economic relations of the Republic of Belarus with the People's Republic of China is analyzed, the basic prerequisites of creation and principles of functioning of the park are described, its role within The strategic initiative of China "One Belt, one way", estimated the actual speed of attracting investments and described possible directions of further development.

Ху Жучжао, магистрант специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: huruzhao@gmail.com.

Научный руководитель – ***Лявшук Владимир Евгеньевич,*** кандидат исторических наук, доцент кафедры международного бизнеса и маркетинга Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: lve@grsu.by

УДК 330.3:004.9

О. С. Чахкиев

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ IT-ТЕХНОЛОГИЙ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Проанализированы основные проблемы развития высоких IT-технологий и их влияние на мировую экономику. Раскрываются основные тенденции и особенности развития рынка IT-технологий в мировом пространстве. Проанализировано нынешнее состояние рынка сферы IT-технологий.

В XXI веке весь мир охватила новая, так называемая, «техногенная волна», волна информационных технологий. Всего за несколько десятков лет из огромных, примитивных и малодоступных ЭВМ (электронных вычислительных машин) компьютеры превратились в общедоступные, многофункциональные и удобные для использования машины, возможности которых с каждым годом увеличиваются. Все это можно обобщить одним термином - "технологический прогресс".

Термин "технология" имеет множество толкований и понятий. Сегодня этот термин стал исполнять роль прилагательного, отражающего в большей степени специфику какого-либо средства. Согласно словарю Ожегова, технология - это:

1) совокупность методов и приемов воздействия на какие-либо предметы, объекты или процессы (труда);

2) наука, посвященная изучению или разработке этих методов (приемов) [2].

Следует отметить, что информационные технологии должны относиться к совокупности методов воздействия на информационные объекты (информация, данные, знания, системы, ресурсы, программы и пр.) или процессы (обработка, поиск, хранение, представление, передача информации), а также с теоретическими знаниями о таких методах. При этом сами эти методы могут носить ярко выраженный информационный (нематериальный) характер.

В большинстве случаев термин «информационные технологии» ассоциируется с системой методов, способов и средств сбора, регистрации, хранения, поиска, обработки и передачи информации на основе применения средств вычислительной техники и телекоммуникаций [1].

С начала 90-х годов прошлого века во всем мире все большую роль в развитии мировой экономики играет компьютеризированная техника. Такой прогресс по праву можно считать второй научно-технической революцией. И не зря, поскольку сегодня трудно представить цивилизованную модель жизнедеятельности без компьютеров, смартфонов, интернета и других гаджетов. Стоит отметить, что компьютер и интернет появились значительно раньше, однако удельный вес в мировом производстве как полезные и многофункциональные гаджеты (персональные компьютеры, планшетные компьютеры, смартфоны и т.д.), так и цифровая продукция (криптовалюты, электронные деньги, различные медиа-файлы на цифровых носителях и др.) стали занимать относительно недавно. Во многом это связано с технологическим прогрессом, вызванным в том числе и жесткой конкуренцией.

На сегодняшний день ведущими производителями продукции высоких технологий являются: США, Япония, Китай, Тайвань, Южная Корея. Между этими странами уже много лет происходит ожесточенная борьба за выбор потребителей и рынки сбыта. Каждая компания дорожит своей репутацией и не намерена сдавать свои позиции на рынке другим конкурентам. Для этого бренды вынуждены постоянно улучшать и модернизировать свой

продукт, чтобы заслужить предпочтения потребителей. Именно благодаря таким условиям сегодня мы можем наблюдать бурный технологический прогресс.

Сегодня развитым странам для обеспечения стабильности собственных экономик не нужна тяжелая промышленность и вредные для окружающей среды заводы, рабочим не приходится трудиться в неблагоприятных и вредных для здоровья условиях, все это возможно благодаря развитой инфраструктуре. Страны же 2-го и 3-го миров, не имеющие достаточно средств, технологий и кадров для поэтапного внедрения высоких технологий в экономическую и социальную сферы имеют значительно более низкий уровень развития и это наблюдается во всех сферах.

Сегодня таких стран большинство, однако судя по темпу экономического роста некоторых из них, а также по интенсивному росту индекса развития человеческого потенциала и внедрения высоких технологий, мы можем с уверенностью сказать, что в обозримом будущем мир ждет если не отсутствие расслоения и деления стран на миры, то по крайней мере, не столь ярко выраженное различие в технологическом развитии.

Не стоит забывать об ограничениях развития и внедрения высоких технологий. К таким можно отнести:

– кадровое (отсутствие высококвалифицированных работников);

– ресурсное (отсутствие или ограниченное количество средств, необходимых для закупки оборудования и производства достаточного количества электроэнергии);

– инфраструктурное (отсутствие необходимой сети снабжения для поддержания стабильной работы устройств).

Важно отметить нарастающую тенденцию интенсивного развития индустрии компьютерных игр. Компьютерные игры появились сравнительно недавно, но за относительно небольшой промежуток времени они стали неотъемлемой частью рынка высоких технологий.

Исследователь Бен Сойер (англ. Ben Sawyer) из Digitalmill рассматривает цепочку ценности игровой индустрии, которая составлена из шести связанных, но хорошо различимых слоев:

– **уровень издательства и капитала**: издательства оплачивают разработку новых проектов и извлекают прибыль посредством лицензирования наименований;

– **уровень продукта и талантов:** включает в себя разработчиков, дизайнеров, художников, композиторов, которые могут работать как по индивидуальным контрактам, так и в составе группы разработчиков;

– **уровень создания и технологий:** является источником средств разработки игр, настраиваемых и расширяемых игровых движков, связующего ПО (англ. middleware), а также средств управления разработкой;

– **уровень распространения** (также индустрия издателей): создание перечней игр и их продвижение в розничных и интернет-магазинах;

– **уровень аппаратного и программного обеспечения**: сюда входят аппаратные базисы-платформы, в том числе такие как консоли и мобильные устройства. В этот уровень сейчас входят также и неаппаратные платформы, такие как виртуальные машины (например Java или Flash) или программные платформы, такие как браузеры и (в последнее время) Facebook.

– **уровень конечных пользователей**. Иначе говоря, потребителей игр или геймеров [4].

По данным исследовательской компании SuperData, объем мирового игрового рынка в 2015 году достигнет 74,2 млрд. долл. США, а европейская исследовательская компания Newzoo считает, что объем мирового игрового рынка вырастет на 17 % и к 2016 году достигнет 95,2 млрд. долл. США.

Около 32% рынка занимают мобильные игры. Для сравнения, по данным Pricewaterhouse Coopers, выручка мирового спортивного рынка в 2015 году составит 145,3 млрд. долл. США при среднегодовом темпе роста на уровне 3,7 %. Каждый шестой человек в мире хотя бы раз играл в мобильные игры, а это более 1 млрд. мобильных игроков.

Наиболее значительная аудитория сконцентрирована в Азиатско-Тихоокеанском регионе – 740 млн. долл. США мобильных игроков,и это рынок Android, причем в Китае заблокирован доступ к Google Play. К концу 2015 года объем выручки от мобильных игр превысит долю приставочных игр и станет самым крупным сегментом рынка с объемом в $22,3 млрд.

Стоит также обратить внимание на киберспорт, который несмортя на относительно скромные объемы рынка в сравнении с мобильными играми (по данным SuperData, объем этого сегмента в 2015 году составит 612 млн. долл. США), который привлекает внимание огромной аудитории.

В августе 2014 года компания Amazon купила сервис геймерских видеостримов Twitch за 970 млн. долл. США, чтобы получить доступ к игровой аудитории. На тот момент Twitch насчитывал 55 млн. уникальных пользователей и 15 млрд. минут видео, накопленных за три года. Чемпионаты по популярным играм Counter-Strike, Warcraft 3, Dota 2, Hearthstone собирают зрителей по всему земному шару, которые платят за право смотреть трансляции матчей и формируют призовой фонд для игроков. Например, призовой фонд турнира по Dota 2 The International 2015, который формируется за счет отчислений с билетов, уже превысил 17,6 млн. долл. США. Командам-финалистам достаточно выиграть один матч, чтобы стать обладателями 200 тыс. долл. США [9].

Как и на многих других рынках товаров и услуг на рынках высоких технологий возникают проблемы правовыого характера. Очень часто из-за разногласий в правовой принадлежности того или иного символа или торгового знака происходят казусы, которые обычно заканчиваются судебными разбирательствами. Обычно такие конфликты происходят между клиентами и юридическими лицами. Однако нередко клиенты обращаются в суд по причине несоблюдения прав и обязанностей производителя по отношению к ним. Для того чтобы потребитель перед покупкой мог ознакомиться со всеми правовыми нюансами, каждая компания проводит собственную политику конфиденциальности. В наиболее крупных компаниях такая политика обычно базируется на законодательстве США, Швейцарии и Европейского союза. Примером может послужить часть соглашения политики конфиденциальности одной из крупнейших компаний-разработчиков компьютерных игр Valve, она выглядит следующим образом.

Компания Valve® Corporation уважает право интернет-посетителей и пользователей ее продуктов и услуг на конфиденциальность и соблюдает рамочные соглашения Privacy Shield, заключенные между Министерством торговли США и регулирующими органами Швейцарии и Европейского союза. Компания Valve осознает важность защиты информации, полученной от пользователей, и применяет данную политику конфиденциальности, чтобы информировать пользователей о сборе, хранении и обработке информации, связанной с использованием продуктов, услуг и веб-сайтов Valve [3].

Для производства и потребления цифровой продукции необходим развитый рынок компьютерной техники. Производители компьютеров и компьютерного обеспечения с каждым годом модернизируют свой продукт, благодаря чему растет качество и возможности цифровой продукции, наглядным показателем являются компьютерные игры, графика которых становится все более совершенной.

В январе 2018 года аналитическая компания Gartner подвела итоги ушедшего года на мировом рынке персональных компьютеров. Согласно предварительной оценке специалистов, производители выпустили в 2017-м свыше 262,5 млн. устройств, включая

настольные ПК, ноутбуки, ультрапортативные ПК премиум-класса и гибридные устройства на базе Windows. Показатель на 2,8 % меньше, чем в 2016 году, таким образом, негативная динамика на рынке наблюдается уже на протяжении шести лет подряд [3].

Исследователи аналитики обращают внимание на продолжающуюся в последние годы консолидацию ПК-отрасли. В 2017 году четверка крупнейших ПК-вендоров контролировала 64% рынка, что существенно превосходит показатель 2011 года, когда на долю четырех ведущих игроков приходилось лишь 45% от суммарного объема отгрузок ПК. Лидеры рынка добиваются экономии за счет больших масштабов производства и пользуются этим преимуществом, чтобы вытеснять менее крупных производителей.

Крупнейшим производителем ПК по итогам 2017 года стала HP Inc., поставившая более 55 млн. компьютеров или 21 % от общемирового объема. По сравнению с 2016 годом отгрузки у HP увеличились на 4,6 %, а доля выросла на 1,5 %, что позволило американскому вендору обойти своего китайского конкурента Lenovo, который в 2016-м возглавлял рейтинг.

Lenovo опустилась на вторую строчку с годовым результатом в 54,7 млн. ПК-устройств и долей в 20,8%. Для сравнения, в 2016-м объемы поставок компьютеров Lenovo достигали 55,95 млн штук, а доля составляла 20,7%.

Dell нарастила поставки на 1,1 %, до 39,87 млн. единиц, что соответствовало доле в 15,2 %. Далее по списку следует Apple: отгрузки ее компьютеров увеличились на 4,1 %, до 19,3 млн. штук, а доля возросла с 6,9 % до 7,4 %. Худшую динамику в топ-5 продемонстрировала ASUS, поставки у которой в 2017 году просели более чем на 12 %. В результате под контролем тайваньского вендора осталось лишь 6,8% рынка против 7,6 % в 2016 году [3].

Далеко не секрет, что сегодня сотовые телефоны наряду с возможностями связаться на расстоянии, имеют множество других полезных функций, таких как: наличие выхода в интернет, фотокамера с хорошим разрешением, мощность процессора и видеочипа для работы с большими приложениями и многое другое.

В феврале 2018 года аналитики Gartner сообщили о первом падении рынка смартфонов и объяснили его отсутствием по-настоящему новых аппаратов. Первый в истории спад произошёл в четвертом квартале 2017 года, когда было продано 408 млн. смартфонов, что на 5,6 % меньше относительно аналогичного периода 2016-го. По итогам всего 2017 года объем рынка возрос на 2,7 %, превысив 1,5 млрд. штук. Одной из причин падения спроса на смартфоны является увеличение сроков использования устройств, вызванное отсутствием инновационных моделей. Хотя спрос на высококачественные трубки, 4G-связь и улучшенные камеры остается сильным, высокие ожидания и небольшое количество преимуществ, которые дает покупка новых смартфонов, ослабляют их продажи. Одной из причин падения рынка является отсутствие качественных ультрабюджетных смартфонов, которые были бы интересны владельцам обычных кнопочных телефонов.

В 2017 году Samsung укрепила лидерство на глобальном рынке смартфонов, захватив долю в размере 20,9 % против 20,5 % в 2016-м. Несмотря на снижение продаж Galaxy S8 и S8+, эти модели помогли южнокорейской компании поднять средний чек на ее смартфоны. Выход новых флагманов, намеченный на первый квартал 2018-го, должен способствовать росту прибыли и средней продажной стоимости продуктов, несмотря на усиление конкуренции и снижение потребления смартфонов, говорится в исследовании.

В 2017 году продажи iPhone, а также рыночная доля Apple уменьшились, что аналитики объясняют поздним запуском iPhone X, а также отсутствием значимых нововведений в моделях iPhone 8 и 8 Plus. Совместная доля Samsung и Apple за год практически не изменилась, тогда как доля пяти крупнейших китайских производителей смартфонов увеличилась на 4,2 процентного пункта в 2017 году.

В начале февраля 2018 года аналитическая компания IDC сообщила об итогах на мировом рынке смартфонов в 2017 году. Поставки аппаратов просели лишь на 0,1 %

(производители выпустили 1,472 млрд. устройств против 1,473 млрд. в 2016-м), однако этот спад в годовом выражении оказался первым за все время наблюдений IDC за рынком [6].

Статистика GfK указывает на то, что одним из самых динамичных рынков мира в 2017 году была Центральная и Восточная Европа (ЦВЕ), куда входит и Россия. В 2017-м в регионе было реализовано 85,2 млн смартфонов, что на 9 % превышает показатели 2016-го. Еще более впечатляющий прогресс в деньгах: продажи увеличились на 26 %, с 16,8 млрд. долл. США до 21,2 млрд. долл. США. В 2018 году ожидается рост спроса в штуках еще на 6%, драйверами которого станут российский и украинский рынки.

Помимо стран ЦВЕ темпы выше среднерыночного продемонстрировали Латинская Америка (+9 %), развивающиеся страны Азии (+8 %), Ближний Восток и Африка (+4 %), где было реализовано соответственно 115,8, 232,7 и 176,5 млн. устройств.

Негативная динамика в 2017 году наблюдалась в развитых странах Азии, где продажи сократились как в натуральном, так и денежном исчислении. По итогам года объем этого рынка составил 68,5 млн. устройств и 44,2 млрд. долл. США, что на 6 % и 4 % меньше по сравнению с показателями предыдущего года. Особенно выраженным наблюдался спад в Южной Корее, где в конце года продажи в штуках просели сразу на 21 %. Впрочем, в 2018 году специалисты прогнозируют восстановление спроса и рост на 2 %, в основном, за счет улучшения конъюнктуры в Японии [7].

В заключении следует отметить, что наличие развитого рынка высоких технологий - одна из важнейших составляющих развитой и процветающей мировой экономики. Сегодня потребители готовы платить за интеллектуальные, виртуальные продукты большие финансовые средства, что казалось немыслимым несколько десятилетий назад. Благодаря стремительному развитию IT-технологий информация стала доступной и более качественной, что положительно сказывается на экономическом росте мировой экономики.

Список литературы

1. Голицына, О.Л., Максимов, Н.В., Партыка, Т.Л., Попов, И.И. – Информационные технологии. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.alleng.ru/d/comp/comp223.htm – Дата доступа: 28.02.218.

2. Толковый словарь С.И. Ожегова [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.alleng.ru/d/comp/comp223.htm – Дата доступа: 28.02.2018.

3. Компьютеры (мировой рынок). Падение в течении 6 лет [Электронный ресурс] Режим доступа: www.tadviser.ru/index.php/ 2017 – Дата доступа: 28.02.218.

4. Bob Johnstone. Wave of the Future: The story of the next generation in sound technology [Электронный ресурс] Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Индустрия_компьютерных_игр#cite_note-newmedia-3 – Дата доступа: 28.02.2018.

5. Смартфоны. Первый спад [Электронный ресурс] Режим доступа: www.tadviser.ru/index.php – Дата доступа: 28.02.2018.

6. Соглашение политики кондифиденциальности Valve® Corporation. [Электронный ресурс] http://store.steampowered.com/privacy_agreement/?l=russian - Дата доступа:23.01.2018.

7. Газета.ru [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.gazeta.ru/tech/2015/07/30/7662185/computer-games-growth-exceeds-sports-market.shtml – Дата доступа: 28.02.2018.

The main problem of development of high IT-technologies and their influence on the world economy are analyzed. The development's basic tendencies and features of the market of IT-technologies in the world space are revealed. The current state of the IT market is analyzed.

Чахкиев Осман Саварбекович, студент 1 курса специальности «Экономическое право» юридического факультета Гродненского государственного университета имени Янки Купалы.

Научный руководитель – ***Фурс Михаил Владимирович***, кандидат философских наук, доцент,

доцент кафедры экономики и управления на предприятии Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: furs_mv@grsu.by.
УДК 339.5

В. В. Чёрная

РЕСПУБЛИКА БЕЛАРУСЬ НА МИРОВЫХ СЫРЬЕВЫХ РЫНКАХ

В статье рассматривается осуществление внешнеторговых операций, основные торговые партнёры Республики Беларусь, анализ экспорта и импорта на сырьевых рынках за последние годы, показана роль Республики Беларусь как игрока на отдельных мировых рынках сырья.

В современном мире состояние внешней торговли государства - это показатель уровня развития, индикатор признания страны международным сообществом. В последнее время динамика внешней торговли Республики Беларусь характеризуется стремительным увеличением объемов товарооборота. Участие Беларуси в мирохозяйственных связях в современных условиях приобретает особую актуальность.

Республика Беларусь осуществляет внешнеторговые операции более чем со 200 странами мира. Основными торговыми партнерами Беларуси являются: Россия, Германия, Великобритания, Польша, Украина.

Объем внешней торговли за 2017 год составил 63,4 млрд. долл. США и по сравнению с 2016 годом увеличился на 5,7 млрд. долл. США (на 24 %). Экспорт – 29,2 млрд. долл. США (рост на 24,1 %). Импорт – 34,2 млрд. долл. США (рост на 24 %).Сальдо отрицательное – «минус» 5,02 млрд. долларов.

В общей структуре экспорта товаров наиболее представлены машины и транспортные средства, сельскохозяйственная техника, минеральные продукты, азотные и калийные удобрения, продукты химической и нефтехимической промышленности, чёрные металлы, продовольственные продукты.

В товарной структуре экспорта Беларуси преобладают топливно-энергетические товары (2016 год – 20,7 %), продукция химической промышленности (2016 год – 20,2 %; 2017 год – 20,1 %; 2018 год (январь) – 17,5 %) машины, оборудование, транспортные средства (2016 год – 18,4 %,2017 год –16,6 %; 2018 год (январь) – 15,3 %)

В белорусском экспорте в другие страны преобладают такие товары как калийные удобрения (2016 год – 5 706,3 тыс. тонн), химические волокна и нити (152,0 тыс. тонн), смешанные минеральные удобрения (2016 год – 847,3 тыс. тонн), тракторы (около 31,7 тыс. штук), шины для автомобилей различных типов (2016 год – 3 928,2 тыс. штук), древесностружечные плиты, холодильники и морозильники, телевизоры.

Самую большую долю в белорусском экспорте продуктов химической промышленности занимают минеральные удобрения (2018 год (январь)–31,2 %). Одно из первых мест в экспорте занимают калийные удобрения. Большая их часть – 90,2 % — идёт на экспорт, и только остальная часть – 9,8 % — идёт на внутренний рынок. Экспорт Белорусской калийной компании и «Беларуськалия» в 2016 году достиг 9,5 млн. тонн калийных удобрений, что выводит белорусского производителя и экспортера на первые позиции в мире.

Основные поставки данного товара осуществляются в Китай, Индию, Бразилию, США, Малайзию. ОАО «Беларуськалий» с 2014 г осуществляет поставки гранулированного хлористого калия на рынок Новой Зеландии через Клайпедский порт и за три года заняло почти 50 % рынка Новой Зеландии. В настоящее время наблюдается устойчивый рост спроса в Польше, Венгрии, Чехии и Словакии. Солигорское ОАО «Беларуськалий» произвело в 2017 году 11,5 млн. тонн калийных удобрений в физическом весе. Это на 11 % больше, чем в

2016 г, когда Беларуськалий выпустил 6,180 млн. тонн в пересчете на 100 % содержание хлоркалия. Коэффициент пересчета питательного вещества в физическую массу калийных удобрений – 1,67. Соответственно, выпуск удобрений в физическом весе в 2016 г. составил 10,320 млн. тонн. Объем выпуска в 2017 г. стал рекордным за всю историю Беларуськалия. Чтобы произвести 11,5 млн. тонн калийных удобрений, на Беларуськалии было добыто более 50 млн. тонн калийной руды.

Стоит отметить, что за последние пять лет производственные мощности Беларуськалия по производству калийных удобрений увеличились более чем на 4 млн. тонн в физическом весе. Беларуськалий экспортирует свою продукцию в 107 стран, при этом его доля в мировом экспорте калийных удобрений составляет около 20 %.

Большую часть в белорусском экспорте занимают шины – 10 % экспорта химической промышленности. Главным производителем шин в Беларуси является «Белшина», которая экспортирует за рубеж столько шин, сколько целая промышленность СНГ. Белорусский шинный комбинат создан в 1972 году, преобразован в ОАО «Белшина» в 2002-м. Предприятие является одним из крупнейших производителей шин в Европе, выпускает более 350 типоразмеров и моделей шин. ОАО осуществляет экспортно-импортные операции более чем с 75 странами. Основными потребителями продукции на внутреннем рынке являются крупнейшие предприятия республики: БелАЗ, МАЗ, МТЗ, МЗКТ, «Гомсельмаш», «Амкодор».

По итогам 10 месяцев работы предприятие также увеличило поставки шин в Судан, Филиппины, на Кубу. К примеру, объем отгруженных шин в эту страну в 3,7 раза превысил показатели аналогичного периода 2016-го. Почти 80 % отгруженной на Кубу продукции составляют шины для сельскохозяйственной техники. На втором месте - грузовые шины, которые в общей доле экспорта составляют 14 %. Значительно вырос экспорт шин за указанный период и в Судан – более чем в 4 раза.

В настоящее время фабрика производит около 185 видов шин для легковых и грузовых автомобилей, автобусов, троллейбусов, тракторов, сельскохозяйственных и строительных машин (65 % их продукции идёт на экспорт).

Среди товаров лёгкой промышленности наибольшую долю в белорусском экспорте занимают такие товары как лён и хлопок, синтетические ткани, ковры. Предприятия лёгкой промышленности поддерживают деловые отношения с более 90 предприятиями из стран ЕС. Большинство экспорта данного вида товаров осуществляется в Великобританию, США и Нидерланды.

Среди импортируемых товаров лёгкой промышленности в Беларусь преобладают хлопок, шерсть, ткани, текстильные изделия, трикотажная продукция.

Крупнейшими получателями белорусской продукции древесной промышленности являются Польша (36,9 %), Украина (21,7 %), Финляндия (18 %). В товарной структуре экспорта данной промышленности преобладает мебель и составляет 45-50 % всего экспорта древесной промышленности.

Основным торговым партнером Беларуси является Россия, на ее долю приходилось 43,9 % белорусского экспорта и около 57 % импорта. В Россию республика экспортирует машины, продовольственные товары, минеральные удобрения, химические волокна, нити, шины, тракторы, грузовые автомобили, двигатели внутреннего сгорания, строительные материалы, бумагу, картон, льняные волокна, холодильники, морозильники, двигатели, велосипеды, ткани, обувь, водку, другие алкогольные напитки. Импорт из России основывается, прежде всего, на топливно-энергетическом сырье. Кроме данного вида товаров Россия импортирует в Беларусь минеральные продукты, машины, оборудование, транспортные средства, чёрные и цветные металлы.

Второе место в товарообороте занимает Европейский союз, на долю которого приходилось 26,9 % белорусского экспорта и почти пятая часть импорта. Основные страны-импортеры белорусской продукции в Евросоюзе: Великобритания, Германия, Польша, Нидерланды, Литва, Италия, Латвия, Бельгия, Франция, Норвегия, Чехия. Республика экспортирует в эти страны продукцию химической промышленности, изделия из чёрных металлов, продукцию лёгкой, древесной и машиностроительной промышленности. Великобритания является одним из главных покупателей белорусских «научных инструментов», к которым относятся оптические приборы, оборудование на жидких кристаллах, лазеры.

Возрос экспорт во все страны-члены ЕАЭС: в Кыргызстан – в 2,5 раз, в Казахстан – на 63 %, в Армению – на 57 %, в Россию – на 17 %.

Динамично развиваются торговые отношения с партнерами в Латинской Америке – Венесуэлой, Аргентиной, Эквадором, в Азиатском регионе – ОАЭ, Катаром, Израилем, Пакистаном, Ираном, Японией, Южной Кореей, Китаем.

В эти страны Беларусь экспортирует продукцию древесной промышленности, топливно-энергетической, текстильные изделия, синтетические нити, изделия из недрагоценных металлов.

Следующим важным партнёром Беларуси является Украина. В эту страну Беларусь экспортирует сельскохозяйственные машины, автомобили, химические волокна, нити, калийные удобрения, продукцию лёгкой промышленности.

В Польшу Беларусь экспортирует, прежде всего, минеральные продукты и товары химической промышленности.

В белорусском импорте за 2017 год преобладают минеральные продукты (нефть, газ, уголь) – 29 %, (2016год– 27,5 %) машины и оборудование – 23,1% (2016 год–22,9%), продукты химической промышленности и каучук – 14,6 % (2016 год– 14,9 %), чёрные металлы – 10,0 % (2016 год–9,1 %) (таблица).

Таблица – Товарная структура импорта Республики Беларусь

Наименование	2016 год	2017 год
Минеральные продукты	27,7 %	29 %
Машины и оборудование	22,9 %	23,1 %
Продукты химической промышленности и каучук	14,9 %	14,6 %
Чёрные металлы	9,1 %	10,0 %

Источник: собственная разработка автора на основе [1]

В Республику Беларусь была ввезена нефть сырая в количестве 18,1 млн. тонн (2016год – 18,1 млн. тонн), нефтепродукты – 3 385,3 тыс. тонн (2016 год – 1 718,7 тыс. тонн), электроэнергия – 2,7 млрд. кВт·ч (2016 год – 3,2 млрд. кВт·ч), чёрные металлы – 3 147,1 тыс. тонн (2016 год – 2 705,4 тыс. тонн), легковые автомобили – 54,9 тыс. шт. (2016 год – 55,9 тыс. шт.), части и принадлежности для автомобилей и тракторов– 85,5 тыс. т. (2016 год – 64,1 тыс. тонн). Среди продуктов химической промышленности наибольшую долю в белорусском импорте занимают пластмассы и изделия из неё, каучук и резиновые изделия, органические вещества, фармацевтические продукты, косметические и парфюмерные средства. Объем внешней торговли услугами в 2017 году составил 12,6 млрд. долл. США и по сравнению с 2016 годом возрос на 1,4 млрд. долларов (на 12,1 %) (рисунок 1).

.

Рисунок 1– Распределение импорта товаров по странам – основным торговым партнерам в 2017 году

Источник:[1]

Из представленной диаграммы можно увидеть, что основное сырьё импортируется в Беларусь из России (57,2 %), Китая (8 %), Германии (5 %), Польши (3,9 %), Украины (3,6 %) и других стран (22,3 %).

В обозримой перспективе Республика Беларусь, строя свою внешнеэкономическую деятельность на принципах многовекторности, будет продолжать осуществлять торгово-экономическое сотрудничество со всеми странами, включая страны дальнего зарубежья, и их региональными объединениями, с различными союзами и международными организациями (рисунок 2).

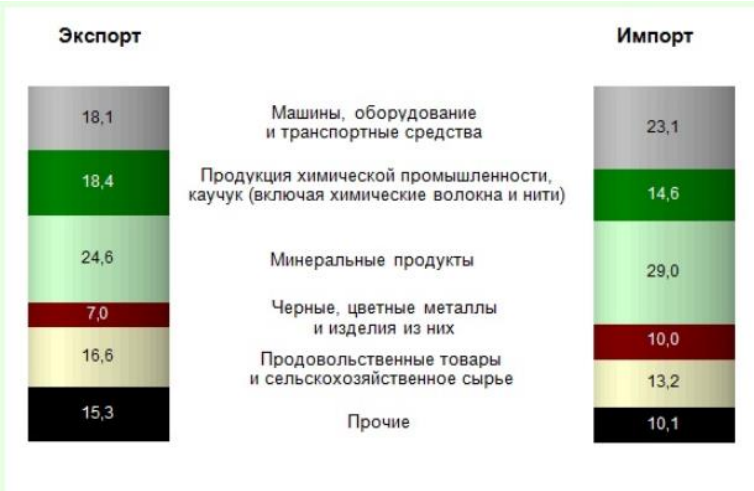


Рисунок 2 – Товарная структура экспорта и импорта Республики Беларусь в 2017 году

Источник: [1]

Таким образом, видно, что растет место и роль страны на международном рынке. Около 60% производимой промышленной продукции поставляется на экспорт, что характерно для стран с высокой степенью развития и открытости экономики. Беларусь придерживается модели социально ориентированной рыночной экономики, которая доказала свою состоятельность и эффективность.

Список литературы

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Национальный интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ .– Дата доступа: 13.03.2018.
2. Министерство иностранных дел Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://mfa.gov.by .– Дата доступа:14.03.2018.
3. Белорусское телеграфное агентство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belta.by/.– Дата доступа: 13.03.2018.
4. Министерство экономики Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Национальный интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: http://www.economy.gov.by/ru/. – Дата доступа:13.03.2018

The article examines the implementation of foreign trade operations, the main trade partners of Belarus, the analysis of exports and imports in commodity markets in recent years.

Чёрная Валерия Валентиновна, студентка 2 курса специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: valeria.tab@mail.ru.

Научный руководитель, ***Куликов Александр Михайлович***, м.э.н., старший преподаватель кафедры международного бизнеса и маркетинга Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: Alex_kul@tut.by.

УДК 339.92

Чжан Нань

ОСОБЕННОСТИ КИТАЙСКОГО И БЕЛОРУССКОГО ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА ВО ВРЕМЯ ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ

В статье рассматривается понятие делового этикета, его основные характеристики, а также влияние культурных различий на формирование бизнес-этикета. Автором проанализированы понятия времени, ценности, языковых привычек и концепция питания, которые влияют на деловой этикет Китая и Беларуси. Приводятся примеры различий китайского и белорусского бизнес-этикета.

С созданием экономического пояса Шелкового пути дружеское сотрудничество между Беларусью и Китаем становится все ближе и ближе. Поэтому, чтобы избежать ненужных недоразумений в работе, которые вызывают исторические и культурные различия между двумя странами, особенно важно изучать и осваивать деловой этикет двух стран [6].

Деловой этикет – важная составляющая деловых отношений, базирующаяся на многовековой мудрости, определяющей представления о духовных (справедливости, честности, верности слову) и материальных ценностях (организованности, высоком креативном уровне).

Бизнес-этикет – совокупность правил вербального и невербального делового общения, регламентирующих порядок встречи делегаций, ведения деловых бесед, переговоров, официальных и неофициальных мероприятий, приемов, фуршетов и т.д. Иными словами, деловой этикет – это внешнее выражение внутренней моральности и культуры человека.

Исследователи выделяют ряд принципов, на которых базируется деловой этикет:

1) Здравый смысл. Нормы делового этикета не должны противоречить здравому смыслу, а здравый смысл подсказывает, что деловой этикет в целом направлен на поддержание порядка, организованности, экономию времени и другие разумные цели.

2) Свобода. Правила и нормы делового этикета хотя и существуют и весьма ревностно исполняются, тем не менее не должны препятствовать свободному волеизъявлению каждого делового партнёра, свободе выбора партнёров по бизнесу, свободе подбора методов и способов, исполнения договоренностей между сторонами. Свобода предполагает также терпимое отношение к проявлению национально-психологических особенностей, культурных национальных традиций, лояльность к свободно проявляемой точке зрения, к различным деловым позициям.

3) Этичность. Весь комплекс норм, стандартов, требований, рекомендаций, составляющих деловой этикет, самой своей сутью и содержанием просто обязан быть этичным, моральным.

4) Целесообразность. Суть этого принципа в том, что каждое предписание делового этикета должно служить определенным целям. Виды деловых отношений имеют разнообразные цели, и каждый аспект делового этикета должен им соответствовать.

5) Экономичность. Этика деловых отношений не должна обходиться слишком дорого; высокая «стоимость» моральности в делах сама по себе неэтична, поскольку представляет собой вычет либо из прибыли организации, либо из доходов отдельного сотрудника.

6) Консерватизм. Этот принцип является само собой разумеющимся, так как корни делового этикета следует искать в этикете государственном, имеющем многовековую историю, в этикете воинском, в светском этикете, который хоть и не так давно существует, однако его концепции заняли прочное место в жизни общества и стали классическими.

7) Эффективность. Суть этого принципа в том, что стандарты деловых отношений должны способствовать сокращению сроков исполнения договоров, заключению большего числа договоров, уменьшению конфликтов в коллективе и т.п. [1, с.222].

В конечном счёте, использование делового этикета является экономически выгодным.

Из-за различий в традиционных привычках, ценностях, религиозных убеждениях и способах мышления между Китаем и Беларусью, культуры двух стран показывают много различий, а культурные различия неизбежно приводят к различиям в деловом этикете.

Далее будет проанализировано влияние культурных различий между Китаем и Беларусью на формирование делового этикета.

1) Понятие времени. Понятие времени человека – это отражение и понимание объективного времени. В традиционной китайской культуре понимание понятия времени глубоко зависит от двух идей конфуцианства и даосизма. Конфуций выступает за то, что обуздать себя и вернуться к этикету-культурности. Конфуцианство всегда придавало большое значение истории, а его сторонники воспринимали историю как зеркало: чтобы создавать настоящее и будущее, нужно изучить прошлое. Сторонники даосизма считают, что всё сущее обязано существованием творческим силам природы. Под влиянием этой концепции у китайцев более гибкое использование времени. В определенной степени можно сказать, что китайский народ не строго соблюдает время. Китайцы привыкли к установлению хороших отношений сотрудничества друг с другом посредством таких мероприятий, как неофициальные встречи.

2) Ценности. Китайское общество – это человеческое общество. Традиционные китайские ценности ориентированы на человека, и люди уделяют больше внимания дружбе, когда они общаются друг с другом. Китайский народ уделяет больше внимания репутации. В деловых действиях, если необходимо делать выбор между репутацией и интересами, китайцы часто выбирают репутацию [7].

3) Языковые привычки. Язык является частью культуры и играет важную роль в культуре. Язык отражает характеристики нации. Он не только содержит исторический и культурный фон страны, но также содержит взгляды людей на жизнь, образ жизни и образ мышления. В предпринимательской деятельности различия в языковых привычках из-за

культурных различий будут в той или иной степени влиять на успех предпринимательской деятельности. В Китае смирение – это добродетель. Когда другие хвалят, китайцы любят говорить отрицательные слова – «плохо» и «недостаточно», чтобы выразить смирение. Под влиянием традиционной культуры, основанной на конфуцианстве, китайцы иногда слишком смиренны, чтобы заботиться об обеих сторонах в деловых переговорах, связанных с иностранными делами.

4) Концепция питания. По пословице «народ считает пищу своим небом». В Китае питание почти стало чем-то, что превосходит все другие физические формы и духовные формы. На традиционных китайских банкетах все сидят за круглым столом. В центре ставят вкусные блюда, люди громко разговаривают, чествуют вином друг друга, уступают еду. Это создает живую атмосферу, что соответствует универсальному менталитету «счастливого воссоединения» китайской нации [2, с.138].

У беларусов также есть своё понятие времени, ценности, языковые привычки и концепция питания.

1) Понятие времени. В беларуской культуре ярко прослеживается концепция невозвратимости времени: «Что случилось, то не изменится», «Что прошло, того не вернешь». При этом время воспринимается как категория, не зависящая от воли человека, например, «Время не ждет», «У Бога дни ровные, да часы неравные». Поэтому, время воспринимается как ценность, которая требует проявлять терпение: «Всему свое время».

2) Ценности. Система ценностей беларусов формировалась под влиянием западно- и восточно-славянской культур. Она имеет много общего с ценностями русского общества. В то же время для нее характерны свои особые, специфические черты. Общие ценности – коллективизм, стремление к справедливости, ориентация на общинно-коллективистские, а не на индивидуалистические ценности существования. Стоит набраться терпения в общении с белорусскими партнерами. Переговоры могут занять очень много времени, так как в Беларуси принято очень долго и скрупулезно согласовывать любой пункт договора с вышестоящим руководством.

3) Языковые привычки. Язык человеческой группы тесно связан с ее мировоззрением. В белорусской культуре и других западных культурах люди, которые хвалят людей, всегда надеются, что другая сторона сделает положительную оценку и положительный ответ на его похвалу. Когда беларусы услышали похвалу от другого человека, они всегда говорят «Спасибо» без колебаний. При встрече с гостями и друзьями всегда здороваются друг с другом: «Доброе утро», «Добрый день» или «Добрый вечер». А когда китайцы приветствуют, то любят спрашивать: «Вы ели (ты ел)?».

4) Концепция питания. Как говорится, «что ни город, то норов, что ни деревня, то обычай». Пищевые привычки любой страны или любой нации различны, и они формируются, когда люди накапливают долгосрочный жизненный опыт. В белорусской культуре пища, в первую очередь хлеб, тесно связана с понятием трудолюбия, что закреплено в пословицах и поговорках: «Кто смотрит в небо, сидит без хлеба», «Кто работать рад, будет хлебом богат». Кроме того, через питание беларусы демонстрируют дружелюбие и доброжелательность. Например, гостей принято встречать с хлебом и солью [4, с.201].

Проведем конкретное сравнение и анализ различий в деловом этикете между Китаем и Беларусью.

1) Отношение к себе. Из-за влияния конфуцианства китайцы обращают внимание на то, чтобы унизить себя, чтобы уважать других, всегда показывая смирение в межличностных и деловых отношениях. Чрезмерную вежливость и улыбчивость беларусы очень часто могут воспринять как одно из проявлений лести. Они предпочитают использовать прямые методы во время деловых переговоров, всегда держатся без заискивания и высокомерия.

2) Отношение к партнёрам по переговорам. Стиль переговоров в Китае отмечен традиционным конфуцианством, которое в основном проявляется в его акценте на человеческих взаимоотношениях. В китайском обществе доверие между незнакомцами относительно невелико. Хотя китайцы не высказывают открыто несогласие партнерам во время деловых переговоров, они остаются очень настороженными. Китайцы, как правило, не прямо прерывают или не отрицают мнения партнеров по переговорам. Характерными национальными чертами белорусов являются открытость и доверие к людям. Поэтому в бизнесе беларусам свойственно скрупулезно соблюдать договоренности и тщательно беречь свою репутацию. Беларусы любят работать в соответствии с планом. Если уступки партнеров по бизнесу соответствуют их первоначальным целям, легко достичь соглашения. Если есть пробел, им особенно сложно идти на уступки.

3) Коммуникации во время переговоров. Любые переговоры – это процесс осуществления эффективных межличностных коммуникаций. Чтобы облегчить переговоры или укрепить эмоциональное общение с партнерами по переговорам, китайцы часто блуждают вокруг с обсуждениями несвязанных вопросов. Например, китайская кухня, родной город переговорщиков, текущие дела, семья, здоровье, работа, погода и общие друзья и тому подобное. В Республике Беларусь умение слушать ценится как ни в одной другой стране. К умению выслушать относится и другое правило общения – всегда дайте выговориться своему оппоненту, а уже потом говорите то, что считаете нужным.

4) Отношение к статусу. Яркой чертой китайцев можно назвать чрезвычайную озабоченность проблемой социального статуса. Для китайцев, которые находятся под влиянием конфуцианской культуры, уровень очень важен, и соответствующий статус работы всегда выбирается для переговоров. Например, если генеральный директор китайской стороны участвует в переговорах, иностранную компанию также должен представлять генеральный менеджер. У белорусов есть такая особенность – чем важнее гость, тем более радушный и шикарный приём ему устраивают. Также и в бизнесе, если ожидается приезд важной делегации, то будут задействованы все силы.

5) Порядок проведения переговоров. В конкретных деталях переговоров китайцы хорошо применяют различные стратегии, чтобы заставить партнёров пойти на уступки. Китайцы редко отвергают предложения другой стороны. Стратегия «говорить о принципах сначала и говорить о деталях позже» является одной из наиболее очевидных особенностей китайских методов переговоров. Китайский представитель на первой встрече обсуждает общие принципы и общие интересы обеих сторон. Китайские переговорщики считают, что общий принцип является отправной точкой для решения других проблем. Только после обсуждения общих принципов можно договориться о конкретных деталях контракта. Хотя бизнесмены Беларуси непринужденные, традиционная серьезность и официальность имеют место на переговорах. На переговорах стоит продвигаться вперед постепенно. Беларусы ждут, что выступление тщательно подготовлено и четко построено. На деловых переговорах стоит говорить только о бизнесе [3, с.332].

Культурные различия – объективная реальность, которая сильно влияет на деловую деятельность. Как было ранее проанализировано, разница в деловом этикете в основном объясняется различиями в культурных традициях между двумя странами. Из этого следует, что в деловом общении должны иметь место взаимное уважение и поиск общей позиции при сохранении различий.

Таким образом, с ростом экономических обменов и торговли между Китаем и Беларусью при деловых контактах следует учитывать культурные особенности обеих стран, их обычаи и традиции в ведении бизнеса. Изучение особенностей деловых коммуникаций поможет не только избежать недоразумений, но и будет способствовать достижению более высоких результатов совместной работы и получению экономических выгод.

Список литературы

1. Дудина, И.А. Деловые переговоры. Искусство и ремесло/ И.А. Дунина – М., Феникс, ВолГУ – Москва, 2010. – 448 с.
2. Коноваленко, М.Ю. Деловые коммуникации/ М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко – М.: Юрайт, 2012. – 480 с.
3. Лавриненко, В.Н. Психология и этика делового общения/ В.Н. Лавриненко В.Н. – М.: Юрайт, 2011. – 416 с.
4. Ладатко, Л. В. Этика и культура управления: учеб.-метод. пособие /Л.В. Ладатко – М.: Феникс, 2010. – 320 с.
5. Михальчук, Т. Г. Русский речевой этикет. Практикум / Т.Г. Михальчук, – М.: Асар 2009. – 256 с.
6. Цзинь Чжэнкунь. Международный этикет/ – Пекин, 2013. – с. 126.
7. Цзинь Лань. Деловой этикет и искусство общения. – Пекин, 2013. – с. 254.

The article deals with the notion of business etiquette, its main characteristics, as well as the influence of cultural differences on the formation of business etiquette. The author analyzed the concepts of time, values, language habits and the concept of nutrition, which affect the business etiquette of China and Belarus. Examples of the differences between Chinese and Belarusian business etiquette are given.

Чжан Нань, магистрант 1 курса специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: adiosnan@hotmail.com.

Научный руководитель – ***Ли Чон Ку***, заведующий кафедрой международного бизнеса и маркетинга факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, кандидат экономических наук, доцент, Гродно, Беларусь. E-mail: litchon@grsu.by

УДК 656

В. Б. Щербина

ЭКСПЕДИРОВАНИЕ МУЛЬТИМОДАЛЬНЫХ ПЕРЕВОЗОК ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Проанализирован транспортный комплекс Республики Беларусь. Исследованы преимущества мультимодальных перевозок и их значение для международного автотранспорта, разработан алгоритм оказания услуг экспедирования мультимодальных перевозок.

Географическое положение Республики Беларусь предопределило ее роль в качестве транзитной дорожной державы: республика находится на перекрестке основных транспортных маршрутов, связывающих государства Западной Европы с Востоком, регионы Черноморского побережья со странами Балтийского моря.

Министерство транспорта и коммуникаций обеспечивает реализацию разработанного Межправительственным советом дорожников Протокола о международных автомобильных дорогах СНГ, в котором отражены основные принципы и подходы к формированию и развитию сети международных автомобильных дорог Содружества; определены меры, направленные на интеграцию автодорог СНГ в Европейскую и Азиатскую системы автомобильных дорог и транспортных коридоров, на создание современной сети объектов дорожного сервиса и оказания услуг международным автоперевозчикам, а также на организацию взаимодействия дорожных администраций.

Поддержанию в надлежащем состоянии важнейших международных транспортных магистралей Министерство транспорта и коммуникаций постоянно уделяет самое серьезное

внимание и, исходя из имеющихся возможностей, выделяет необходимые ресурсы и финансовые средства для повышения технической оснащенности и эксплуатационного состояния трансъевропейских коридоров.

Предприятия отрасли делают все возможное, чтобы проезд по международным магистралям был максимально безопасным, быстрым и более комфортным. Главные дороги республики — это визитная карточка страны, истинное достояние белорусского народа, поэтому дорожники стараются не только его сохранить, но и приумножить.

Постоянное совершенствование проходящих по территории республики международных транспортных коридоров, удобство, комфорт и безопасность движения по ним привлекают в страну транзитные транспортные потоки. С каждым годом все больше перевозчиков выбирают автомобильные дороги Республики Беларусь.

Внешнюю границу республики ежедневно пересекают до 5 тыс. транспортных средств, однако весь транзитный потенциал нашей страны использован не полностью. Заключение договора о Таможенном союзе с Россией и Казахстаном позволяет Республике Беларусь стать крупным международным логистическим центром перемещения товаров из Европы в Евразию.

В законодательстве Республики Беларусь существует ряд нормативно-правовых актов, под предмет регулирования которых подпадают непосредственно вопросы автомобильной перевозки грузов. Важнейшими из них являются:

- Закон Республики Беларусь от 5 мая 1998 г. № 140-З «Об основах транспортной деятельности»;
- Закон Республики Беларусь от 14 августа 2007 г. № 278-З «Об автомобильном транспорте и автомобильных перевозках»;
- Закон Республики Беларусь от 17 июля 2002 г. № 132-З «О дорожном движении»;
- Указ Президента Республики Беларусь от 28 ноября 2005 г. № 551 «О мерах по повышению безопасности дорожного движения»;
- Указ Президента Республики Беларусь от 25 августа 2006 г. N 530 «О страховой деятельности»;
- Декрет Президента Республики Беларусь от 14 июля 2003 г. № 17 «О лицензировании отдельных видов деятельности»;
- Постановление Министерства транспорта и коммуникаций Республики Беларусь от 30.06.2008 г. № 970 «Об утверждении Правил автомобильных перевозок грузов».

Позитивными изменениями проводимой в Республике Беларусь государственной политики в области грузовых автомобильных перевозок является рост экспорта услуг автомобильного транспорта в республике. Принимая во внимание поступления иностранной валюты от экспорта услуг автомобильного транспорта в 2017 году, был преодолен порог в 1 млрд. долл. США экспортной выручки. Таким образом, автомобильный транспорт формирует второе по объему после трубопроводного транспорта положительное сальдо — 23 % от услуг республики.

В деятельности международного автотранспорта в Республике Беларусь значительную часть занимают предприятия частной формы собственности, 96 % из них относятся по структуре к малому и среднему бизнесу, в распоряжении которого находится 79 % парка автомобилей, выполняющих международные перевозки грузов, что отражает рисунок 1.

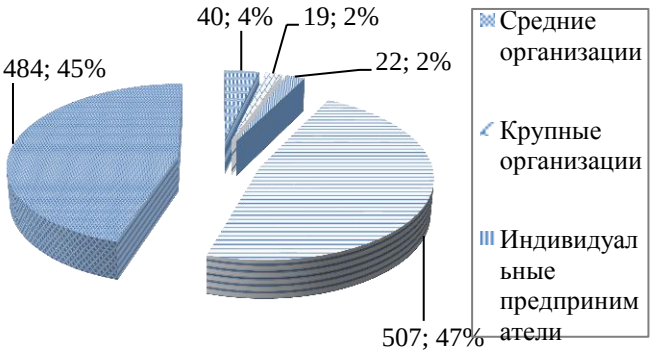


Рисунок 1 – Основные виды предприятий, работающих в сфере международных автомобильных перевозок грузов в Республике Беларусь в 2017 г., в %

Источник: собственная разработка автора

Согласно экологической структуре парка автотранспортных средств, зарегистрированных для осуществления международных перевозок по процедуре МДП, более 50 % имеют экологический класс Евро-5. Парк белорусских перевозчиков является одним из самых «зеленых» среди основных конкурентов в соседних странах.

Основная часть грузов в международном автомобильном сообщении по территории Республики Беларусь перевозится транзитом – ежегодно порядка 16 млн тонн.

Также белорусскими перевозчиками с учетом двусторонних перевозок Беларусь-Россия выполняется за год более 600 тыс. поездок и перевозится более 9 млн тонн грузов.

83 % грузов перевозится двухсторонним сообщением в/из Республики Беларусь, 15 % приходится на направление перевозок в Российскую Федерацию в/из третьих стран.

90 % перевозок, выполняемых белорусскими перевозчиками, осуществляется в/из десяти основных государств — Польша, Германия, Литва, Украина, Бельгия, Нидерланды, Чехия, Италия, Франция, Словакия в направлении Беларуси или России — рисунок 2.

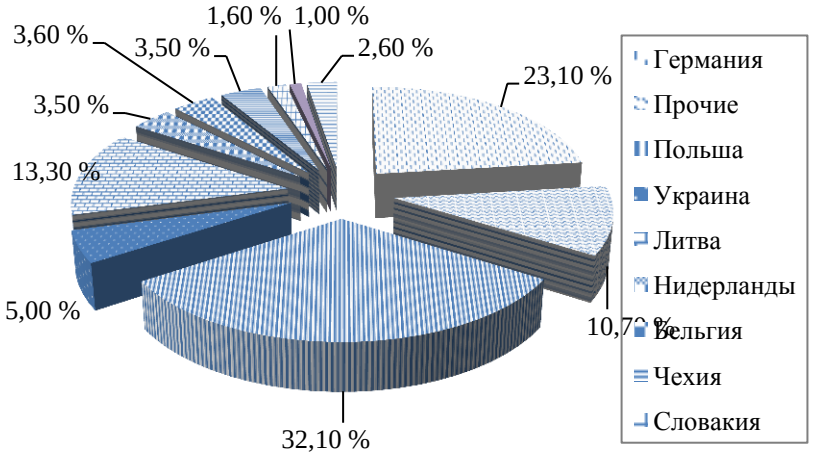


Рисунок 2 – Доли стран в сфере международных автомобильных перевозок грузов в 2017 г. из (в) Республики Беларусь (не считая Российской Федерации), %

Источник: [1]

Расширяется присутствие белорусских перевозчиков при перевозках в страны Средней Азии и Кавказского региона.

На долю белорусских автоперевозчиков приходится 11 % общего количества транзитных перевозок, проследовавших через Республику Беларусь, иностранных перевозчиков – 89 % (Россия – 51 %, Польша – 24 %, Литва – 11 %).

Основной вид деятельности ЧТУП «Еврорейс» — выполнение междугородних и международных перевозок. Частное транспортное унитарное предприятие «Еврорейс» (далее — ЧТУП «Еврорейс»), образовано на территории Республики Беларусь. Место нахождения предприятия: Республика Беларусь, Брестская область, г. Лунинец, ул. Мелиоративная, д. 32.

Предприятие создано на неопределенный срок и осуществляет свою деятельность в соответствии с Гражданским Кодексом Республики Беларусь, Декретами Президента Республики Беларусь № 11 от 16 марта 1999 г. «Об упорядочении государственной регистрации и ликвидации (прекращении деятельности) субъектов хозяйствования», № 22 от 16 ноября 2000 г. «О внесении изменений и дополнений в Декрет Президента Республики Беларусь от 16 марта 1999 года № 11 и некоторых вопросах государственной регистрации отдельных юридических лиц», № 29 от 17 декабря 2002 г. «О внесении изменений и дополнений в Декреты Президента Республики Беларусь от 16 марта 1999 г. № 11 и от 16 ноября 2000 г. № 22», иным действующим законодательством Республики Беларусь и настоящим Уставом.

Основная задача ЧТУП «Еврорейс» — полное и своевременное удовлетворение предприятий и организаций, независимо от форм собственности в грузовых автомобильных перевозках, своевременная и в установленные сроки доставка груза заказчикам. Для осуществления выше перечисленных видов деятельности предприятие имеет соответствующие лицензии и сертификаты.

Также предприятие имеет право заниматься внешнеэкономической деятельностью в соответствии с законодательством Республики Беларусь. ЧТУП «Еврорейс» осуществляет перевозки в Российскую Федерацию, Германию, Казахстан, Эстонию, Сербию, Венгрию, Польшу и др. страны.

Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 28.04.2016 № 345 «Государственная программа развития транспортного комплекса Республики Беларусь на 2016—2020 годы» предусмотрено дальнейшее повышение эффективности работы автомобильных перевозчиков и качества предоставляемых автотранспортных услуг.

Для повышения эффективности маркетинговой деятельности предприятий, занимающихся междугородными и международными перевозками, предлагается использование услуги экспедирования грузов мультимодальных перевозок.

Мультимодальные перевозки — это поставка товара одним перевозчиком, но с использованием нескольких видов транспортных средств. Т.е. перевозчик, с которым был заключён контракт на доставку груза в оговоренный терминал, вправе задействовать транспортные средства сторонних компаний. Ответственность за организацию мультимодальных перевозок и, следовательно, транспортировку товара лежит на генеральном подрядчике. В этом отличие от стандартной унимодальной перевозки, когда груз доставляется одним типом транспорта.

Преимущества мультимодальных перевозок перечислены в таблице.

Таблица 1 – Преимущества мультимодальных перевозок

Преимущество	Сущность
Возможность доставки от двери до двери (door-to-door)	Зачастую такая доставка при экспортно-импортной транспортировке грузов на большие расстояния, возможна только при использовании мультимодальных перевозок. Это связано с тем, что такие перевозки зачастую выполняются морским, железнодорожным или авиатранспортом, при этом для доставки груза непосредственно получателю необходимо использовать автотранспорт .
В перевозке могут использоваться все типы контейнеров в зависимости от габаритов, химических и технических особенностей груза	Контейнерная перевозка наиболее оптимальна для мультимодальных схем, в которых осуществляется большое количество перегрузок. Контейнеры могут быть полностью укомплектованы у заказчика и распакованы конечным получателем, что обеспечивает дополнительную сохранность груза
Учитывается развитость транспортной инфраструктуры каждого региона на маршруте следования	Это позволяет использовать в каждом регионе наиболее быстрый, надежный и экономичный вид транспорта, что позволит снизить затраты и время транспортировки.
В случае необходимости возможна переадресация груза в процессе транспортировки и корректировка маршрута в связи с переадресацией	Такая возможность очень удобна при длительных маршрутах, в случае если у получателя изменилось место дислокации.

Источник: собственная разработка автора

Практика показывает, что сегодня востребованность услуг экспедиторских фирм при доставке грузов составляет 80 %. И это не случайно, ведь экспедитор — это организатор грузоперевозок, от мастерства и профессионализма которого зависит своевременная доставка груза, его сохранность и прибыльность бизнеса. Профессиональные экспедиторские услуги непосредственно влияют на сокращение размеров транспортных расходов и на снижение стоимости товара. Экспедитор не только несет полную ответственность за груз, но и занимается всем спектром сопутствующих вопросов, связанных с оформлением документации, сопровождением груза и его доставкой наиболее приемлемым видом транспорта и т.д. Работая по единому тарифу, экспедиторская фирма предоставляет более выгодные условия по перевозке грузов, чем отдельные компании перевозчиков.

Мультимодальные перевозки – это эффективное сочетание возможностей морского, железнодорожного, автомобильного и воздушного транспорта, позволяющие оперативно и экономично доставлять грузы по всему миру.

Перечень предлагаемых к внедрению ЧТУП «Еврорейс» услуг экспедирования мультимодальных перевозок представлен на рисунке 3.

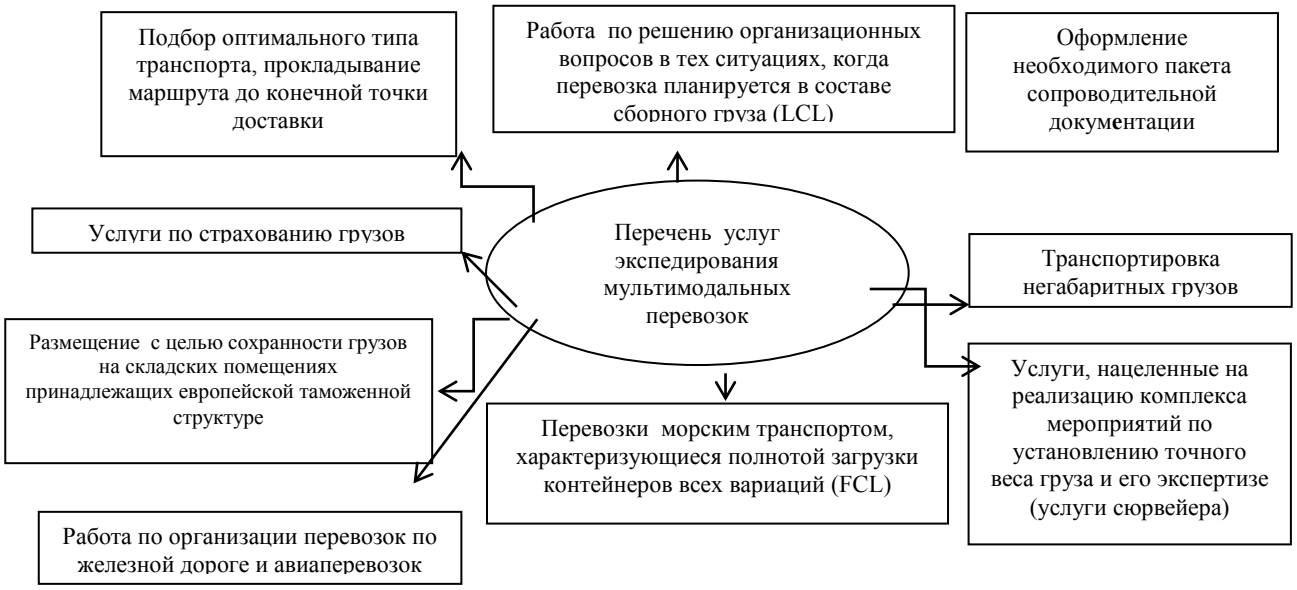


Рисунок 3 – Перечень предлагаемых к внедрению ЧТУП «Еврорейс» услуг экспедирования мультимодальных перевозок

Источник: собственная разработка автора

ЧТУП «Еврорейс» располагает возможностью при мультимодальных перевозках организовать приём и обработку груза с размещением для последующего его хранения на складских площадках портовой зоны. Клиент в любой период продвижения груза может по желанию затребовать информационные данные о месте его нахождения, которые будут быстро предоставлены благодаря налаженной системе мониторинга на постоянной основе.

Алгоритм оказания данных услуг следующий – рисунок 4.

Рисунок 4 – Алгоритм оказания ЧТУП «Еврорейс» услуг экспедирования мультимодальных перевозок

Источник: собственная разработка автора

Для внедрения данной услуги ЧТУП «Еврорейс» необходимо назначить специалистов и руководителей, отвечающих за экспедирование мультимодальных перевозок из числа работников эксплуатационной службы. Оптимальным для данного предприятия будет являться обучение одного из работающих специалистов и начальника службы эксплуатации, а также введение в штат одной единицы специалиста по экспедированию мультимодальных перевозок. Минимальный прирост объемов реализации услуг после внедрения новой услуги и должности специалиста по экспедированию мультимодальных перевозок составит 1,5 %.

Список литературы

1 Общие тенденции развития транспортно-логистического сервиса в Республике Беларусь [Электронный ресурс] // Международные грузоперевозки. – Режим доступа: http://www.sta-logistic.by/infocenter/articles-355.html. – Дата доступа: 13.02.2018.

2 Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 28.04.2016 № 345 «Государственная программа развития транспортного комплекса Республики Беларусь на 2016—2020 годы».

The article deals with the concept of the transport market and the essence of multimodal transport. Transportation of goods provided by the Republic of Belarus as one of the key logistics functions was analyzed. Particular attention is paid to the importance of freight forwarding services for multimodal transportation for effective marketing activities of modern enterprises.

Щербина Виктория Борисовна, студентка 1 курса специальности «Экономическое право» юридического факультета Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: meow.27.2000@mail.ru .

Научный руководитель – ***Бедретдинова Елена Николаевна,*** старший преподаватель кафедры международного бизнеса и маркетинга факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: Bedretdinova_en@grsu.by.

УДК 339.5

А. Ф. Эйсмонт

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ТАМОЖЕННЫХ ПОШЛИН

В статье рассматривается вопрос экономической сущности таможенных пошлин. Исследованы признаки, функции, влияние таможенных пошлин на внутренний и внешний рынок, экономику государства. Изучена деятельность государственных органов как обязательных участников таможенных правоотношений.

Мир всесторонне подвергается процессам глобализации под воздействием различных факторов международного значения, среди которых – формирование единого экономического сообщества. Вступление большого количества стран в данное интеграционное движение влечёт за собой возникновение новых экономических отношений, которые порождают необходимость развития института таможенных пошлин, так как платежи выступают одним из основных источников формирования доходной части бюджета каждого государства [1]. В соответствии с Законом Республики Беларусь «О республиканском бюджете на 2018 год» ожидается поступление 3 568 626 406 рублей от выплаты таможенных пошлин, что составляет 17,4 % от всех доходов государства за текущий год. Реализация таких показателей невозможна без упорядоченной нормативной базы.

Правовая база применения таможенных пошлин состоит из внутреннего таможенного законодательства и международно-правовых договоров и соглашений. Среди актов, касающихся таможенных вопросов, особое значение для Республики Беларусь имеют:

– Закон Республики Беларусь от 10 января 2014 г. № 129-З «О таможенном регулировании в Республике Беларусь»;

– Налоговый кодекс Республики Беларусь (Особенная часть) от 29 декабря 2009г. №71-З;

– Таможенный кодекс Таможенного союза от 27 ноября 2009 года;

– Декрет Президента Республики Беларусь от 07 мая 2012г. №6 «О стимулировании предпринимательской деятельности на территории средних, малых городских поселений, сельской местности»;

– Указ Президента Республики Беларусь от 31 декабря 2010 года № 716 «О ставках вывозных таможенных пошлин»;

– Указ Президента Республики Беларусь от 17 июля 2015г. №325 «О национальном гаранте обеспечения уплаты таможенных пошлин, налогов»;

– Постановление Государственного таможенного комитета от 09.10.2014 № 53 «О некоторых вопросах представления и использования сертификата обеспечения уплаты таможенных пошлин, налогов»;

– Соглашение об основаниях, условиях и порядке изменения сроков уплаты таможенных пошлин от 21 мая 2010 года [8].

Перечисленные нормативные правовые акты определяют таможенные пошлины как обязательный платеж, обладающий всеми признаками и чертами налога, в том числе безвозмездностью его уплаты, под которой понимается односторонний характер налогового обязательства, безэквивалентность и безвозвратность, взимаемый таможенными органами в связи с перемещением товаров через таможенную границу. При этом основные задачи пошлин:

- защита местного производителя от иностранных конкурентов;
- создание внутреннего рынка на базе отечественных товаров;
- пополнение доходной части бюджета;
- стимулирование производства и реализации продукции внутри государства;
- регулирование товарообмена на таможенной территории государства;
- обеспечение наиболее эффективного использования инструментов таможенного контроля;
- реализация торгово-политических задач по защите внутреннего рынка;
- обеспечение эффективного формирования и функционирования рыночных отношений;
- разработка системы преференций, полного или частичного освобождения от налогообложения, индивидуальных льгот, отсрочек и рассрочек для создания конкурентной среды;
- регулирование совокупного спроса, процесса воспроизводства основного капитала, изменение структуры издержек производства [7, с. 9].

Использование института таможенных пошлин, а также реализация указанных задач позволяет не только формировать бюджет государства, но и поощрять ввоз или вывоз определенных товаров или ограничивать их, ставить в равные экономические условия товары отечественного производителя и товары иностранных конкурентов, проводить определенную экономическую, валютно-финансовую и иную политику в области ВЭД, ориентировать деятельность субъектов внешней торговли на соблюдение национальных интересов.

Для правильного применения нормативной базы и выполнения основных задач, поставленных перед таможенными пошлинами, необходима их классификация. На законодательном уровне в Республике Беларусь закреплены импортные, экспортные и транзитные пошлины. Каждый вид платежей отражает отдельные стороны экономических отношений. Импортные пошлины устанавливаются на ввозимые иностранные товары и предназначены для защиты национальных производителей от неблагоприятного воздействия нежелательной иностранной конкуренции, оптимизации соотношения между экспортом и импортом с позиций требований платежного и торгового баланса страны. Экспортные пошлины, в свою очередь, применяются государствами в целях ограничения вывоза за пределы страны товаров, необходимых для национальной экономики, для более полного насыщения отечественного рынка, защиты экономической безопасности страны; сдерживания вывоза сырьевых товаров и продуктов первичной переработки и стимулирования экспорта высокотехнологичных товаров, продуктов высокой степени обработки. Вывозные таможенные пошлины устанавливаются в основном на энергоносители: нефть, нефтепродукты, а также на лесоматериалы, кожевенное сырьё, калийные удобрения и семена рапса. Транзитные пошлины накладываются на товары, перевозимые транзитом через территорию данной страны, дают дополнительную возможность пополнения бюджета государства [2, с. 45].

Экономическая сущность таможенных пошлин также проявляется и в их оперативности по отношению к изменениям условий рынка, реализуя защитную функцию экономических интересов государства. Примером могут послужить особые виды пошлин:

– специальные – применяются в качестве защитной меры, если товары ввозятся на таможенную территорию страны в количествах и на условиях, носящих или угрожающих нанести ущерб отечественным производителям подобных или непосредственно конкурирующих товаров. Второй вариант оснований – как ответная мера на дискриминационные и иные действия, ущемляющие интересы стран, со стороны других государств;

– антидемпинговые – применяются в случаях ввоза в государство по цене более низкой, чем их нормальная стоимость в стране вывоза в момент этого ввоза, если такой ввоз наносит или угрожает нанести материальный ущерб отечественным производителям подобных товаров либо препятствует организации или расширению производства подобных товаров в пределах государства;

– компенсационные – применяются в случаях ввоза на территорию государства товаров, при производстве или вывозе которых прямо или косвенно использовались субсидии, если такой ввоз наносит или угрожает нанести материальный ущерб отечественным производителям подобных товаров;

– сезонные – применяются к ввозимым и вывозимым товарам для урегулирования ценовых вопросов между схожими товарами [5, с. 126].

Пошлины, как налог и доход государства, рассматриваются через их фискальную функцию, основная задача которой – обеспечение поступления средств от взимания пошлин в бюджет страны. Назначение таможенных платежей в данной сфере подчинено решению конкретных социально-экономических задач государства, а также задач по обеспечению эффективного формирования и функционирования рыночных отношений. Данная функция включает широкий спектр мер от протекционистской защиты внутреннего производителя до либерализации внешнеторговых отношений с целью наполнения внутреннего рынка товарами и услугами, пользующимися спросом. При этом нельзя судить о таможенном обложении как о способе запрета перемещения определённого круга товаров. Пошлины выступают стимулом осуществления производства и реализации продукции внутри

государства, включают систему преференций, полного или частичного освобождения, индивидуальных льгот, отсрочек и рассрочек.

Экономическая составляющая таможенных пошлин наиболее ярко прослеживается через понятие «таможенный тариф», поскольку данный термин объединяет в себе весь перечень пошлин, используемых государством для создания конкурентной среды и пополнения бюджета. Однако таможенный тариф в зависимости от контекста может определяться как:

- инструмент торговой политики и государственного регулирования внутреннего рынка страны при его взаимодействии с мировым рынком;
- свод ставок таможенных пошлин, применяемых к товарам, перемещаемым через таможенную границу, систематизированный в соответствии международными стандартами;
- конкретная ставка таможенной пошлины, подлежащая уплате при вывозе или ввозе определенного товара на таможенную территорию страны.

Различают два типа таможенных тарифов: простой и сложный. Простой (одноколонный) тариф предусматривает для каждого товара одну ставку, которая применяется вне зависимости от страны происхождения товара. Он не обеспечивает достаточной маневренности в таможенной политике и поэтому не соответствует современным условиям на мировом рынке. Сложный (многоколонный) тариф по каждому товару устанавливает две или более ставок таможенных пошлин. Сложный таможенный тариф в значительно большей степени, чем простой, приспособлен к конкурентной борьбе на мировом рынке. Он позволяет оказывать давление на одни государства, облагая их товары более высокими пошлинами, и предоставлять льготы другим, привязывая их таким образом к своему рынку, формируя экономику государства [3, с. 21].

Основными целями таможенного тарифа являются:

рационализация товарной структуры ввоза товаров в страну;

поддержание рационального соотношения вывоза и ввоза товаров, валютных доходов и расходов на территории страны;

создание условий для прогрессивных изменений в структуре производства и потребления товаров в стране;

защита экономики страны от неблагоприятного воздействия иностранной конкуренции;

обеспечение условий для эффективной интеграции отдельных государств в мировую экономику [4, с. 63].

За правильностью применения таможенного тарифа и за реализацией задач, стоящих перед таможенными пошлинами, следят специально уполномоченные органы, основным их представителем является Государственный таможенный комитет и его структурные подразделения. Помимо этого основная деятельность таможенных органов в экономической сфере связана с:

- исчислением таможенных пошлин и налогов;
- обеспечением уплаты таможенных пошлин и сборов;
- взысканием неуплаченных таможенных платежей;
- установлением сроков и порядка уплаты пошлин и сборов;
- возвратом излишне уплаченных или излишне взысканных сумм пошлин, налогов и иных денежных средств[6].

Исходя из широкого спектра полномочий таможенных органов, видно, что применение пошлин направлено на защиту интересов государства, регулирование внешнеэкономических отношений, создание наиболее благоприятных условий для конкуренции отечественных товаров с иностранными, и в результате – пополнение доходов государства.

Вся деятельность таможенных органов в Республике Беларусь осуществляется в соответствии с Таможенным кодексом таможенного союза, Единым таможенным тарифом

таможенного союза, соответствующими соглашениями государств-членов таможенного союза и национальным законодательством. Нормативные акты регулируют вопросы определения перечня плательщиков, объекта обложения, порядка взимания таможенных платежей, их размеров, форм и сроков уплаты, ответственности.

Как итог, следует отметить, что таможенные пошлины – важный регулятор участия государства в системе внешнеэкономических связей. Они определяют место государства в международном разделении труда и обеспечивают значительную часть доходов бюджета, являются действенным инструментом регулирования ввоза товаров с учетом состояния внутреннего рынка и платежного баланса государства, содействуют оптимизации товарной структуры импорта, защищают отечественных производителей от неблагоприятного воздействия иностранной конкуренции, создают условия для прогрессивных изменений в структуре производства и потребления товаров в стране.

Список литературы

1.Атрощенкова, И.С. Таможенные платежи как источник формирования доходов современного государства / И.С. Атрощенкова // Юрид. наука [Электронный ресурс]. – 2011. – № 3. – Режим доступа: http://cyberleninka.ru/article/n/ tamozhennye-platezhi-kak-istochnik-formirovaniya-dohodov-sovremennogo-gosudarstva. – Дата доступа: 12.03.2018.

2.Дубинский, Н. А. Таможенные платежи при импорте и экспорте товаров / Н.А. Дубинский // Налоги Беларуси. – 2010. – № 48. – С. 43-52

3.Аброскин, А. Закон о таможенном регулировании: таможенные платежи /А. Аброскин // Валютное регулирование и ВЭД. – 2014. – № 4. – С.18–30

4.Сорокина, Т.В. Таможенное дело: учеб. пособие для студ./ Т.В. Сорокина, Л.И. Тарарышкина, И.В. Цыкунов, И.П. Заева; под ред. Т.В. Сорокиной. – Минск: БГЭУ, 2006. – 159 с.

5.Тарарышкина, Л.И. Таможенные платежи: пособие / Л.И. Тарарышкина, В.А. Острога; под ред. Л.И. Тарарышкиной. – Минск: БГУ, 2014. – 279 с.

6.Таможенное регулирование ВЭД и таможенные платежи – [Электронный ресурс] – Государственный таможенный комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: http://gtk.gov.by/ru/tarifnoe-regulirivanie-ved. – Дата доступа: 12.03.2018.

7.Тарарышкина, Л.И. Таможенные платежи – инструмент регулирования внешнеэкономической деятельности и источник наполнения доходов бюджета / Л. И. Тарарышкина // Финансы, учет, аудит. – 2006 . – № 5. – С. 6–10.

8.Официальный сайт Государственного таможенного комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.customs.gov.by/ru/tam_zakon-ru/. – Дата доступа: 12.03.2018.

The article is a summary of the economic essence of customs duties. The features, functions and influence of customs duties on the domestic and foreign markets and the state economy are investigated. The activity of state bodies as obligatory participants of customs legal relations is studied.

Эйсмонт Анна Францевна, студентка 3 курса специальности «Экономическое право» юридического факультета Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: AnnEismont@yandex.by.

Научный руководитель – ***Грабцевич Зоя Михайловна***, кандидат исторических наук, доцент, доцент кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: grabcevich@grsu.by

ФИНАНСЫ И БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ

UDC 330:336.14 (574)

D. Meirembayeva, A. Kostenko, A. Beisembayeva

ANALYSIS OF THE FORMATION OF INCOMES AND EXPENDITURES OF THE REPUBLICAN BUDGET OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

The article examines the indicators of the republican budget for 2013-2017 from the point of view of the implementation of the fiscal policy of the state. Particular attention is paid to the formation of the revenue side of budgets, including tax revenues for their main types and transfers in the form of budgetary exemptions and budgetary subventions.

In accordance with the provisions of the Budgetary Code, the Republican Budget is a centralized monetary fund formed at the expense of tax and other revenues. The republican budget is intended for financial provision of tasks and functions of central governmental authorities, government institutions subordinate to them and implementation of all-republican public policies. Expenses of the republican budget are intended for the implementation of all-republican public policies, as well as financial support for the tasks and functions of central governmental authorities and government institutions subordinate to them (for example, the Government of the RK and the Ministry, the Parliament, the Supreme Court, authorities directly subordinate to the President of the Republic of Kazakhstan, etc.). The adoption of the republican budget is accompanied for the next three years.

Taxes in the amount of 1.6 trillion tenge were collected in the republican budget for the first quarter of 2017 in Kazakhstan (figure 1). Tax revenues for the state budget for the current period increased by 14 %. This year, tax revenues will increase by 600 billion tenge, or by 10 % compared to the previous period, amounting to 6,6 trillion tenge according to the plan. 72 % of them go to the republican budget and 28 % go to the local budget.

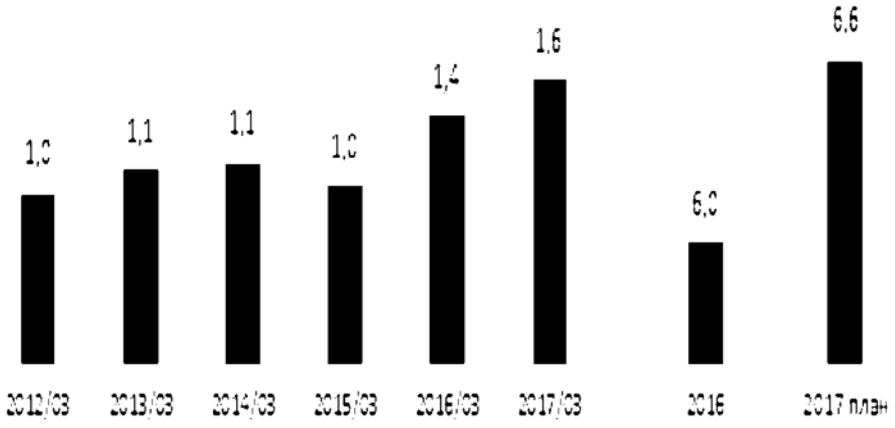


Figure 1 – Tax revenues for the state budget (trillion tenge)

Source: compiled by the authors on the basis of the official online resource of the SRC of the RK http://kgd.gov.kz/ru

The main parameters of the republican budget show growth over the period 2013-2017. Thus, the revenues of the republican budget grew from 5,18 trillion tenge in 2013 up to 7,66 trillion tenge in 2016. In 2017, the revenue was approved in the amount of 9,54 trillion tenge. Expenses of the republican budget for the same period increased from 5,7 trillion tenge (2013) up to 10,74 trillion tenge in 2017 or for 180 %. For the period under review, the peak of the public budget loans issued from the republican budget falls on 2016 – 315 billion tenge (only 93,6 billion tenge were paid off), whereas in 2013 the amount of public budget loans was 122,1 billion tenge (83,9 billion tenge was repaid). There is no transition to the main parameters of the budget! The largest amount for the acquisition of financial assets was spent in 2014 (480 billion tenge), in 2017, this amount was approved in the amount of 162,4 billion tenge. The deficit of the republican budget in 2017 was approved in the amount of 1,55 trillion tenge, compared with 741,2 billion tenge in 2016, the growth of the budget deficit was 209 %.

The revenue of the republican budget is formed in the form of tax and non-tax revenues, proceeds from the sale of fixed capital and transfers (figure 2).

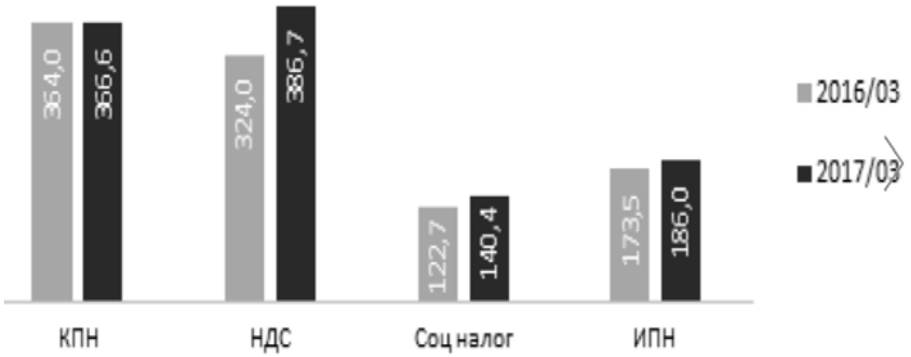


Figure 2 – Tax revenues for the state budget (trillion tenge)

Source: compiled by the authors on the basis of the official online resource of the SRC of the Republic Of Kazakhstan http://kgd.gov.kz/ru

The main part of the tax revenues of the republican budget is the value added tax and corporate income tax.

The tax revenues of the republican budget amounted to: 3,5 trillion tenge or 67,8 % of total tax revenue in 2013, 3,66 trillion tenge or 62 % in 2014, 3,32 trillion tenge or 54,3 % in 2015, 4,28 trillion tenge or 55,8 % of all revenues of the republican budget in 2016. Despite the growth of tax revenues in 2017 in the amount of 4,79 trillion tenge, their ratio is reduced up to 50,2 %. This change is due to an increase in the transfers revenues, the equity proportion of which was: in 2013 – 30,1 %, 2014 – 35,6 %, 2015 – 42,9 %, in 2016 – 40,2 %, and in 2017 – 48,4 % of all revenues of the republican budget.

Non-tax revenues amount to about 2 % of the total revenue of the republican budget, and revenues from the sale of fixed capital usually not more than 0,3 %.

Tax revenues are all types of taxes that are mandatory monetary payments to the budget, produced in certain amounts, which are irretrievable and non-repayable. Tax payments include other mandatory payments to the budget, such as fees, charges and duties established by the Tax and Customs Codes of the Republic of Kazakhstan.

The main part of the tax revenues of the republican budget is the value added tax and corporate income tax (figure 3).

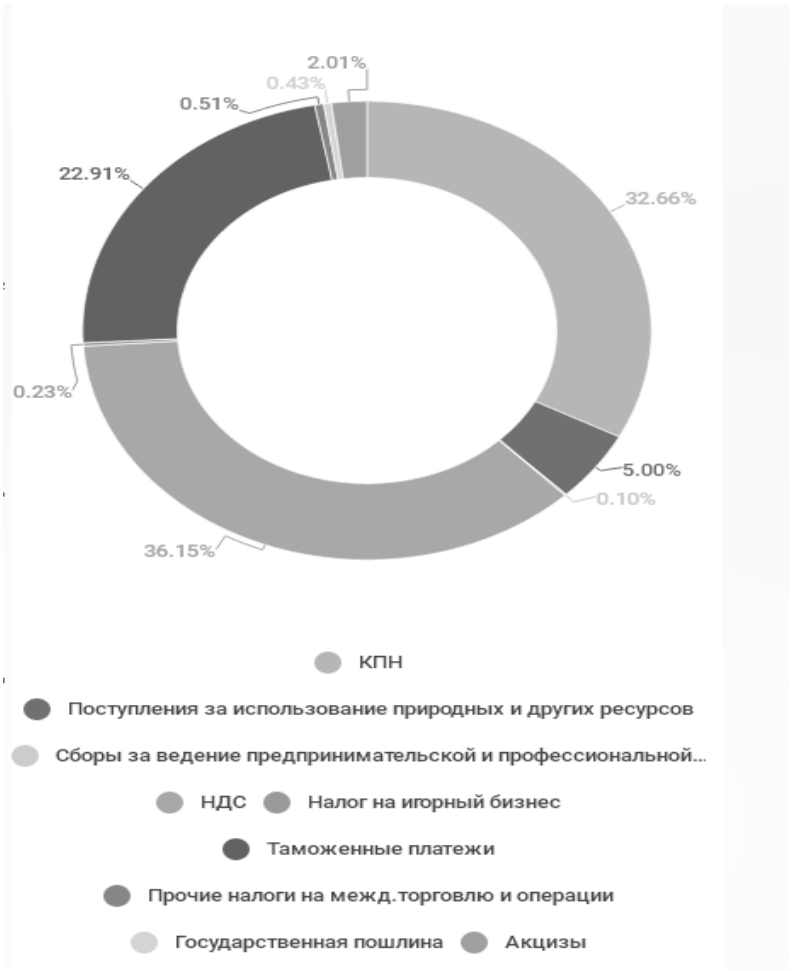


Figure 3 – Structure of tax revenues of the republican budget in 2017

Source: compiled by the authors on the basis of the official online resource of the SRC of the Republic of Kazakhstan http://kgd.gov.kz/ru

The ratio of VAT in 2013 was 37,8 % (1,33 trillion tenge) from the total volume of taxes of the republican budget, in 2014 – 32,7 % (1,2 trillion tenge), in 2015 – 28,3 % (944,4 billion tenge), the share of VAT revenues decreased, which was due to an increase in VAT refunds from the budget. In 2016, revenues from VAT amounted to 1,5 trillion tenge or 34,98 %, and in 2017 they were approved in the amount of 1,73 trillion tenge, which is 36,15 % of all tax revenues of the republican budget.

The CIT amounted to 29,4 % (1,03 trillion tenge) in 2013, 31,9 % in 2014 (1,17 trillion tenge), and in 2015 it was 36,7 % (1,22 trillion tenge), in 2016 – 33,6 % (1,44 trillion tenge), in 2017 the amount of CIT was approved at 1,6 trillion tenge, which in the equity proportion is 32,66 %.

The next in terms of tax revenue are customs payments, which in 2013 amounted to 863 billion tenge (24,6 %), 2014 – 1,08 trillion tenge (28,3 %), 2015 – 793 billion tenge (26,3 %), 2016 – 863,89 billion tenge (20,2 %), and in 2017 were approved in the amount of 1.10 trillion tenge (22,91 %).

The revenues for the use of natural and other resources in the equity proportion are about 5% and are the fourth largest among all tax revenues of the republican budget, in 2017 were approved in the amount of – 239,55 billion tenge (5 %). Excises in the revenues of the republican budget

constitute a relatively small part from 1 % to 2 % of the total amount of tax revenues, and in 2017, were approved in the amount of 96,1 billion tenge. It should be noted that the republican budget receives excises on goods imported into Kazakhstan; for crude oil and gas condensate, and the remaining types of excises for goods produced in the territory of the Republic of Kazakhstan (for tobacco products, alcohol, gasoline, etc.) come to the local budget.

The remaining tax revenues of the republican budget (gambling tax, fees for conducting entrepreneurial and professional activities, public due, other taxes on international trade and operations) make only about 2 % of all tax revenues of the republican budget.

Social tax, individual income tax, property tax, land tax, vehicle tax, most of the excises and others go into the local budgets.

Receipts of transfers are receipts of transfers from one level of the budget to another, and from the National Fund of the Republic of Kazakhstan to the republican budget and then to local budgets and vice versa. Transfers between the levels of budgets are divided into general transfers, special current transfers, and special transfers for development.

The receipt of transfers in the republican budget are formed at the expense of: transfers from the regional budgets, budgets of Almaty and Astana, as well as transfers from the National Fund to the republican budget. As indicated above, in recent years, the share of transfers received in the revenues of the republican budget has increased is 48,7 % of all revenues of the republican budget in 2017, mainly due to the increase in transfers from the National Fund, which in turn consist of guaranteed and targeted transfers (figure 4).

Figure 4 – Receipts of transfers to the republican budget, 2014-2019, billion tenge

Source: compiled by the authors on the basis of the official online resource of SRC of the RK data http://kgd.gov.kz/ru

As can be seen from figure 4, the main share in the transfers is accounted for by a guaranteed transfer from the National Fund, the amount of which is determined in absolute fixed value and approved by the law of the Republic of Kazakhstan on the republican budget for three years. According to the Concept of Formation and Use of the National Fund of the Republic of Kazakhstan, the following amounts of the guaranteed transfer from the National Fund were approved: in 2014 – 1,48 trillion tenge, 2015 – 1,7 trillion tenge, in 2016 – 2,48 trillion tenge, which is 146 % more than in the previous year, in 2017 the amount of the guaranteed transfer was increased upto 2,88 trillion tenge and make almost 30 % of all revenues of the republican budget.

The active use of the funds of the National Fund of the Republic of Kazakhstan is also associated with the transition to a floating exchange rate of the national currency – tenge, as well as with the fall of global oil prices. Starting from 2020, the amount of the guaranteed transfer to the republican budget will be fixed in absolute value in tenge and set at 2 trillion tenge, which corresponds to the policy.

At the same time, for the purpose of smooth transition to a new rule for the formation and use of the funds of the National Fund of the Republic of Kazakhstan, the amount of the guaranteed transfer from the National Fund to the republican budget will be lowered on a phase basis in order to stabilize the use of the fund's assets:

– in 2018 – 2,6 trillion tenge;
– in 2019 – 2,3 trillion tenge;
– in 2020 and the following years – 2 trillion tenge.

Special transfers are transferred to the republican budget for the purposes determined by the President of the Republic of Kazakhstan. For example, in 2017 the special transfers are allocated for the construction and reconstruction of roads, an increase in the charter capital of Astana International Airport JSC, Samruk-Kazyna Sovereign Wealth Fund JSC, Baiterek National Holding, for the allocation of special transfers for the development of regional budgets and budgets of Astana and Almaty and others.

In addition to transfers from the National Fund, the republican budget also receives transfers from the regional budgets, budgets of Almaty and Astana. Exemptions to the republican budget are carried out only from 4 budgets: Mangistau Region, Atyrau Region and budgets of Almaty and Astana, which are donors and subventions are transferred to all the other 12 subsidized regions (figure 5).

EXPENSES OF THE REPUBLICAN BUDGET

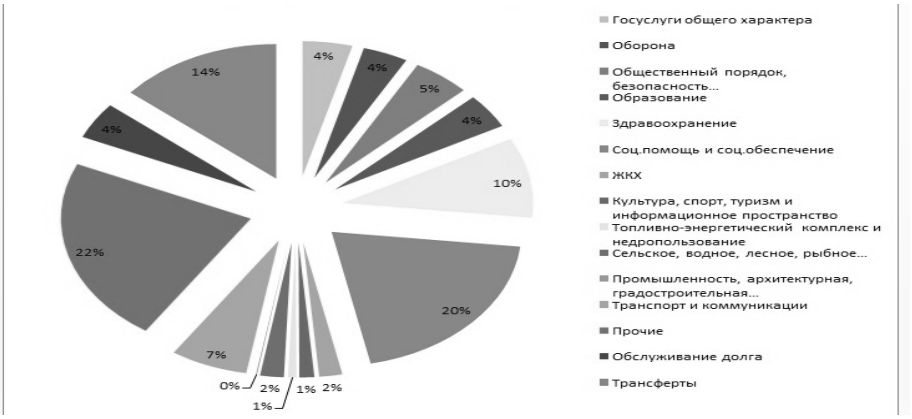


Figure 5 – Equity proportion of the republican budget expenses in 2017

Source: compiled by the authors on the basis of the official online resource of SRC of the RK data http://kgd.gov.kz/ru

Budget expenses are such expenses of budgetary funds, which are directly related to their development, performance by the government authorities of the functions and powers assigned to them. The main indicator, that determines the category of costs, is the allocation of budget funds on a non-refundable basis. Comparing costs with other types of expenses, such as budget lending, the

acquisition of financial assets, repayment and servicing of loans, which unlike costs are returnable, must be returned to the appropriate budget on certain conditions.

The analysis showed, that the revenues of the republican budget over the past five years tend to increase, which indicates the preservation of the principle of continuity of the budgetary system in implementing the main vectors of the country's economic policy.

Bibliography:

1. Law of the Republic of Kazakhstan dated November 23, 2012 № 54-V "On the Republican Budget for 2013-2015"
2. Law of the Republic of Kazakhstan dated December 3, 2013 № 148-VZRK "On the republican budget for 2014 - 2016 years"
3. Law of the Republic of Kazakhstan of November 28, 2014 № 259-VZRK "On the Republican Budget for 2015-2017"
4. Law of the Republic of Kazakhstan dated November 30, 2015 № 426-V ZRK "On the republican budget for 2016-2018 years"
5. Law of the Republic of Kazakhstan dated November 29, 2016 № 25-VI ZRK "On the republican budget for 2017-2019"
6. Law of the Republic of Kazakhstan as of November 20, 2012 No. 52-V. "On Guaranteed Transfer from the National Fund of the Republic of Kazakhstan for 2013-2015"
7. Law of the Republic of Kazakhstan dated November 29, 2013, № 147-V ZRK. "On Guaranteed Transfer from the National Fund of the Republic of Kazakhstan for 2014-2016"
8. Law of the Republic of Kazakhstan of November 28, 2014 № 258-VZRK. "On Guaranteed Transfer from the National Fund of the Republic of Kazakhstan" for 2015-2017 "
9. Law of the Republic of Kazakhstan dated November 30, 2015 № No. 427-VZRK "On Guaranteed Transfer from the National Fund of the Republic of Kazakhstan for 2016-2018"
10. Law of the Republic of Kazakhstan dated November 29, 2016 № 23-VI ZRK. "On Guaranteed Transfer from the National Fund of the Republic of Kazakhstan for 2017-2019"
11. Statistical bulletins of the Ministry of Finance of the Republic of Kazakhstan
12. Annual reports on the execution of the republican budget for 2013, 2014, 2015, 2016.
13. Official Internet resource of the Committee of State Revenues of the Ministry of Finance of the Republic of Kazakhstan

Мейрембаева Диляра Жаксылыковна, студентка 4 курса экономического факультета Евразийского национального университета им. Л.Н. Гумилева, Астана, Республика Казахстан.

Костенко Алина Дмитриевна, студентка 4 курса экономического факультета Евразийского национального университета им. Л.Н. Гумилева, Астана, Республика Казахстан.

Бейсембаева Айя Айдаркызы, студентка 4 курса экономического факультета Евразийского национального университета им. Л.Н. Гумилева, Астана, Республика Казахстан.

Научный руководитель **– *Жусупова Айгера, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры*** «Финансы» Евразийского национального университета им. Л.Н. Гумилева, Астана, Республика Казахстан. E-mail: jusup_a@enu.kz.

УДК 657: 624

T. Mukushev, E. Karabayev

FEATURES OF ACCOUNTING-ANALYTICAL SYSTEM OF BUSINESS PROCESSES IN CONSTRUCTION ORGANIZATIONS

In the work some features of the accounting and analytical system (AAS) of business processes in construction organizations are considered. A fundamental feature of the formation of an accounting and analytical system of business processes in construction should be the formation of a qualitative information and analytical base that is necessary and sufficient for comparison, analysis and evaluation of income and expenditure of organizations. This problem is topical, since the accounting and analytical system of business processes in construction organizations is of particular importance for the adoption of managerial decisions.

Accounting and analytical system plays an important role in ensuring effective work of construction organizations, because effective implementation of management functions is impossible without qualitative information, focused on the management requirements. The concept of «accounting and analytical system» is analyzed in detail in scientific work by Vandina O.G., who notes that it should be based on the principle of coordinating the sequence of operations. While the activity of construction companies implies a process that contains a large number of operations that lead to changes in the state of the business system [1, p.73].

In our opinion, the business process is a special process that allows us to achieve the main objectives of the company and related to the central sphere of its activities. The fact of close interaction with business partners (customers, investors, suppliers, subcontractors, etc.) is a characteristic feature of business processes in the construction industry. In order to implement effective process-oriented management in the organizations of the construction industry, it becomes necessary to establish an accounting and analytical system that takes into account all the features of business processes in construction. The main purpose of the accounting and analytical system of business processes of the construction organization is to provide the conditions necessary for the implementation of the selected business strategy and the established strategic and tactical tasks, the development and adoption of short-term and long-term management decisions based on accounting, analysis, internal control of economic activity and forecasting its development [2, p.82].

A construction organization is a system consisting of a large number of goals, the individual goals of which are dependent on the strategies being implemented. From the position of the system approach, the building organization is a dynamic, probabilistic, open, complex, coordinated system with feedbacks, the elements of which are workers, objects and means of labor, which in turn enter the construction industry as a system that transforms input resources into ready product, which gives the opportunity to obtain net profit and create added economic value. As a system, a construction organization has a number of properties that need to be considered in the (AAS), within which information will be created for decision-makers. The modern concept of AAS assumes the accounting, analysis and control of not only internal business operations in the context of business processes, but also analysis of the parameters of the external macro environment. The AAS should reflect both direct and reverse links, which will allow the system to adapt to the constantly changing requirements of internal and external users of information.

Within accounting and analytical system of business processes of construction organizationsthe accounting, management and external information is created.

The functions of accounting, control and analysis of the results of business processes are carried out in the AAS, upon condition that information is created in the context of business processes. In order to analyze and control business processes, it is necessary to single out a criterion

for evaluating their effectiveness, which can be either qualitative or quantitative and gives the characteristic result and / or dynamic parameters of the process functioning. Due to the fact that improving an individual business process can lead to the deterioration of another, it is important and necessary to use a system analysis of information about business processes. Analysis of the description of the business process makes it possible to identify repetitions of technological operations, inefficient distribution of job responsibilities and functions between personnel and departments, etc.

During the analysis of information on business processes, recommendations can be developed to eliminate inefficient technological operations in business processes, delineation of powers on decision- making, elimination of parallel works, single recording of information on a technological operation in a single accounting system. The structure of business processes fully characterizes the activities, and their productivity and effectiveness largely determine the success of the organization. The concepts of productivityand effectiveness play an important role in the analysis of business processes [3, p.30]. The productivity of the business process is the probability that certain results will be achieved as a result of its implementation. Efficiency is an estimation of deviations of process parameters from their target or reference values, expressed, as a rule, quantitatively. Parameters or indicators of process efficiency can be the rate of flow, the number of failures / defects, the total laboriousness and the mass of other characteristics specific to each particular process. Performance indicators characterize the degree of achievement of the goal of the process, expressed through the target values of indicators. The aggregation of generated data in the accounting and analytical system of enterprises in the construction industry is the basis necessary for the implementation of expedient planning and management decisions. Due to the fact that at the moment, a lot of large-scale construction companies operate in a variety of ways, it requires the formation of an accounting and analytical system that enables them to conduct a full analysis, evaluation and management of various business processes, relying on a sound course of action and increasing the volume of construction profits companies. The control principle of the systematic nature of operations is the primary basis for the accounting and analytical system of an enterprise engaged in construction. The functioning of construction companies is a process, consisting of a various operations, the origin of which consistently affects the state of the business system. Specialized process necessary for the implementation of basic business objectives and is the base concerning a circle of activity of the enterprise in business-process. Its distinctive feature in the construction industry is a presence of strong ties with business partners. The importance of forming an accounting and analytical system that takes into account the characteristic features of business processes in construction is conditioned by the need for profitable process-oriented management in the organization of the construction industry.

The main component in the accounting and analytical system is the accounting system, because of the information obtained on its basis, the activity analysis is constructed, as well as internal and external audit. The accounting subsystem ensures the constant formation, accumulation, classification and generalization of the necessary information. These procedures are carried out in accordance with the developed methodology and accounting technology [4, p.136]. The basis of the accounting subsystem is the accounting information, which is represented by the primary and accounting information. Primary information underlies all types of accounting - financial, managerial, tax. Its carri ers are, as a rule, primary documents. Reporting information, on the one hand, acts as an outgoing subsystem, and on the other hand - incoming information in the analytical Subsystem of the enterprise. The information generated only in the accounting system often does not ensure the performance of all functions due to the low degree of their reliability; therefore, at this moment the role of the analytical subsystem in managing business activity is increasing, as accounting and analytical information provides a system for managing the necessary data and allows making effective management decisions.

N.P. Kondrakov says that analytical system makes it possible to evaluate the transformation relatively produced to the control object as the quantitative side, and from the side of quality. So, it is possible to detect the dynamics of negative and positive processes in the organization [5, p.50].

Based on numerous methods of conducting comprehensive analysis, many variations are created in the decisions making by the management of the organization, aimed at suspending the influence of negative factors and creating the necessary conditions for positive stable development.

Analyzing available reserves, it is possible to find non-applicable ones in practice, which can affect the level of development of the organization or serve as a basis for increasing profitability of activities. The analytical system is the base for the development of management solutions that positively influence the development control. Accounting and analytical system of enterprise is the integration of accounting and analytical procedures into a single process in the interconnection and interdependence with analytical and control procedures and the use of its results for the development of effective managerial decisions. Accounting and analytical system is a system that allows you to assess the real financial possibilities, to make effective management decisions. It is a collection of data financial, tax and management accounting organizations, moving through documentary flows for the purpose of analysis, audit, reporting. Advantages of the accounting and analytical system are:

– regulation of the company's finances and stocks; formation of a uniform accounting system for primary documentation and all the results of the operation of the enterprise;
– -timely and meaningful reporting;
– reflecting all financial and economic operations;
– formation of tax optimization schemes;
– guaranteed accuracy and availability of all types of accounting;
– creation of a structured scheme giving information on all types activities; costs decreasing associated with the organization of information collection; acceleration and decreasing in the cost of the accounting process.

Thus, the accounting and analytical system contains three elementary components: financial, managerial and tax, are closely interrelated and have a single ultimate goal - the development of effective strategic and tactical solutions that increase the efficiency of the economic activity of the enterprise. It is proved that at every stage of the economic activity of the construction organization an accounting and analytical system is always used, which is an information system for recording, accumulating, summarizing, evaluating, analyzing, planning the facts of economic activity, monitoring the implementation of business processes by the responsibility centers of the enterprise [6, p.115].

It is advisable to conduct control over business processes on the basis of the formation of indicators that best characterize the desired final result of the business process. There are such ways of defining process indicators, as:

1) the empirical way (implies the choice of indicators by trial and error);
2) the use of a balanced system of indicators;
3) establishment of a correlation matrix for investigating the degree of influence of process indicators on the final result;
4) a complex method that involves the combination of different methods.

In the crisis conditions, the role of information on the external environment has significantly increased, on the basis of which the analysis of the business processes of the construction industry organization is carried out in AAS, which provides an opportunity to develop strategic solutions aimed at adapting the strategy to the changing conditions of the external macro environment, to maintain its potential for successful implementation of the chosen strategy [7, p.32].

The development of methodological approaches to the organization and analysis of external information was preceded by the study of the conceptual apparatus that is used in this field in order

to ensure its unity. External information characterizes the parameters of the external macro environment, their changes may lead to the expansion or contraction of markets, the introduction of new activities, etc. The management of the construction organization is interested in the purposeful study of external information, which makes it possible to carry out the processes of forecasting and timely adaptation of the current strategy to the changed conditions, up to a drastic change in strategy.

AAS in construction should be oriented towards:

1) formation of financial statements;
2) formation of tax reporting;
3) quality performance of the most important management functions.

Therefore, within its framework, accounting, management and strategic (external) information should be formed.

When forming information about business processes of AAS, the following difficulties arise:

1) the use by construction organizations of a predominantly functional approach in the formation of AAS;
2) lack of a system for documenting business processes;
3) complex organizational hierarchies in the management of large construction organizations.

The concept of the formation of the AAS organization of the construction industry is based on the accounting system, taking into account its structure, the types of accounting used in its framework and the organization of the relationship between them. It is normal for large building organizations to keep financial and management accounting separately. In this case, within the analytical system, it is necessary to clearly distinguish between financial analysis, which is formed on the basis of financial accounting data, and management analysis, which is conducted on the basis of management reporting forms. At the same time, external analysis should be added to the financial and management analysis.

Internal control is considered as a process that is organized and implemented by the representatives of the owner, management, other employees of the construction organization in order to give the necessary confidence in achieving the goals in terms of reliability of financial reporting, efficiency and effectiveness of business operations and compliance with regulatory and legal acts [8, p.116]. The internal control system should be directed not only at the prevention of abuse, reducing the risk of various errors (accounting, tax), but also in identifying and using in-house reserves. In practice, losses from inefficient organization of business processes in construction organizations may exceed losses caused by various kinds of abuse and non-compliance with the requirements of existing legislation. For building organizations, an increasing role plays an increase in investment attractiveness, which implies significant changes in both the AAS and the internal control system. Internal control is an obligatory component of the management of the construction organization. Control functions in the framework of business processes are implemented through the use of a specific method of internal control, which is fixed in the internal documents of the construction organization. Control functions in the accounting and analytical system of construction organizations are carried out:

1) through the specific regulation of the internal control and audit system;
2) through the implementation of forms of control (preliminary, current and strategic) using a variety of methods and a variety of procedures in relation to specific objects;
3) through the drawing up of conclusions that are obtained from the results of the implementation of control measures and the adoption on their basis of management decisions that are interrelated, both with the implementation of the found internal production reserves, and with the approval of measures against people who committed various kinds of abuse.

Thus, in the accounting and analytical system, the formation of information about the business processes of the organization allows to conduct their analysis, to identify cause-effect relationships

and to develop and implement measures for their subsequent adaptation to the changing conditions of the external environment. All of this will contribute to the successful implementation of the strategy chosen by the construction organization.

Список литературы

1. Вандина, О.Г. Теория и методология функционирования учетно-аналитической системы бизнес- процессов в строительных организациях // Дисс. докт. эк. наук. Орел., 2012. – 290 с.

2. Алексеева, Г.И. Бухгалтерский Финансовый Учет. Отдельные Виды Обязательств: Учебное пособие / Г.И. Алексеева. - Люберцы: Юрайт, 2015. – 268 с.

3. Шахарова, А.Е. Делопроизводство в бухгалтерском учете. Учебное пособие / А. Е. Шахпрова – Астана: КазУЭФМТ, 2010 – 85с.

4. Алиев, М.К. Финансовая отчетность: анализ консолидированной отчетности. учебное пособие / М. К. Алиев– Астана: Изд. КазУЭФМТ – 2014. – 344с.

5. Кондраков, Н. П. Бухгалтерский учет: Учебное пособие / Н. П. Кондраков. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 841 с.

6. Акимова Б.Ж. Финансовый учет II. учебное пособие / Б. Ж. Акимов – Алматы, ТОО «МАП», 2013.-182с.

7. Кузьмина, М.С. Управление затратами предприятия (организации). Учебное пособие / М. С. Кузьмина, Б. Ж. Климова – М.: КНОРУС, 2015. – 320 с.

8. Садиева, А.С. Финансовый учет 1. Учебное пособие / А.С. Садиева, Э М. Тлеуова – Астана: КазУЭФМТ, 2010 – 320с.

A fundamental feature of the formation of the accounting of business processes in construction should be the formation of a quality information base, its verification in all necessary parameters, sufficient and necessary for further analysis, evaluation, comparison, control of revenues and expenditures by segments of the organizations. Such a problem for construction has acquired its special significance for a long time. The article discusses the accounting of business processes in construction and the formation of an accounting and analytical system based on it.

Мукушев Толеген Бахчанулы, магистрант 2 курса специальности «Учет и аудит » факультета экономики Евразийского Национального Университета имени Л.Н. Гумилева, Астана, Республика Казахстан. E-mail:Tolegen1986@mail.ru.

Карабаев Эльдар Булатович, магистрант 2 курса специальности «Учет и аудит » факультета экономики Евразийского Национального Университета имени Л.Н. Гумилева, Астана, Республика Казахстан. E-mail: ekarabayev@yahoo.com.

Научный руководитель – ***Жуматаева Бахытжамал Ашимовна,*** старший доцент, кафедры «Учет, аудит и анализ» факультета экономики Евразийского Национального Университета имени Л.Н. Гумилева, Астана, Республика Казахстан. E-mail: bahyt_jumataeva@mail.ru.

УДК 336.7

Ю. О. Акстилович

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ И СТРУКТУРЫ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ ОАО «АСБ БЕЛАРУСБАНК»

Проведен анализ состава и структуры финансовых ресурсов ОАО «АСБ Беларусбанк». Изучен основной источник формирования финансовых ресурсов – пассивные операции. Выявлены факторы, воздействующие на объем ресурсов и их структуру, сделаны соответствующие выводы.

Важное место в деятельности банков принадлежит анализу состояния, структуры использования ресурсной базы и пассивных операций.

Анализ не только констатирует состояние дел в прошлом и настоящем, но и является инструментом активного воздействия на настоящее и будущее положение банка. Анализ позволяет осуществлять действенный контроль со стороны руководства банка и органов банковского надзора за функционированием, финансовым положением и изменениями в финансовом положении кредитной организации.

Ресурсы банка состоят из собственных средств и его обязательств (привлеченных и заемных средств).

Важными задачами анализа являются исследование динамики структуры привлечения средств. При ее изучении определяются темпы роста каждой группы ресурсов по отношению к уровню предыдущего года.

Основными разделами пассива баланса являются: уставный и резервный фонды, а также фонд переоценки статей баланса, которые отражают собственные средства банка. Для учета собственных средств банка предназначены такие пассивные счета, на которых отражаются операционные доходы банка, доходы будущих периодов, резервный фонд под возможные потери по ссудам и под обесценивание ценных бумаг. Остальные пассивные счета баланса предназначены для учета привлеченных ресурсов: расчетные и текущие счета клиентов, срочные депозиты, вклады граждан, обращающиеся на рынке долговые обязательства, полученные от других банков, межбанковские кредиты и денежные средства на корреспондентских счетах других банков.

Пассивные операции являются основным источником формирования финансовой базы, поэтому величина, состав, структура различных видов пассивных операций предопределяют объём, состав и структуру активов, устойчивость и ликвидность не только отдельного банка, но и всей банковской системы в целом [3, с.222]..

Исходя из бухгалтерского баланса ОАО «АСБ Беларусбанк» за 2014–2016 гг., пассивы представлены двумя разделами: обязательства и собственный капитал, каждый из них включает в себя подстатьи.

Рассмотрим изменения обязательств (таблица 1).

Таблица 1 – Состав и структура обязательств ОАО «АСБ Беларусбанк» на 2014–2016 гг.

Наименование статьи	2014 г.		2015 г.		2016 г.		Темп роста, %
	тыс. руб.	удельный вес, %	тыс. руб.	удельный вес, %	тыс. руб.	удельный вес, %	
Средства Национального банка	543 604	3,14	733 707	3,15	365 171	1,51	67,18
Средства банков	2 832 560	16,36	4 689 916	20,13	4 602 157	18,97	162,47

Продолжение таблицы 1

Средства клиентов	12 468 328	72,01	15973843	68,57	17 115 464	70,57	137,27
Ценные бумаги	1 336 467	7,72	1 753 968	7,53	1 923 281	7,93	143,91
Производственные финансовые обязательства	2 471	0,01	0	0	0	0	-
Отложенные налоговые обязательства	605	0,003	715	0,003	929	0,004	153,55
Прочие обязательства	130 388	0,75	144 541	0,62	246 916	1,02	189,37
ИТОГО обязательства	17 314 423	100	23296690	100	24 253 918	100	140,08

Источник: собственная разработка автора на основании данных ОАО «АСБ Беларусбанк» [1; 2]

Исходя из таблицы 1, можно наблюдать некоторые изменения по обязательствам банка: средства банков и отложенные налоговые обязательства возросли за год на 62,47 % и 53,55 % и в 2016 г. составили 4,6 и 0,246 млрд. руб. соответственно; ценные бумаги, выпущенные банком, увеличились в 2016 г. на 43,91 %, по сравнению с 2014 г., и в 2016 г. составили 1,9 млрд. бел. руб.

Значительно уменьшились средства Национального банка, так в 2016 г. по сравнению с 2014 г. данный показатель уменьшился на 32,82 % и составил 365 млн. бел руб.

Кроме того, можно отметить, что банк в 2015 и в 2016 году не осуществляет никакие производственные обязательства.

Также из таблицы 1 видно, что наибольшая доля в 2016 г. из общего объёма обязательств приходится на средства клиентов (70,57 %) и средства банков (18,97 %). Наименьший удельный вес приходится на отложенные налоговые обязательства, которые занимают 0,003-0,004 % в общем объёме обязательств.

Собственные средства банка состоят из сформированных им фондов и прибыли, полученной банком в результате его деятельности в текущем году и на протяжении прошлых лет, а также эмиссионного дохода. Фонды банка составляют основу собственных средств. Каждый из них имеет определенное целевое назначение.

Как правило, сумму собственного капитала не рассматривают самостоятельно, а изучают её как составную часть собственных средств банка.

Собственные средства банка включают:

– уставный фонд;
– эмиссионный доход;
– резервный фонд;
– фонд переоценки статей баланса;
– накопленную. прибыль [3].

Изменение собственного капитала ОАО «АСБ Беларусбанк» можно рассмотреть в таблице 2.

Таблица 2 – Изменение собственного капитала ОАО «АСБ Беларусбанк» за 2014 – 2016 гг.

Наименование статьи	2014 г.		2015 г.		2016 г.		Темп роста, %
	тыс. руб.	удельный вес, %	тыс. руб.	удельный вес, %	тыс. руб.	удельный вес, %	
Уставный фонд	1 668 925	68,56	2 668 925	76,74	2 669 093	74,21	159,93
Эмиссионный доход	0	0	0	0	0	0	0

Продолжение таблицы 2

Резервный фонд	120 595	4,95	187 157	5,38	227 343	6,32	188,52
Фонды переоценки статей баланса	211 926	8,71	200 125	5,75	193 698	5,39	91,40
Накопленная прибыль	432 697	17,78	421 600	12,12	506 761	14,09	117,12
ИТОГО собственный капитал	2 434 142	100	3 477 807	100	3 596 895	100	147,77

Источник: собственная разработка автора на основании данных ОАО «АСБ Беларусбанк» [1, 2]

Как видно из таблицы 2, наибольший удельный вес в собственном капитале ОАО «АСБ Беларусбанк» приходится на уставный фонд, занимающий около 74 %. В период с 2014 по 2016 гг. величина уставного фонд банка увеличилась на 59,93 % и в 2016 г. составила 26,69 млрд. руб. По эмиссионному доходу не наблюдалось динамики в период с 2014 по 2016 годы. Значительно увеличился резервный фонд и накопительная прибыль банка – на 88,52 % и 17,12 % и в 2016 г. составили 2,27 и 5,06 млрд. рублей соответственно. Сокращению подверглись фонды переоценки статей баланса на 8,6 %.

Совместив результаты по обязательствам и собственному капиталу, можно сделать общий вывод по пассивам ОАО «АСБ Беларусбанк» за 2014–2016 гг.

Совокупный прирост пассивов ОАО «АСБ Беларусбанк» в 2016 г. составил 27,85 млрд. руб., что на 41,03 % больше, чем в 2014 г.

Таким образом, собственный капитал ОАО «АСБ Беларусбанк» в 2016 г. составил 12,91 % в общей структуре пассивов банка, т.е. на обязательства приходится чуть более 85 % от общего объёма пассивов. Если же рассматривать удельный вес отдельных элементов в общем объеме, то наиболее весомыми в привлеченных средствах являются средства клиентов (61,5 % от общей суммы пассивов), что говорит об активной политике банка с населением. Около 17 % в структуре пассивов составили средства банков и 1,3 % средства Национального банка, т.е. можно говорить об активном кредитовании у других банков. Около 10 % приходилось на уставный фонд банка, который является гарантом, определяет минимальный размер имущества банка, гарантирующего интересы его кредиторов.

По состоянию на 1 января 2017 г. наибольший объем сбережений населения в срочные банковские вклады (депозиты) размещен в ОАО «АСБ Беларусбанк»: его доля на депозитном рынке физических лиц составила 45,8 % (7,79 млрд. руб.). Далее следует ОАО «Белагропрмбанк» – 17,9 % (3,05 млрд. руб.), ОАО «БПС-Сбербанк» – 7,0 % (1,19 млрд. руб.), ОАО «Белинвестбанк» - 5,8 % (0,99 млрд. руб.). ОАО «Банк БелВЭБ» – 5,4 % (0,91 млрд. руб.) и «Приорбанк» ОАО – 3,7 % (0,63 млрд. руб.). На остальные банки приходилось 14,4 % (2,45 млрд. руб.) общей суммы привлеченных в срочные банковские вклады (депозиты) денежных средств населения (рисунок).

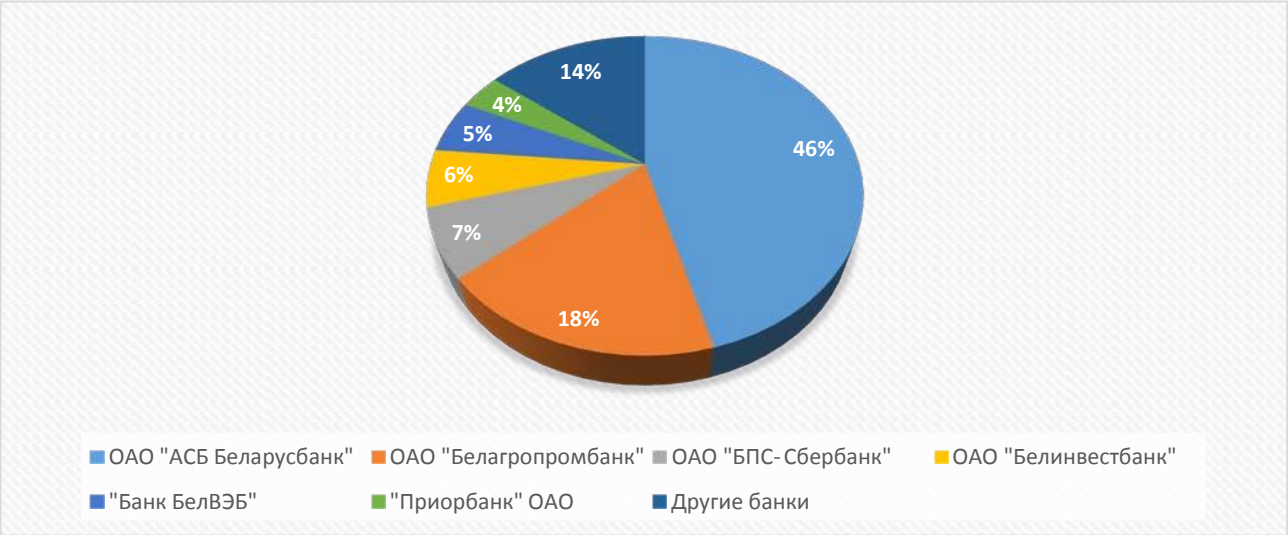


Рисунок – Доли вкладов по банкам Республики Беларусь по состоянию на 01.01.2017 г.

Источник: Собственная разработка автора

С целью повышения конкурентоспособности депозитной линейки Банка, была проведена работа по актуализации текущей линейки розничных депозитов в национальной и иностранной валютах с разными сроками хранения: «Классик Безотзывной (Отзывной)», «Интернет-депозит-Тренд Безотзывной (Отзывной)».

Расширение линейки депозитов в соответствии с тенденциями рынка и реализацией бездокументарных облигаций, в том числе инновационного продукта Интернет-облигации, вызвало интерес со стороны клиентов и позволило удержать лидирующие позиции на рынке привлечения средств физических лиц.

За 2016 г. объем средств на счетах населения увеличился на 4,2 % и на 01.01.2017 составил 9874,7 млн. руб. Наибольший удельный вес в структуре средств населения занимают срочные депозиты, их доля на 01.01.2017 составила 78,9 %.

Со второго полугодия 2016 г. наблюдалась устойчивая тенденция к увеличению объемов вкладов в национальной валюте (темп роста за год 107,6 %). В первую очередь, этому способствовало постоянное обновление линейки сберегательных продуктов и усовершенствование связанных с ними дистанционных сервисов.

Таким образом, анализ динамики и структуры финансовых ресурсов выявляет влияние реальных факторов, воздействующих на объем ресурсов и их структуру. На его основе банки должны своевременно изменять свою политику в области пассивных операций.

Список литературы

1. Бухгалтерский баланс и отчет о прибылях и убытках на 1 января 2017 г. [Электронный ресурс] / Национальный банк Республики Беларусь. – Режим доступа: http://www.nbrb.by/system/Banks/FinancialPosition/BalanceSheet/?bank=108&yr=2016&quarter= 4 – Дата доступа: 19.02.2018.

2. Бухгалтерский баланс и отчет о прибылях и убытках на 1 января 2016 г. [Электронный ресурс] /Национальный банк Республики Беларусь. – Режим доступа: http://www.nbrb.by/system/Banks/FinancialPosition/BalanceSheet/?bank=108&yr=2015&quarte r=4 - Дата доступа: 19.02.2018.

3. Деньги, кредит, банки: учебник / Г.И.Кравцова [и др.]; под общ. ред. Г.И.Кравцовой. –

Минск: БГЭУ, 2012. – 639 с.

The analysis of the composition and structure of financial resources of JSB «Belarusbank» was carried out. The main source of the formation of financial resources is the passive operations. Factors affecting the volume of resources and their structure are identified and conclusions drawn.

Акстилович Юлия Олеговна, магистрант 1 курса специальности «Финансы, денежное обращение и кредит» 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. E-mail: silvanv@mail.ru.

УДК 336.7

Ю. О. Акстилович

ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «АСБ БЕЛАРУСБАНК»

В статье проанализированы основные показатели финансово-экономической деятельности ОАО «АСБ Беларусбанк», определена позиция коммерческого банка на различных сегментах рынка, исследованы показатели ликвидности и достаточности капитала и сделаны аргументированные выводы по деятельности ОАО «АСБ Беларусбанк».

ОАО «АСБ Беларусбанк» является крупнейшим универсальным системообразующим финансово-кредитным учреждением Республики Беларусь, предоставляя широкий комплекс банковских услуг и продуктов.

На 01.01.2018 г. филиальная сеть банка состоит из 27 филиалов, в том числе 6 областных (Минское) управлений, 103 центров банковских услуг, 1478 отделений и 145 обменных пунктов [1].

Уставный фонд банка, гарантирующий защиту интересов собственников и клиентов и служащий для установления экономических нормативов, составил на 1 января 2018 г. 2 669 216 092,70 руб.

Контрольный пакет акций банка (98,76 %) является собственностью Республики Беларусь. От имени Совета Министров Республики Беларусь выполнение функций держателя акций, принадлежащих государству, осуществляет Государственный комитет по имуществу Республики Беларусь.

В повседневной работе ОАО «АСБ Беларусбанк» главным выступает вопрос формирования стабильной ресурсной базы.

Термин «ресурсы» имеет французские корни и произошел от слова «ressourses», что обозначает средства, запасы, возможности, источники чего-либо. Ресурсы коммерческого банка (банковские ресурсы) представляют собой их собственные капиталы и фонды, а также средства, привлеченные банками в результате проведения пассивных и активных операций (в части превышения пассива над активом), используемые для проведения активных операций [2, с.97].

В анализируемом периоде банк подтвердил доминирующие позиции на рынке банковских услуг, выполнив все важнейшие показатели развития, включая рекомендованные

Национальным банком Республики Беларусь индикаторы денежно- кредитной политики (таблица 1).

Таблица 1 – Основные показатели деятельности ОАО «АСБ Беларусбанк» за 2014–2016 гг.

Показатели	На 01.01. 2015	На 01.01. 2016	На 01.01. 2017	Изменение 2015 г. к 2014 г.	Изменение 2016 г. к 2015г.	Темп роста 2015 г. к 2014 г., %	Темп роста 2016 г. к 2015 г., %
Ресурсная база, млн. руб.	19 900	26 790	28 940	+6 890	+2 150.	134,62	108,03
Средства физических лиц, млн. руб.	6 850	9 470	9 874	+2 620	+404	138,25	104,27
Средства клиентов, млн. руб.	6 232	7 574	8 546	+1342	+972	121,53	112,83
Нормативный Капитал, млн. руб.	2 360	3 380	3 510	+1 020	+130	143,22	103,85
Кредиты клиентам, млн. руб.	14 340	16 110	16 385	+1 770	+275	112,34	101,71
Кредиты физическим лицам, млн. руб.	4 370	4 984	5 245	+614	+261	114,05	105,24

Источник: собственная разработка автора на основании данных ОАО «АСБ Беларусбанк» [1;3]

Согласно данным, представленным в таблице 1, ресурсная база банка за 2016 г. увеличилась на 8,03 %, или на 2 150 млн. руб., и на 01.01.2017 составила 28 940 млн. руб.

Еще одной важной составляющей ресурсной базы являются средства корпоративных клиентов, которые в ОАО «АСБ Беларусбанк» по состоянию на 01.01.2017 г. составили 8 546 млн. руб. и за 2016 год выросли на 972 млн. руб., или на 12,8 % (рисунок 1).

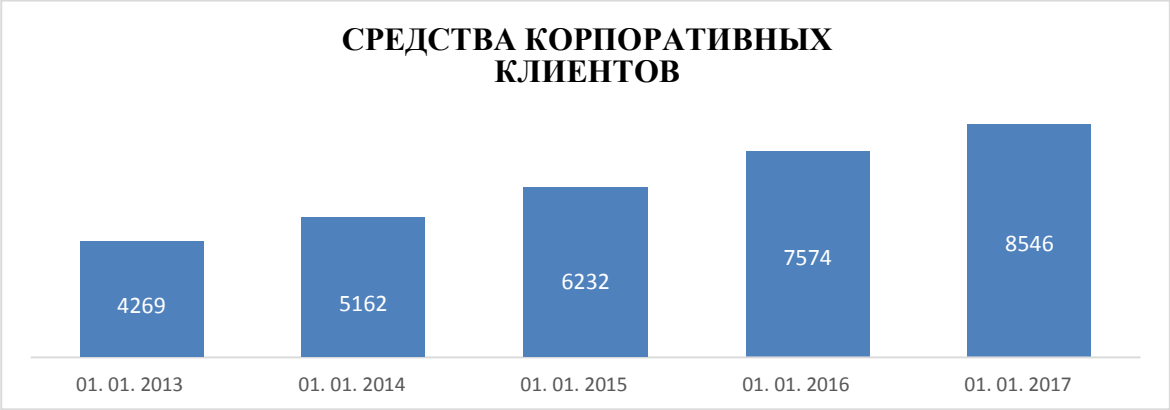


Рисунок 1 – Средства корпоративных клиентов, млн. руб.

Источник: собственная разработка на основании данных ОАО «АСБ Беларусбанк» [3].

На протяжении 2016 г. банк проводил взвешенную политику в области корпоративного кредитования. Приоритетами корпоративного бизнеса в отчетном году стали оптимизация рисков, поддержание качества и диверсификации кредитного портфеля, рациональное

использование ресурсной базы и повышение эффективности направления кредитных ресурсов, укрепление позиций банка на финансовом рынке, обеспечение конкурентоспособности предоставляемых услуг.

Несмотря на усилившуюся конкуренцию на рынке банковских услуг, в 2016 г. ОАО «АСБ Беларусбанк» сохранил ведущие позиции на различных сегментах рынка за счет более высоких темпов роста большинства показателей в сравнении с другими банками (рисунок 2).

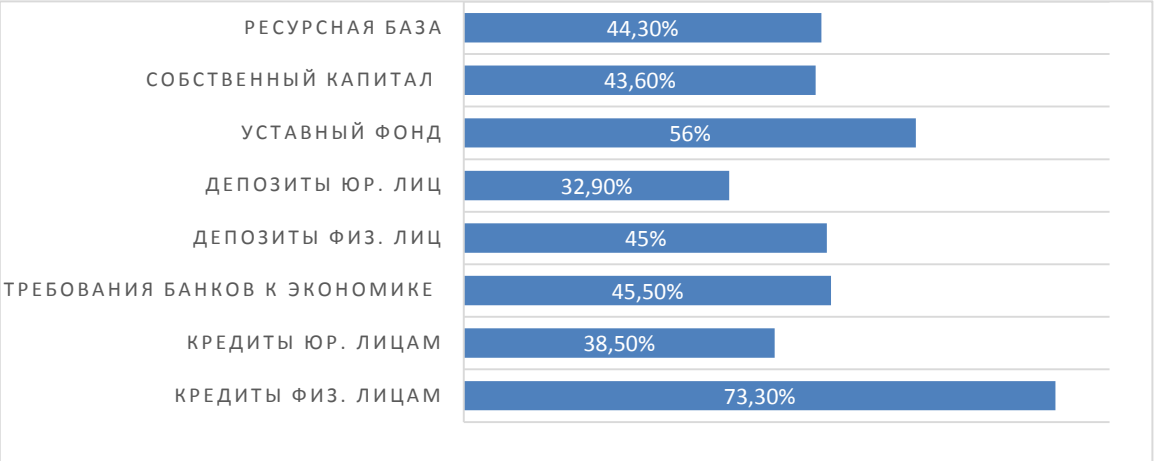


Рисунок 2 – Позиции ОАО «АСБ Беларусбанк» на основных сегментах банковского рынка на 01.01.2017 г.

Источник: собственная разработка на основании данных ОАО «АСБ Беларусбанк» [1].

Так, в кредитном портфеле банков Республики Беларусь кредиты физическим лицам ОАО «АСБ Беларусбанк» занимают 73,3 %. Кредитный портфель физических лиц за 2016 г. увеличился на 261,8 млн. руб. или на 105,3 %, и на 01.01.2017 достиг 5245,3 млн. руб.

С целью повышения привлекательности кредитов Банк в 2016 г. дополнил продуктовую линейку новыми услугами, а также усовершенствовал условия по действующим кредитам. Возобновлена выдача потребительских кредитов, осуществляется страхование риска невозврата кредитов.

Качество кредитного портфеля физических лиц сохраняется на высоком уровне. Удельный вес просроченной задолженности и задолженности, учитываемой на внебалансовых счетах, не превысил уровень, определенный кредитной политикой Банка на 2016 г. (0,02 %), который составил в данном году 0,013 %.

В кредитном портфеле банков Республики Беларусь кредиты юридическим лицам ОАО «АСБ Беларусбанк» занимают 38,5 %.

Кредитный портфель юридических лиц на 01.01.2017 составил 11 140 млн. руб. и остался на уровне предыдущего года. Кредиты юридическим лицам формируют 68 % кредитного портфеля Банка.

При кредитной поддержке банка осуществлялось кредитование следующих инвестиционных проектов:

- строительство горно-обогатительного комплекса ИООО «Славкалий»;
- строительство завода ООО «ММПЗ-групп»;
- строительство завода ОАО «Светлогорский ЦКК»;
- увеличение производственных мощностей ОАО «Жабинковский сахарный

завод» и ОАО «Городейский сахарный комбинат»;

- электрификация участка Молодечно-Гудогай ГО «БЖД»;
- строительство завода РУП «Завод газетной бумаги» в г. Шклове.

Банк также активно участвует в программах кредитования агропромышленного комплекса и строительства жилья.

Собственный капитал банка составляет 43,6 % в общем объеме банковкого капитала коммерческих банков Республики Беларусь, его рост обусловлен, в первую очередь, увеличением размера уставного фонда. Прибыль Банка за 2016 г. составила 155 млн. руб. и увеличилась по сравнению с прошлым годом на 55 млн. руб., или на

55 %. Известно, что финансовые результаты работы Банка формируются за счет эффективного размещения имеющихся ресурсов, повышения производительности труда, внедрения новых технологий и заинтересованности клиентов в размещении имеющихся свободных денежных средств в Банке.

Необходимо отметить, что 2016 г. был нестабильным для национальной экономики. В 2016 г. ситуация в мировой экономике оставалась сложной. Цены на нефть и другие сырьевые ресурсы достигли своего минимума в начале года, после чего происходил их плавный рост. Наблюдался спад в странах – основных торговых партнерах Беларуси, что привело к снижению оборота внешней торговли на 12 % против 25 % в 2015 г. Спад экономики оказал негативное влияние и на уровень жизни населения – реальные располагаемые денежные доходы населения по итогам года снизились на 7,3 %, в т.ч. реальная заработная плата – на 4,0 %. Эти проблемы не могли не затронуть ОАО «АСБ Беларусбанк»: они в полной мере ощущались в текущей работе.

Тем не менее, по состоянию на 1 января 2017 г. Банком выполнены все экономические нормативы ликвидности и достаточности капитала, установленные НБ РБ (таблица 2).

Таблица 2 – Экономические показатели ликвидности и достаточности капитала ОАО «АСБ Беларусбанк»

Показатель	Норматив	На 01.01.2016	На 01.01.2017	На 01.01.2018
Краткосрочная ликвидность	Не менее 1	1,5	1,7	2,0
Текущая ликвидность	Не менее 70	101,0	122,2	144,3
Мгновенная ликвидность	Не менее 20	188,8	112,4	211,8
Достаточность нормативного капитала	Не менее 10	22,1	18,335	16,549

Источник: собственная разработка на основании данных ОАО «АСБ Беларусбанк» [1, 4].

Продолжающийся спад в экономике не оказал значительного негативного влияния на ключевые финансовые показатели белорусских банков: сохранилась устойчивость банковской системы. Так, прибыль Банка за 2016 г. составила 884,9 млн. руб., рентабельность капитала – 10,8 %.

Развитие международного сотрудничества с кредитно-финансовыми институтами ближнего и дальнего зарубежья способствовало активизации ряда направлений банковской деятельности. За 2016 г. Банком на валовой основе привлечено более 2 млрд дол. США иностранных кредитных ресурсов. Ключевыми партнерами Банка являются кредиторы из Российской Федерации, Китайской Народной Республики, Германии, Италии, Австрии, Нидерландов и Словении. Это свидетельствует не только о сохранении интереса к Банку, но и о заинтересованности в инвестировании в экономику Беларуси. Такие результаты

сотрудничества с международными кредитными институтами стали возможны благодаря безупречной кредитной истории банка.

Дальнейшее укрепление доверия к банку со стороны иностранных инвесторов, повышение имиджа и международного рейтинга банка позволят обеспечить приток иностранного капитала для кредитования приоритетных отраслей экономики Республики Беларусь.

Таким образом, ОАО «АСБ Беларусбанк» является универсальным банком, ориентированным на обслуживание физических и юридических лиц различных форм собственности и направлений деятельности, осуществляет все виды банковских операций и оказывает услуги в соответствии с законодательством Республики Беларусь.

Список литературы

1. Годовой отчет за 2016 год [Электронный ресурс] / Нац. центр банковской информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017. – Режим доступа: https://belarusbank.by/site_ru/32702/Godovoy%20Otchet%202016.pdf – Дата доступа: 19.02.2018.

2. Белоглазова, Г.Н. Деньги, кредит, банки: учебник / Г.Н. Белоглазова [и др.]; под общ. ред. Г.Н. Белоглазовой. – М.: Юрайт-Издат, 2006. – 620с.

3. Бухгалтерский баланс и отчет о прибылях и убытках на 1 января 2017 г. [Электронный ресурс] / Нац. банк Респ. Беларусь. Минск, 2017. – Режим доступа: http://www.nbrb.by/system/Banks/FinancialPosition/BalanceSheet/?bank=108&yr=2016&quarter= 4 – Дата доступа: 19.02.2018.

4. Годовой отчет за 2017 год [Электронный ресурс] / Нац. центр банковской информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017. – Режим доступа: https://belarusbank.by/site_ru/32702/Godovoy%20Otchet%202016.pdf – Дата доступа: 19.02.2018.

The article examines the financial data of JSB «Belarusbank»: analyzed the main performance indicators, established the bank's positions in various segments of the market, studied the economic indicators of liquidity and capital adequacy, and made appropriate conclusions on the activities of JSB «Belarusbank».

Акстилович Юлия Олеговна, магистрант 1 курса специальности «Финансы, денежное обращение и кредит» 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. E-mail: silvanv@mail.ru .

УДК 338.5

О. Н. Альховик

АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИЗДЕРЖЕК ОБРАЩЕНИЯ НА ОАО «ЯСЕНЬ»

Изучена экономическая сущность издержек обращения, а также изучены значение и задачи издержек обращения. Произведен анализ динамики издержек обращения. Оценены отдельные статьи издержек обращения. Выявлены основные направления снижения уровня издержек обращения на ОАО «Ясень».

Основным видом деятельности организаций торговли является реализация товаров. Поэтому, преобладающую часть расходов составляют издержки обращения. Издержки

обращения – это есть выраженные в денежной форме затраты живого и овеществленного труда по осуществлению связи между производителем и потребителем или по доведению товаров от производителя до потребителя.

Издержки обращения по своему содержанию являются текущими затратами. По своей экономической сути они отражают потребленную часть эксплуатируемых ресурсов.

Наиболее общая классификация издержек обращения в нашей организации осуществляется по экономическому содержанию, где выделяются:

- материальные затраты, в том числе:
- сырье и материалы;
- покупные комплектующие изделия и полуфабрикаты;
- топливно-энергетические ресурсы;
- прочие материальные затраты;
- расходы на оплату труда;
- отчисления на социальные нужды;
- амортизация основных средств и нематериальных активов;
- прочие затраты, в том числе:
- начисленные налоги, сборы (пошлины), платежи, включаемые в себестоимость продукции (работ, услуг);
- арендная плата (с учетом лизинговых платежей);
- другие затраты.

В связи с постоянным совершенствованием системы управленческого учета и повышением качества анализа влияния издержек обращения на изменение объема товарооборота, в организации разграничивают условно-переменные и условно-постоянные затраты.

Значение издержек обращения заключается в том, что они призваны обеспечить нормальный процесс товарного обращения, реализацию предметов широкого потребления с целью удовлетворения запросов населения. Повышение эффективности издержек обращения, их формирование в общественно-необходимых размерах позволяет увеличить прибыль торговли, часть которой направляется на дальнейшее развитие и совершенствование ее материально-технической базы – необходимого условия улучшения качества торгового обслуживания [4, с. 157].

Задачи анализа издержек обращения – не только изучить выполнение плана и дать объективную оценку соблюдению их сметы, но и выявить резервы сокращения расходов и разработать меры по их использованию путем устранения непроизводительных затрат, бесхозяйственности, расточительства и обеспечения наиболее экономного, целесообразного и эффективного использования средств и труда (таблица 1).

Таблица 1 – Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности ОАО «Ясень» г. Гродно за 2014-2016 гг. (таблица 1).

Наименование показателей	Ед. изм.	2014 год	2015 год	2016 год	Отклонение 2016 г. к 2014 г.		Отклонение 2016 г. к 2015 г.	
					(+,-)	темп, %	(+,-)	темп, %
Выручка от реализаци и товаров	тыс. руб.	9 955	11 253	10 242	+287	102,9	-1 011	91,0
темп роста в сопоставимых ценах	%	94,1	100,0	81,2	-12,9		-18,8	

Продолжение таблицы 1

Валовый товарооборот	тыс. руб.	9 958	11 256	10 245	+287	102,9	-1 011	91,0
оптовый товарооборот	тыс. руб.	953	1 097	1 151	+198	120,8	+54	104,9
темп роста в сопоставимых ценах	%	107,9	101,8	93,6	-14,3		-8,2	
розничный товарооборот	тыс. руб.	9 005	10 159	9 096	+91	101,0	-1 063	89,5
темп роста в сопоставимых ценах	%	92,9	99,8	79,8	-13,1		-20,0	
Валовый доход от реализации товаров, работ, услуг	тыс. руб.	1 847	2 030	1 830	-17	99,1	-200	90,1
уровень валовых доходов к товарообороту	%	18,55	18,04	17,86	-0,69		-0,18	
Затраты на реализацию продукции, товаров, работ, услуг	тыс. руб.	1 544	1 823	1 666	+122	104,8	-157	91,4
уровень затрат к товарообороту	%	17,1	17,9	18,3	+1,2		+0,4	
Прибыль от реализации товаров, работ, услуг	тыс. руб.	257	207	155	-102	60,3	-52	74,9
Чистая прибыль, (-убыток)		110	121	77	-33	70,0	-44	63,6

Источник: собственная разработка на основании данных ОАО «Ясень» [3]

Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг за 2016 год составила 10 245 тыс. руб. и уменьшилась по сравнению с предыдущим годом на 9% или на 1 011 тыс. руб., а за два года – увеличилась на 2,9% или на 287 тыс. руб.

Розничный товарооборот за отчётный период снизился по сравнению с 2015 годом на 10,5% или на 1 063 тыс. руб. и возрос по сравнению с 2014 годом на 1% или на 91 тыс. руб. и

составил 9 096 тыс. руб. В сопоставимых ценах розничный товарооборот уменьшился по сравнению с 2015 годом на 20,2%.

Выручка от реализации продукции, товаров, работ и услуг на 1-го работника составила 72,64 тыс. рублей. По сравнению с предыдущим годом она снизилась на 1,2%, а по сравнению с 2014 годом возросла на 18,2%.

Уровень валовых доходов за последний год уменьшился на 0,18 % к товарообороту, а за два года – на 0,69% к товарообороту и составил в отчётном периоде 17,86 %.

Издержки обращения в сумме уменьшились по сравнению с 2015 годом на 157 тыс. руб., а по сравнению с 2014 годом увеличились на 122 тыс. руб. В процентах к товарообороту затраты возросли по сравнению с предыдущим годом на 0,4%, а по сравнению с 2014 годом – на 1,2% к товарообороту.

Прибыль от реализации продукции, товаров, работ, услуг за 2016 год составила 155 тыс. руб., по сравнению с предыдущим годом уменьшилась на 52 тыс. руб., а с 2014 годом – на 102 тыс. руб.

Относительное снижение издержек обращения наряду с уменьшением себестоимости продукции является экономическим условием снижения розничных цен, укрепления финансового состояния торговых организаций и предприятий.

В 2016 г. на ОАО «Ясень» сумма издержек обращения составила 1666 тыс. руб., что на 157 тыс. руб. меньше, чем в 2015 г.

Таблица 2 – Динамика уровня издержек обращения

Показатели	2014г.	2015г.	2016г.	Изменения	
				2015г. к 2014г.	2016г. к 2015г.
Издержки обращения, всего, тыс. руб.	1544	1823	1666	+279	-157
Уровень издержек обращения, %	17,1	17,9	18,3	+0,8	+0,4

Источник: собственная разработка на основании данных ОАО Ясень» [1]

Как видно из представленной таблицы 2, издержки обращения то увеличиваются, то уменьшаются год от года в абсолютном размере. Однако, уровень издержек обращения с каждым годом растет. Так, в 2015 году, по сравнению с 2014 годом, уровень издержек обращения увеличился на 0,8% и составил 17,9%. А в 2016 году по сравнению с 2015 годом, уровень издержек обращения увеличился на 0,4% и составил 18,3%.

Анализ должен проводиться по всем издержкам обращения с выделением торговых расходов, учитываемых при расчете налогооблагаемой прибыли, что позволяет увязать его результаты с данными изучения формирования и использования доходов и прибыли действующей системы налогообложения [4, с. 162] (таблица 3).

Таблица 3 – Динамика издержек обращения в разрезе экономических элементов на ОАО «Ясень»

Элемент затрат	2015г.		2016г.		Изменение	
	Сумма, тыс. руб.	Уд. вес, %	Сумма, тыс. руб.	Уд. вес, %	Сумма, тыс. руб.	Уд. вес, %
Материальные затраты	237	13,0	199	11,9	-38	-1,1
Затраты на оплату труда	823	45,1	714	42,9	-109	-2,2
Отчисления на социальные нужды	279	15,3	242	14,5	-37	-0,8
Амортизация основных фондов	156	8,6	152	9,1	-4	+0,5
Прочие затраты	328	18,0	359	21,6	31	+3,6
ИТОГО	1823	100,0	1666	100,0	-157	-

Источник: собственная разработка на основании данных, взятых из документации ОАО «Ясень» [1].

Данные представленной таблицы 3 свидетельствуют о том, что наибольший удельный вес издержек обращения приходится на такой элемент, как затраты на оплату труда – более 40%. Наименьший удельный вес приходится на амортизацию основных фондов – не более

9,1%. Данные таблицы также говорят об изменении структуры издержек обращения. Так, значительно снизилась доля материальных затрат на 1,1%, наблюдается увеличение амортизации на 0,5%. Проблема повышения эффективности использования основных фондов и производственных мощностей предприятий занимает центральное место в наше время. Ниже представлены издеркжи обращения ОАО «Ясень» по экономическим элементам в 2016 году (рисунок).

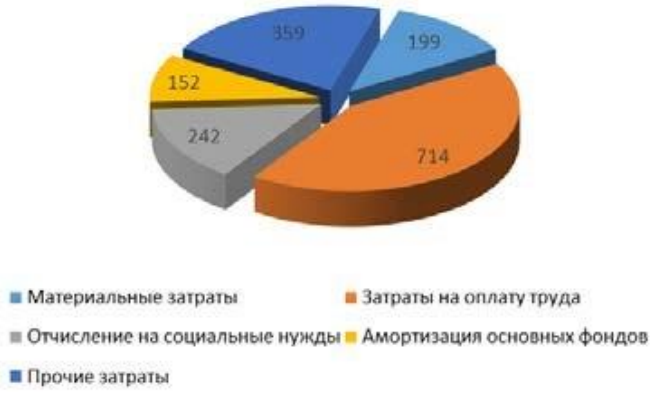


Рисунок – Издержки обращения ОАО «Ясень» по экономическим элементам в 2016 году

Источник: Собственная разработка на основании данных, взятых из документации ОАО «Ясень» [1].

Издержки обращения учитываются и планируются по статьям:

1.транспортные расходы, связанные с доставкой товаров в организации торговли и общественного питания;

2. транспортные расходы по доставке товаров покупателям;
3. расходы на оплату труда персонала;
4. расходы по аренде (лизингу) основных средств и нематериальных активов;
5. расходы на содержание сооружений, помещений, инвентаря;

Одной из основных статей издержек обращения на ОАО «Ясень» являются расходы на оплату труда персонала (таблица 4).

Таблица 4 – Расчет влияния факторов на расходы по оплате труда

Показатели	2015 г.	2016 г.	Отклонение	2016 год в % к 2015 году
Товарооборот, тыс. руб.	10159	9096	-1063	89,5
Фонд оплаты труда, тыс. руб.	840	732	-108	87,1
В % к обороту	8,3	8,1	-0,2	97,6
Среднесписочная численность, чел.	153	141	-12	92,2
Средняя зарплата в месяц, руб.	457,52	432,62	-24,9	94,6

Источник: собственная разработка на основании данных ОАО «Ясень» [2]

За 2016 год товарооборот уменьшился на 1063 тыс. руб. и составил 89,5 % к 2015 году. В то время как фонд оплаты труда снизился на 0,2% к обороту, что в сумме составило 108 тыс. руб. Средняя заработная плата 2016 году, по сравнению с 2015 годом, снизилась на 24,9 руб. и составила 432,62 руб. А также 2016 году сократилась среднесписочная численность на 12 человек и составила 92,2% к уровню 2015 году. Однако, ОАО «Ясень» следовало более интенсивнее проводить сокращение численности работников в 2016 году, чтобы не допустить снижения среднемесячной заработной платы и сохранить ее на уровне 2015 года.

Уровень издержек обращения показывает, во сколько обходится содержание торгового аппарата, а также характеризует стоимость всего процесса обращения.

Таким образом, для того что бы снизить уровень издержек обращения необходимо провести ряд мероприятий по их снижению:

- Уменьшение расходов по оплате труда и отчислений на социальные нужды можно добиться в течении года путем упорядочения структуры штатов, оптимизации численности работников структурных подразделений на основе ежемесячного анализа экономических показателей торговых объектов. Ожидаемым эффектом от данного мероприятия будет уменьшение затрат на 12 тыс. руб. Администрация Общества в дальнейшем намерена проводить работу по оптимизации численности, но не в ущерб качественному выполнению намеченных производственных заданий. Оптимизация численности в первую очередь будет проводиться за счёт имеющихся вакансий, путём внутрипроизводственных переводов, в исключительных случаях - путём сокращения;
- Снижение расходов по содержанию зданий, сооружений и помещений можно добиться путем постоянного осуществления жёсткого контроля за рациональным использованием и обеспечением экономного расхода топливно-энергетических ресурсов, снижением затрат по прочим видам коммунальных услуг, выявление резервов по их снижению. Уменьшить потребление электроэнергии планируется за счёт модернизации освещения (замена люминесцентных ламп на светодиодные) и за счёт рационального её использования. Выполнение данного мероприятия позволит снизить затраты на ОАО «Ясень» на 2 тыс. руб.

Список литературы

1. Отчет о затратах на производство продукции, товаров, работ, услуг ОАО «Ясень» за 2014 – 2016 гг.
2. Отчет по труду ОАО «Ясень» за 2015 – 2016 гг.
3. Отчет о прибылях и убытках ОАО «Ясень» за 2014 – 2016 гг.
4. Кравченко, Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: учебник / Л.И. Кравченко – М.: Новое знание, 2008. – 512с.

The economic essence of distribution costs has been studied, and the significance and problems of distribution costs have been studied. The analysis of the dynamics of distribution costs is made. Individual items of distribution costs are estimated. The main directions of reducing the cost of circulation to OAO Yasen have been identified.

Альховик Ольга Николаевна, студентка 3 курса специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: olkaaknopka@mail.ru .

Научный руководитель – ***Авдейчик Ольга Васильевна,*** старший преподаватель кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: avdejchik_ov@grsu.by

УДК 336.711

Ю. Ф. Балейко

АНАЛИЗ СОСТАВА И СТРУКТУРЫ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ НАЦИОНАЛЬНОГО БАНКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Проанализирована структура финансовых ресурсов Национального банка Республики Беларусь. Исследованы источники формирования активов и пассивов Национального банка Республики Беларусь. Проанализированы изменения в количестве финансовых ресурсов Национального банка за 2015 – 2017 гг.

Национальный банк Республики Беларусь является центральным банком и государственным органом Республики Беларусь, действует исключительно в интересах Республики Беларусь.

Национальный банк осуществляет свою деятельность в соответствии с Конституцией Республики Беларусь, Банковским кодексом Республики Беларусь, законами Республики Беларусь, нормативными правовыми актами Президента Республики Беларусь, Уставом Национального банка Республики Беларусь и независим в своей деятельности.

Национальный банк подотчетен Президенту Республики Беларусь. Подотчетность Национального банка Президенту Республики Беларусь, в том числе означает: утверждение Президентом Республики Беларусь Устава Национального банка, изменений и (или) дополнений, вносимых в него; назначение Президентом Республики Беларусь с согласия Совета Республики Национального собрания Республики Беларусь Председателя и членов Правления Национального банка, освобождение их от должности с уведомлением Совета Республики Национального собрания Республики Беларусь; определение Президентом Республики Беларусь аудиторской организации для проведения аудита годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности Национального банка; утверждение Президентом Республики Беларусь годового отчета Национального банка.

Главной функцией Национального банка является проведение денежно-кредитной политики. Кроме этого, Национальный банк осуществляет операции, необходимые для выполнения основных целей деятельности Национального банка, также является для банков кредитором последней инстанции, осуществляя их рефинансирование, контролирует эмиссию денег и многое другое.

Таким образом, Национальный банк играет важнейшую роль в экономике страны. Устойчивость Национального банка – главный фактор его функционирования, который характеризуется состоянием его финансовых ресурсов.

Финансовые ресурсы – это совокупность всех денежных средств, которые имеются в распоряжении государства, предприятий, организаций, учреждений для формирования необходимых активов в целях осуществления всех видов деятельности как за счёт доходов, накоплений и капитала, так и за счёт различного вида поступлений [1, с. 215].

Банковские ресурсы – это специфическая составная часть финансовых ресурсов, совокупность средств, имеющихся в распоряжении банка и используемых им для ведения кредитных и иных активных операций [1, с. 307].

Генерализованная структура банковских ресурсов:

- собственный капитал (уставный акционерный капитал, дополнительный капитал, резервные фонды, нераспределённый чистый доход прошлых лет, нераспределенный чистый доход (убытков);
- привлечённые ресурсы (депозиты до востребования, срочные депозиты, вклады

населения, сертификаты, векселя, межбанковские кредиты).

Как у коммерческих банков, так и у Национального банка существуют активы и пассивы. Они – главные составляющие финансовых ресурсов банка.

Активы банка – объекты собственности, имеющие денежную оценку и принадлежащие банку источники образования активов:

- собственный капитал банка;
- средства вкладчиков;
- межбанковские кредиты;
- эмиссия облигаций банка.

Активы увеличиваются в том случае, если банк проводит активные операции: кредитование, инвестиционные операции, прочие операции банка по размещению собственных и привлечённых средств. Активы приносят прибыль.

Пассивы банка – это его ресурсы. Пассивы складываются из двух частей: собственного капитала и средств, полученных банком от вкладчиков (эти средства называются «привлеченными»). У банка обычно собственный капитал очень маленький, составляет примерно 10%, однако вышеупомянутые привлеченные средства составляют 90%, поэтому банк как бы работает за счет чужих средств. В этом и состоит его главное отличие от предприятий и фирм [1, с. 278].

В соответствии с Уставом Национального банка, Уставный фонд предназначен для обеспечения деятельности и выполнения обязательств этого банка. Уставный фонд Национального банка образуется за счет его прибыли, целевых поступлений и других источников, не запрещенных законодательством. Размер Уставного фонда Национального банка – двадцать пять миллионов белорусских рублей.

Национальный банк для обеспечения своей деятельности также создает резервный и иные фонды. Для покрытия возможных убытков по своим операциям Национальный банк создает специальные резервы общих банковских рисков с отнесением сумм созданных резервов на расходы. Резервный фонд предназначается для покрытия возможных убытков по операциям Национального банка, по которым не образуются специальные резервы общих банковских рисков, в том числе связанных с предоставлением гарантий. Резервный фонд формируется за счет отчислений от прибыли за отчетный год, остающейся в распоряжении Национального банка после перечисления в резерв государственного учреждения «Агентство по гарантированному возмещению банковских вкладов (депозитов) физических лиц» части прибыли в размере, указанном в Уставе, и других источников, не запрещенных законодательством. Резервный фонд формируется в размере не менее уставного фонда Национального банка.

Национальный банк ежегодно не позднее 15 апреля года, следующего за отчетным, предоставляет Президенту Республики Беларусь годовой отчет.

Годовой отчет Национального банка включает в себя:

- отчет о деятельности Национального банка и выполнении Основных направлений денежно-кредитной политики Республики Беларусь;
- годовую бухгалтерскую (финансовую) отчетность (бухгалтерский баланс, отчеты о прибылях и убытках, полученной прибыли и ее распределении, об изменении собственного капитала, о формировании и использовании фондов, расходах на содержание Национального банка, об исполнении сметы капитальных вложений, примечания к отчетности), аудит которой проведен в соответствии с законодательством Республики Беларусь.

Данные по составу финансовых ресурсов Национального Банка Республики Беларусь представлены в таблице.

Таблица – Состав финансовых ресурсов Национального банка Республики Беларусь за 2015 – 2017 гг., млн. руб.

Показатели	2015 г.	2016г.	2017г.	Отклонение (2016 – 2015)		Отклонение (2017 – 2016)	
				Млн. руб.	%	Млн. руб.	%
Чистые иностранные активы	4489,9	6582,9	11841,0	2092,9	146,6	5258,1	179,9
Чистые требования к органам госуправления	-4707,7	-4862,1	- 10183,9	-154,3	103,3	-5321,8	209,5
Требования к органам госуправления	494,0	487,1	465,3	-6,9	98,6	-21,8	95,5
Обязательства перед органами госуправления	5201,7	5349,2	10649,2	147,4	102,8	5300	199,1
Требования к другим секторам	1455,4	1457,0	1510,6	1,6	100,1	53,6	103,7
Денежная база	4496,2	4579,1	7169,3	82,9	101,8	2590,2	156,6
Наличные деньги в обороте	1423,6	1790,6	2346,6	366	125,8	556	131,1
Наличные деньги в кассах банков	691,0	593,8	729,9	-97,2	85,9	136,1	123
Обязательные резервы	1914,5	1586,8	3558,2	-327,8	82,9	1971,4	224,2
Депозиты банков	467,0	607,9	533,5	140,9	130,2	-74,4	87,8
Депозиты других секторов	0,0	0,0	1,7	0,0	-	1,7	-
Ценные бумаги, кроме акций, не включаемые в денежную базу	55,7	39,2	41,6	-16,5	70,4	2,4	106,1
Депозиты, не включаемые в денежную базу и денежную массу	1045,5	1232,9	1410,6	187,4	117,9	1777	114,4
Акции и другие виды участия в капитале	-6912,0	-7408,0	-8102,0	-495,9	107,2	-694	109,4
Прочие статьи (чистые)	-978,7	-982,3	-559,0	-3,6	100,4	423,3	57

Источник: собственная разработка на основании данных [2]

Таким образом, первым составляющим финансовых ресурсов Национального банка являются чистые иностранные активы. За 2 года чистые иностранные активы увеличились: с 2015 по 2016 гг. произошло увеличение на 46,6 процента, с 2016 по 2017 гг. – на 79,9 процента. Чистые иностранные активы – это разница между требованиями к нерезидентам и обязательствами к нерезидентам.

Следующим составляющим финансовых ресурсов Национального банка являются чистые требования к органам государственного управления. Они подразделяются на 2 звена:

требования к органам государственного управления и обязательства перед органами государственного управления. Чистые требования к органам государственного управления в 2016 году увеличились на 3,3 процента, в 2017 году, по сравнению с 2016 годом, увеличились на 109,5 процента. Требования к другим секторам за 3 года практически не изменились.

Денежная база включает в себя 5 компонентов: наличные деньги в обороте, наличные деньги в кассах банков, обязательные резервы, депозиты банков, депозиты других секторов. Основное увеличение денежной базы Национального банка за 3 года произошло из-за 4-х первых показателей. Депозитов других секторов в 2015 и 2016 годах не было. В 2017 году депозиты других секторов составили уже 1,7 млн. руб.

Ценные бумаги, кроме акций, не включаемые в денежную базу и включаемые в денежную массу в 2016 году снизились на 29,6 процента, но в 2017 году вновь возросли, однако всего на 6,1 процента. Депозиты, не включаемые в денежную базу и денежную массу в 2015 году были равны 1045,5 млн. руб. В 2016 году они увеличились на 17,9 процента, в 2017 году, по сравнению с 2016, – на 14,4 процента. Ценные бумаги, кроме акций, не включаемые в денежную базу и денежную массу в 2016 году увеличились по сравнению с 2015 годом на 57,6 процента, однако в 2017 году снизились на 37,3 процента.

Что касается акций и других видов участия в капитале, то в 2015 году данный показатель был равен -6912,0 млн. руб. В 2016 году они составили -7408,0, а уже в 2017 году – 8102,0 млн. руб. Кроме вышеназванных пассивов и активов, существуют и другие денежные средства, которые составляют финансовые ресурсы Национального банка. Прочие статьи (чистые) в 2015 году были равны -978,7 млн. руб., в 2016 году данный показатель незначительно изменился и стал равен -982,3 млн. руб., в 2017 году его значение равно -559,0 млн. руб.

Таким образом, проведя сравнительный анализ финансовых показателей деятельности Национального банка Республики Беларусь, можно сделать вывод о том, что наблюдается значительный прирост финансовых ресурсов (активы и пассивы), что благотворно влияет на финансовую стабильность и развитие государства, а также на национальную безопасность Республики Беларусь в экономической сфере.

Список литературы

1. Кравцова, Г.И. Деньги, кредит, банки: учебник / Г.И. Кравцова [и др.]; под общ. ред. Г.И. Кравцовой, Г.С. Кузьменко. – Минск: БГЭУ, 2007. – 444 с.

2. Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: https://www.nbrb.by/ – Дата доступа: 25.02.2018.

The structure of financial resources of the National Bank of the Republic of Belarus is analyzed. The sources of formation of assets and liabilities of the National Bank of the Republic of Belarus are investigated. Changes in the amount of financial resources of the National Bank in 2015 - 2017 are analyzed.

Балейко Юлия Федоровна, студентка 3 курса специальности «Финансы и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: baleikoj@mail.ru

Научный руководитель – ***Платоненко Елена Ивановна,*** заведующий кафедрой финансов и бухгалтерского учета факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: platonenko_ei@grsu.by.

УДК 336

Ю. Р. Баранова

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Рассмотрены проблемы ипотечного кредитования в Республике Беларусь. Проанализирован рынок кредитов для финансирования недвижимости. Выявлены пути решения основных проблем ипотечного кредитования. Проанализирована динамика выдачи и задолженности по кредитам, выданным банками физическим лицам на строительство (реконструкцию) и приобретение жилья.

Основная роль ипотечного кредитования в системе рыночных отношений заключается в разрешении противоречия между ожиданиями, задаваемыми стандартами жизни, и планами потребления домашних хозяйств, и их текущими доходами и сбережениями. В этом заключается экономическая сущность ипотеки. Именно дисбаланс между текущими доходами и потребительскими стандартами, возникающий вследствие высокой стоимости такого товара, как жилье, и делает востребованным ипотечное кредитование в хозяйственном обороте.

Как показывает опыт зарубежных стран, ипотечное жилищное кредитование является одним из наиболее надежных и эффективных способов привлечения частных инвестиций в жилищную сферу, а поддержание его развития способствует повышению платежеспособного спроса населения. Более 98% жителей США и порядка 70% жителей ЕС приобретают жилье посредством использования различных моделей ипотечного кредитования. Кроме того, в масштабах государства развитие механизма ипотечного жилищного кредитования позволяет достичь и поддерживать баланс между интересами общества, заключающимися в улучшении жилищных условий, банковской системы и кредиторов, которые заинтересованы в эффективности и прибыльности деятельности, а также интересами государства, выражающимися в динамичной работе строительной отрасли и повышении уровня инвестиций в экономику [2, с. 23].

По мнению экспертов, ипотека в Беларуси может получить развитие, когда процентные ставки по кредитам на недвижимость снизятся до 5%, максимум 10%, а инфляция войдет в резонные, предсказуемые параметры. Что касается банков, то они также не обладают большими ресурсами, чтобы кредитовать по низким процентным ставкам за счет своих средств. Пока же процентные ставки колеблются от 7% до 16,45% (таблица 1). Банки Беларуси предлагают кредиты физическим лицам только в национальной валюте. Максимальный срок кредитования в данном сегменте составляет 25 лет.

Самые привлекательные условия для кредитования недвижимости физических лиц предлагают:

– Беларусбанк – по программам «Ипотека с нами» (процентная ставка в течение первых 36 месяцев – 8 % (ставка рефинансирование (далее СР) – 2,5 п.п.), начиная с 37-го месяца – 10,5 % (СР) сроком до 20 лет) и кредит на строительство и приобретение жилья по системе стройсбережений (процентная ставка 10,5 % (СР) сроком в 20 лет);

– БПС-Сбербанк – в программах «Приобретение жилья «Новоселье со Сбербанком» и «Аркуб-сервис»», «Новоселье со Сбербанком» и «Си-Трейдинг»» и «Приобретение жилья «Новоселье со Сбербанком» и «СКИФ»», где первый год процентная ставка – 7%, со второго года – 12,5% (СР + 2 п.п.) сроком до 20 лет, а также программа «Приобретение жилья «Новоселье со Сбербанком» и «ТРАЙПЛ»» (процентная ставка первый год – 9%, со второго года – 15,5% (СР + 5 п.п.) сроком до 20 лет).

Наиболее отталкивающие программы предлагают Белгазпромбанк («Скоро новоселье» с процентной ставкой 16,45% (СР + 5,95 п.п.) сроком 20 лет), Белинвестбанк («На финансирование недвижимости» с процентной ставкой 15,28% (1,3 ставки овернайт) сроком 10 или 20 лет), а также БелВЭБ («Уласная маёмасць» с процентной ставкой от 14,5% (СР + 4 п.п.) до 16% (СР + 5,5 п.п.) сроком от 1 года до 20 лет) (таблица).

Таблица – Предоставление кредита на недвижимость физическим лицам банками Республики Беларусь

Название программы	Ставка по кредиту	Срок
Наименование банка		
Белагропромбанк		
При рефинансировании кредитов	15,5% (СР + 5 п.п.)	До 15 лет
Кредит на строительство жилого помещения	15,5% (СР + 5 п.п.)	До 20 лет
Беларусбанк		
Кредит на строительство (реконструкцию) жилых помещений с использованием субсидии на его погашение	в течение первых 24 месяцев – 10,5% (СР); начиная с 25-го месяца - 13,5% (СР + 3 п.п.)	20 лет
Кредит на строительство	в течение первых 24 месяцев – 10,5% (СР); начиная с 25-го месяца - 13,5% (СР + 3 п.п.)	20 лет
Белинвестбанк		
Строительство жилой недвижимости	13,5% (СР + 3 п.п.)	20 лет
Банк БелВЭБ		
Дружная будоўля	От 11% до 15,5% (СР + 5 п.п.)	25 лет
Приорбанк		
На строительство и покупку недвижимости	В течение первых 12 месяцев – 10,5% (СР), с 13-ого месяца – 14% (СР + 3,5 п.п.)	5,10 или 15 лет
БПС - Сбербанк		
Приобретение жилья «Новоселье со Сбербанком и «А-100 Девелопмент»»	Первый год – 11%, со второго года – 15,5% (СР + 5 п.п.)	До 20 лет
Приобретение квартир от застройщика УКС г. Могилева	Первый год – 11,5%, со второго года - 16,3% (СР + 5,8 п.п.)	До 20 лет
На рефинансирование «Новоселье со Сбербанком»	От 15,8%	До 20 лет

Источник: собственная разработка автора

По данным бюллетеня банковской статистики в 2015-2017 годах сумма кредитов, выданных банками Республики Беларусь в национальной валюте физическим лицам на строительство (реконструкцию) и приобретение жилья, составила 896,8, 584,5 и 1048,6 млн. рублей соответственно. Задолженность по кредитам, выданным банками Республики Беларусь в национальной валюте физическим лицам на строительство (реконструкцию) и приобретение жилья, в 2015 году составила 5036,0 млн. рублей, в 2016 – 5261,6 млн. рублей и в 2017 году – 5860,3 млн. рублей.

Анализируя динамику выдачи кредитов на строительство и приобретение жилья физических лиц, можно отметить, что в 2016 году, по сравнению с 2015, наблюдался спад

выдачи кредитов на 34,8% (312,3 млн. рублей). Такая динамика объясняется тем, что заработная плата в Беларуси резко упала, рыночные ставки по кредитам на недвижимость стали слишком велики, а объемы льготного кредитования государственными банками жителей Беларуси существенно сократились. Однако в 2017 году появились признаки улучшения ситуации, и наблюдался рост выдачи кредитов на недвижимость в – 79,4% (464,1 млн. рублей). На такую динамику повлияли увеличение доходов населения, снижение процентных ставок банков за кредиты, вследствие уменьшения ставки рефинансирования, а также существенное увеличение объемов льготного кредитования.

Что касается задолженности по кредитам, то на протяжении трех лет она продолжала расти: в 2016, по сравнению с 2015 г. – на 4,5% (225,6 млн. рублей), а в 2017 г., по сравнению с 2016 г. – на 11,4 % (598,7 млн. рублей). На такую динамику могли сказаться следующие факторы: повышение уровня цен, неправильная система управления кредитными рисками в банках и ухудшение материального положения заемщиков, которое, в свою очередь, может быть напрямую связано с ухудшающимися экономическими условиями региона проживания.

Ситуацию с финансированием недвижимости в разрезе регионов Республики Беларусь в национальной и иностранной валютах иллюстрируют рисунки 2 и 3 соответственно.

Наиболее высокая задолженность по кредитам, выданным банками Республики Беларусь физическим лицам на финансирование недвижимости в национальной валюте, наблюдается в городе Минске (2015 г. – 1 460,70 млн. рублей, 2016 г. –1 466,70 млн. рублей, 2017 г. – 1 751,70 млн. рублей). Вторую позицию занимает Брестская область (2015 г. – 879,4 млн. рублей, 2016 – 930,4 млн. рублей, 2017 г. – 1000,70 млн. рублей). Третью позицию занимает Гомельская область (2015 г. – 693,5 млн. рублей, 2016 – 727,8 млн. рублей, 2017 г. – 784,8 млн. рублей) (рисунок 1).

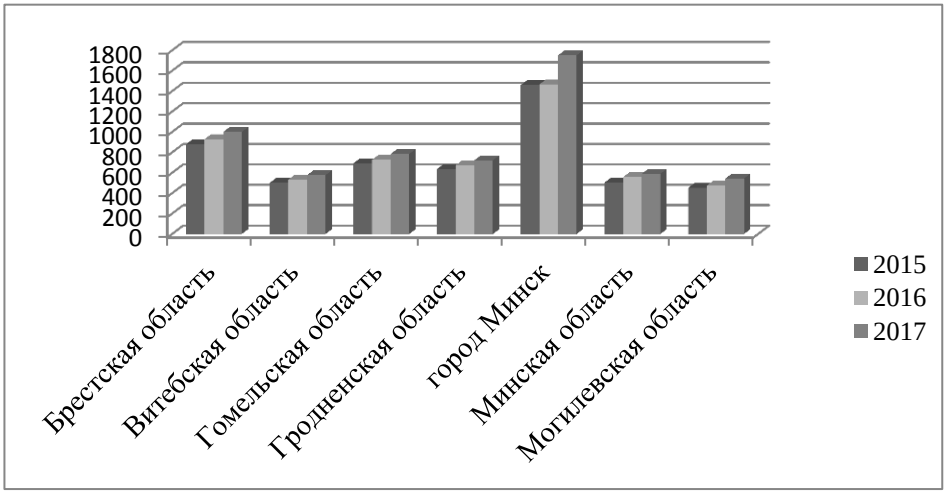


Рисунок 1 – Динамика задолженности по кредитам, выданным банками Республики Беларусь физическим лицам на финансирование недвижимости в национальной валюте, тыс. руб.

Источник: собственная разработка автора на основании данных [4]

Лидирующие позиции по кредиторской задолженности банкам Республики Беларусь физическими лицами на финансирование недвижимости в иностранной валюте занимают город Минск, Брестская и Могилевская области

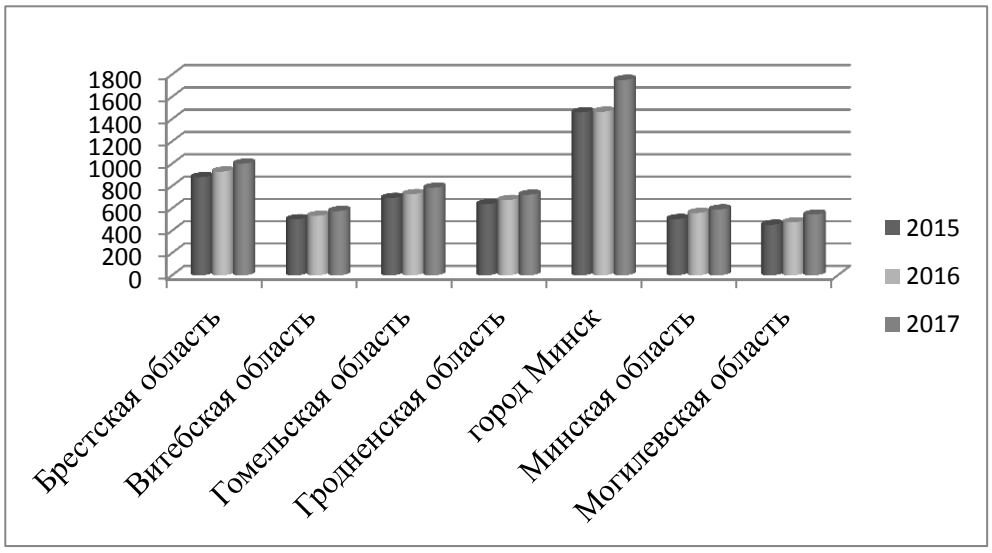


Рисунок 2 – Динамика задолженности по кредитам, выданным банками Республики Беларусь физическим лицам на финансирование недвижимости в иностранной валюте, тыс. руб.

Источник: собственная разработка автора на основании данных [4]

Одной из главных проблем, не позволяющих ипотеке развиваться достаточно быстрыми темпами, также является отсутствие в Беларуси развитого массового среднего класса, что обусловливает необходимость принятия мер по созданию правовых и экономических условий для развития среднего класса страны.

Следует учитывать и перспективу роста льготного кредитования финансирования недвижимости. В текущем году в новой программе правительства будут участвовать только два банка страны – Беларусбанк и Белагропромбанк, которые должны выделить на эти цели 60 млн. BYN и 75 млн. BYN соответственно. Беларусбанк сообщил, что свой первый кредит в рамках данной программы он выдал 19 сентября 2017 года [1].

В Беларуси отсутствует механизм привлечения долгосрочных ресурсов за счет выпуска ипотечных ценных бумаг с целью рефинансирования выданных кредитов. Отсутствие механизма выпуска таких ценных бумаг в значительной степени связано с действующим порядком налогообложения доходов от операций с негосударственными ценными бумагагми. Поэтому, как считают в Нацбанке, на первоначальном этапе необходимо создать благоприятные условия для прихода инвесторов на рынок ипотечного кредитования. Кроме того, ипотечные облигации для населения могут быть альтернативой вложений в валютные операции, доходность которых сейчас снижается. Таким образом, чтобы инвесторам было выгодно вкладывать средства в ипотечные ценные бумаги, в Беларуси необходимо создать соответствующую инфраструктуру и приемлемое налогообложение [5].

На сегодняшний день Беларусбанк, на основании Указа Президента Республики Беларусь от 07.02.2006 №75, а также п.п. 1.1. Указа Президента Республики Беларусь от 06.01.2012 № 13 «О некоторых вопросах предоставления гражданам государственной поддержки при строительстве (реконструкции) или приобретении жилых помещений», предоставляет льготные кредиты по процентным ставкам 3% и от 1% до 20% соответственно сроком до 20 лет, а также кредиты для нуждающихся в улучшении жилищных условий с процентной ставкой в течение первых 24 месяцев – 5,25% (СР – 5,25 п.п.), начиная с 25-го месяца – 8,25% (СР + 3 п.п. – 5,25 п.п.) сроком до 20 лет в безналичной форме в бел. рублях путем открытия кредитной линии.

Наряду с действовавшими схемами льготного кредитования (указы № 13, 346 (строительство жилья на селе), компенсация 50% ставки рефинансирования) заработал новый инструмент – Указ № 240 "О государственной поддержке граждан при строительстве (реконструкции) жилых помещений. Документ вводит новый вид господдержки для нуждающихся в улучшении жилищных условий – государственные адресные субсидии. Они будут предоставляться на уплату части процентов за пользование кредитом на строительство жилья, полученным гражданами в любом коммерческом банке, а многодетным и молодым семьям и детям-сиротам – также на погашение части основного долга по таким кредитам. В 2017 году по Указу № 240 уже изысканы дополнительные ресурсы банков на Br135 млн. В 2018 г. планируется усилить механизм субсидирования граждан – дополнительно будут привлечены порядка Br400 млн. кредитных ресурсов. В проекте бюджета на 2018 год на субсидирование граждан под эти кредиты предусмотрено Br50 млн. При необходимости, с учетом исполнения бюджета, эта сумма может быть увеличена.

Готовность кредитовать нуждающихся по Указу №240 в 2017 году подтвердили Беларусбанк и Белагропромбанк, в 2018 году – Беларусбанк, Белагропромбанк, БПС-Сбербанк, Приорбанк, Белинвестбанк, БелВЭБ. Также БПС-Сбербанк, который в 2017 году стал лидером на рынке финансирования недвижимости физических лиц, открыл в столице крупный Центр ипотечного кредитования – первое в стране отделение, в котором в течение одного дня можно получить жилищный кредит, совершить сделку и зарегистрировать объект недвижимости, приобретенный в Минске и Минском районе [3].

Подводя итог можно сказать, что развитие ипотечного кредитования в Республике Беларусь проходит медленно, но поступательно. В настоящее время в Республике Беларусь существует целый комплекс нормативных правовых актов, регулирующих правоотношения по ипотеке. Создание и развитие ипотечного кредитования в Республике Беларусь поможет не только улучшить жилищные условия граждан, но и увеличить занятость в сфере строительства и других смежных отраслях.

Список литературы

1. Белрынок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.belrynok.by. – Дата доступа: 25.02.2018.
2. Горяева, Е. Определение оптимальной модели ипотечного кредитования в Республике Беларусь в контексте опыта зарубежных стран / Е. Горяева, И. Юзефальчик // Банкаўскі веснік. – 2016. – 10 августа. – С. 23-30.
3. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.pravo.by/. – Дата доступа: 25.02.2018.
4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://belstat.gov.by/. – Дата доступа: 25.02.2018.
5. Недвижимость Белоруссии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.nb.by/. – Дата доступа: 12.03.2018.

Problems of mortgage lending in Republic of Belarus are considered. The market of the credits for financing of the real estate is analyzed. Solutions of the main problems of mortgage lending are revealed. Dynamics of delivery and debt on the credits issued by banks to natural persons on construction (reconstruction) and acquisition of housing is analyzed.

Баранова Юлия Романовна, студентка 3 курса специальности «Финансы и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: yulya.baranova.98@mail.ru .

Научный руководитель – ***Цветкова Марина Анатольевна,*** м.э.н., старший преподаватель кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail:tsvmarina64@mail.ru.

УДК 657.22

Т. Н. Бекиш

ОРГАНИЗАЦИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА БЕЗНАЛИЧНЫХ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ

В статье исследуется порядок организации бухгалтерского учета безналичных денежных средств в Республике Беларусь: на основе анализа положений основных нормативно-правовых актов, регламентирующих вопросы учета безналичных денежных средств, представлены типовые бухгалтерские записи по движению денежных средств организаций на расчетном, валютном и специальных счетах в банках.

В финансовой системе страны расчетно-платежные отношения занимают одно из важнейших мест, так как они являются связующим элементом денежно-кредитной политики государства. Устойчивая и быстродействующая система расчетов и платежей является одним из ключевых звеньев, а также необходимой предпосылкой эффективного функционирования как всего народного хозяйства, так и отдельных хозяйствующих субъектов.

В процессе функционирования организаций возникают хозяйственные связи, оформляемые и закрепляемые контрактами (договорами), согласно которым одна организация выступает поставщиком товарно-материальных ценностей, работ, услуг, а другая – их получателем, а значит, и плательщиком. Кроме того, у организации возникают взаимоотношения с персоналом по оплате труда, с бюджетом по налогам и сборам, внебюджетными фондами и другими организациями и лицами [2, с. 55].

Большая часть расчетов между организациями в процессе их хозяйственной деятельности осуществляется безналичным путем, т.е. перечислением денежных средств со счета плательщика на счет получателя. Посредником в этих расчетах является банк. Каждая организация, имеющая самостоятельный баланс и наделенная собственными средствами, открывает счет в банке для хранения свободных денежных средств и производства расчетов.

Основанием открытия банковского счета является договор банковского счета, до заключения которого владельцем счета в банк предоставляются документы, предусмотренные законодательством и (или) локальным нормативным правовым актом банка.

В соответствии с п. 2.3 Декрета №1 [4] юридические лица, индивидуальные предприниматели для открытия текущих (расчетных) банковских счетов предоставляют в банк следующие документы:

1) заявление на открытие текущего (расчетного) счета;

2) копия (без нотариального засвидетельствования) устава (учредительного договора – для коммерческой организации, действующей только на основании учредительного договора), имеющая штамп, свидетельствующий о проведении государственной регистрации, – для юридического лица;

3) копия (без нотариального засвидетельствования) свидетельства о государственной регистрации – для индивидуального предпринимателя;

4) карточка с образцами подписей должностных лиц юридического лица, индивидуального предпринимателя, имеющих право подписи документов для проведения

расчетов, и оттиска печати [4].

Банковский счет открывается владельцу счета не позднее следующего рабочего дня после заключения договора банковского счета. После открытия банковского счета документы по его открытию помещаются в дела, оформляемые для каждого владельца счета отдельно.

Вопросы движения документального оформления и учета денежных средств на расчетном счете в Республике Беларусь регулируются: Гражданским кодексом Республики Беларусь [3]; Банковским кодексом Республики Беларусь [1]; Указами Президента Республики Беларусь «О порядке расчетов между юридическими лицами» [14], «О порядке проведения и контроля внешнеторговых операций» [13]; Инструкцией «О банковском переводе» [9].

С расчетного счета банк выплачивает обязательства, расходы и поручения организации, проводимые в порядке безналичных расчетов, а также выдает средства на оплату труда и текущие хозяйственные нужды. Операции по зачислению на расчетный счет или списанию с него денежных средств банк производит на основании письменных распоряжений владельцев счета (денежный чек, платежное поручение, объявление на взнос наличными) или с их согласия (оплата платежных требований поставщиков и подрядчиков). Исключение составляют платежи, осуществляемые в бесспорном порядке (без согласия плательщика) по решению государственного арбитража, финансовых и налоговых органов.

Бесспорный порядок списания средств с расчетного счета плательщика производится также на основании требования поставщика. Такое требование может выставляться за газ, воду, услуги водоканала, почтово-телеграфные расходы и т.п.

Обо всех операциях, произведенных по счету, банк извещает организацию выписками с расчетного счета с приложением первичных документов по поступлению и списанию денежных средств. В выписке указывается ее дата и дата предыдущей выписки, номер расчетного счета, остаток денежных средств на начало дня, обороты по дебету и кредиту и др. Выписка заменяет собой регистр аналитического учета по расчетному счету и одновременно служит основанием для записей в регистры бухгалтерского учета [6, с. 367].

Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 29.06.2011 №50 (с изм. и доп.) [7] установлен типовой план счетов бухгалтерского учета и утверждена Инструкция о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета. Счета раздела V «Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения» типового плана счетов предназначены для обобщения информации о наличии и движении денежных средств в белорусских рублях и иностранных валютах, находящихся в кассе, на расчетных, валютных и других счетах, открытых в банках на территории Республики Беларусь и за ее пределами, а также краткосрочных финансовых вложений [7].

В организации учет наличия и движения денег на расчетном счете по данным выписок банка ведется на активном синтетическом счете 51 «Расчетные счета». Аналитический учет по счету 51 «Расчетные счета» ведется по каждому расчетному счету. По дебету счета 51 отражается поступление денежных средств на расчетный счет организации. По кредиту счета

51 отражается списание денежных средств с расчетного счета организации. Типовые бухгалтерские записи по счету 51 «Расчетные счета» представлены в таблице 1. Сальдо счета характеризует наличие свободных денежных средств на расчетном счете. Суммы, ошибочно поступившие на расчетные счета или списанные с расчетных счетов организации, отражаются на счете 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» (субсчет 76-3

«Расчеты по претензиям»). Корреспонденция счета с другими счетами представлена согласно приложению 31 к Инструкции о порядке применения типового плана счетов [7].

Таблица 1 – Типовые бухгалтерские записи по счету 51 «Расчетные счета»

Наименование операции	Дебет	Кредит
Зачислены наличные деньги, сданные из кассы организации	51	50
Зачислена на расчетный счет выручка, сданная инкассатору	51	57
Поступил на расчетный счет полученный краткосрочный (долгосрочный) кредит банка	51	66,67
Перечислены белорусские рубли на покупку иностранной валюты	57	51
Выданы работникам деньги на различные цели в виде займа	73	51
Оплачены проценты за пользование кредитами банков	91	51

Источник: [5, с. 20-23]

Наряду с расчетным счетом организации могут хранить денежные средства на валютных и специальных счетах.

Для обобщения информации о наличии и движении денежных средств в иностранных валютах на валютных счетах в банках на территории республики и за рубежом предназначен активный счет 52 «Валютные счета». Вопросы движения, документального оформления и учета денежных средств на валютных счетах в Республике Беларусь регулируются: Правилами проведения валютных операций [11]; Указом Президента Республики Беларусь «Об обязательной продаже иностранной валюты» [12]; Постановлением Национального банка «О некоторых вопросах валютного регулирования и валютного контроля» [8].

Для открытия валютного счета в банк необходимо предоставить такие же документы, как и при открытии расчетного счета. Учет средств на валютных счетах ведется в иностранной валюте и национальной валюте (рублях) Республики Беларусь по курсу Национального банка Республики Беларусь. В балансе организации отражается рублевый эквивалент иностранной валюты по курсу Национального банка Республики Беларусь на момент составления бухгалтерской отчетности [6, с. 369].

Для осуществления безналичных операций по валютному счету используются те же денежно-расчетные документы, что и при перечислениях с расчетного счета (платежное поручение, платежное требование, расчетный чек). Как и по расчетному счету, учреждениями банков выдаются выписки организациям из открытых у них валютных счетов в иностранной валюте и в рублевом эквиваленте по официальному курсу Национального банка Республики Беларусь на дату совершения операции.

Организации могут использовать валюту, находящуюся на текущем счете, для осуществления перевода в оплату стоимости товаров, работ, услуг, снятия наличной иностранной валюты под отчет на расходы, связанные со служебными командировками, и на другие цели.

Аналитический учет по счету 52 «Валютные счета» ведется по каждому валютному счету. По дебету счета 52 отражается поступление денежных средств на валютные счета организации, а по кредиту – их списание. Типовые бухгалтерские записи по счету 52 «Валютные счета» представлены в таблице 2. Сальдо указанного счета характеризует наличие свободных средств в иностранной валюте. Суммы, ошибочно зачисленные или списанные с валютных счетов организации, отражаются на счете 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» (субсчет 76-3 «Расчеты по претензиям»). Корреспонденция счета 52 «Валютные счета» с другими счетами представлена согласно приложению 32 к Инструкции о порядке применения типового плана счетов [7].

Таблица 2 – Типовые бухгалтерские записи по счету 52 «Валютные счета»

Наименование операции	Дебет	Кредит
Внесены наличные денежные средства на валютные счета организации	52	50
Поступил на валютный счет организации полученный краткосрочный кредит банка	52	66
Получены денежные средства в качестве дивидендов	52	76
Выкуплены акции у акционеров	81	52
Погашена задолженность перед поставщиками и подрядчиками	60	52

Источник: [5, с. 32-35]

Кроме расчетного и валютного счетов, организации могут иметь денежные средства на специальных счетах в банках. Счет 55 «Специальные счета в банках» предназначен для обобщения информации о наличии и движении денежных средств в белорусских рублях и иностранных валютах, находящихся на специальных средствах в банках, а также наличии и движении драгоценных металлов и (или) драгоценных камней на счетах в банках. Учет по счету 55 «Специальные счета в банках» осуществляется в соответствии с Инструкцией «О порядке совершения банковских документальных операций» [10], а также в соответствии с Банковским кодексом РБ [1].

К счету 55 «Специальные счета в банках» могут быть открыты субсчета:

1) 55/1 «Депозитные счета» (учитываются наличие и движение денежных средств, размещенных в банковские вклады (депозиты));

2) 55/2 «Счета в драгоценных металлах» (учитываются наличие и движение драгоценных металлов и (или) драгоценных камней на счетах в банках);

3) 55/3 «Специальный счет денежных средств целевого назначения» (учитываются наличие и движение денежных средств целевого назначения на специальных счетах в банках).

Аналитический учет по счету 55 «Специальные счета в банках» ведется по субсчетам: 55/1 «Депозитные счета» □ по каждому вкладу; 55/2 «Счета в драгоценных металлах»□ по каждому счету; 55/3 «Специальный счет денежных средств целевого назначения»□ по источникам финансирования.

По дебету этого счета учитывается остаток денежных средств на специальных счетах в банке и их поступление, а по кредиту □ списание (расходование). Типовые бухгалтерские записи по счету 55 «Специальные счета в банках» представлены в таблице 3. Корреспонденция счета 55 «Специальные счета в банках» с другими счетами представлена согласно приложению 33 к Инструкции о порядке применения типового плана счетов [7].

Таблица 3 – Типовые бухгалтерские записи по счету 55 «Специальные счета в банках»

Наименование операции	Дебет	Кредит
Отражено размещение денежных средств организации на депозите (в иностранной валюте)	55	52
Внесены наличные денежные средства на специальные счета организации	55	50
За счет собственных средств предприятия выставлен аккредитив	55	51
Поступили остатки средств по аккредитивам	51	55
Отражено безвозмездное перечисление денежных средств со специального счета	90	55

Источник: [5, с. 43-46]

В заключение следует отметить, что в процессе осуществления своей деятельности любая организация проводит как наличные, так и безналичные расчеты в национальной и иностранной валюте, при этом преимущественная часть расчетов между организациями происходит именно в безналичном порядке. Так, в частности, безналичные расчеты являются основным способом расчетов между юридическими и физическими лицами, бюджетом, кредитными организациями и т.п.

Полагаем, что представленная методика организации бухгалтерского учета безналичных расчетов позволит белорусским субъектам хозяйствования объективно и достоверно отражать наличие и движение денежных средств организации на расчетных, валютных и специальных счетах.

Список литературы

1. Банковский кодекс Республики Беларусь от 25.10.2000 №441-З (с изм. и доп.).
2. Ладутько, Н.И. 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. – 807 с.
3. Декрет Президента Республики Беларусь от 16.01.2009 №1(с изм. и доп.) О государственной регистрации и ликвидации (прекращении деятельности) субъектов хозяйствования.
4. Закревский, Д.М. Типовой план счетов в проводках: раздел V «Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения» / Д.М. Закревский. – Минск: Регистр, 2013. – 64 с.
5. Левкович, О.А. Бухгалтерский учет: учеб. пособие / О.А. Левкович, И.Н. Тарасевич.- 8-е изд., перераб. и доп. – Минск: Амалфея, 2012. – 648 с.
7. Постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 29.06.2011 №50 (с изм. и доп.) Об установлении типового плана счетов бухгалтерского учета, утверждении инструкции о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета.
8. Постановление Правления Национального банка Республики Беларусь от 28.12.2017 №538 О некоторых вопросах валютного регулирования и валютного контроля.
9. Постановление Правления Национального банка Республики Беларусь от 29.03.2001 №66 (с изм. и доп.) Об утверждении Инструкции о банковском переводе.
10. Постановление Правления Национального банка Республики Беларусь от 29.03.2001 №67 (с изм. и доп.) Об утверждении инструкции о порядке совершения банковских документальных операций.
11. Постановление Правления Национального банка Республики Беларусь от 30.04.2004 №72 (с изм. и доп.) Об утверждении Правил проведения валютных операций.
12. Указ Президента Республики Беларусь от 17.07.2006 №452 (с изм. и доп.) Об обязательной продаже иностранной валюты».
13. Указ Президента Республики Беларусь от 27.03.2008 №178 (с изм. и доп.) О порядке проведения и контроле внешнеторговых операций.
14. Указ Президента Республики Беларусь от 29.06.2000 №359 (с изм. и доп.) Об утверждении порядка расчетов между юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями в Республике Беларусь.

The article examines the procedure for the organization of accounting of non-cash funds in the Republic of Belarus: based on an analysis of the provisions of the main regulatory legal acts regulating the accounting for non-cash funds, standard accounting entries for the movement of funds of organizations on settlement, currency and special accounts in banks.

Бекиш Татьяна Николаевна, студентка 3 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: bekishta@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. E-mail: tarasova_ls@grsu.by.

УДК 657.6

Д. Т. Буртебаева, Э. Карабаев

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АУДИТ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БЮДЖЕТНЫХ СРЕДСТВ

Изучение зарубежного опыта использования аудита эффективности как инструмента контроля свидетельствует о его эффективности. В Казахстане были намечены положительные сдвиги в его использовании и развитии, но сегодня продолжают существовать некоторые проблемы развития аудита эффективности в Казахстане.

Аудит эффективности государственных расходов должен быть конструктивным. При анализе результатов проверок с использованием аудита эффективности не следует концентрироваться только на критических замечаниях. Наиболее важными частями аудита эффективности государственных расходов являются не только выводы по результатам проверок, но и рекомендации по повышению эффективности использования государственных средств.

Как известно, в Республике Казахстан развитие аудита эффективности использования бюджетных средств в настоящее время – это следствие последовательного процесса развития финансово-бюджетной системы, которое постепенно становится важным фактором реформирования системы внешнего и внутреннего финансового контроля в направлении усиления акцента на оценку эффективности использования средств бюджета.

Таким образом, цель аудита эффективности использования бюджетных средств заключается не только в обосновании правильности расходования средств бюджета, а заключается в анализе, оценке и мониторинге эффективности осуществления расходов бюджета на основе имеющихся отчетных данных программного бюджета [1, с.41].

Сущность принципа эффективности использования бюджетных средств, обычно излагаемая в Бюджетных Кодексах государства, означает, что при составлении и исполнении бюджетов исполнительные органы и бюджетополучатели должны исходить из необходимости достижения заданных результатов с использованием наименьшего объема средств или достижения наилучшего результата [2].

Мировой опыт свидетельствует, что аудит эффективности оказывает существенное влияние на качество принятия и исполнения органами исполнительной власти решений, касающихся бюджетно-финансовой сферы, а также способствует повышению ответственности, прозрачности и подотчетности в их деятельности. Проблемы эффективности расходования государственных средств и осуществления внешнего государственного финансового контроля деятельности исполнительной власти по их эффективному использованию весьма актуальны и для Казахстана.

Аудит эффективности использования бюджетных средств широко применяется в государственном финансовом контроле зарубежных стран в течение последних десятилетий. Мировой опыт свидетельствует, что применение аудита эффективности оказывает существенное влияние на качество принятия и исполнения органами исполнительной власти решений в сфере управления государственными финансами, а также способствует повышению ответственности, прозрачности и подотчетности в их деятельности [3].

При этом, следует подчеркнуть, что аудит эффективности, возникнув в зарубежных странах как результат закономерного процесса развития финансовой системы государства, в свою очередь, явился фактором, способствующим ее реформированию в целях повышения эффективности управления государственными финансами. Посредством аудита

эффективности осуществляется внешний государственный контроль управления финансовыми ресурсами государства, цель которого – давать независимую и объективную оценку эффективности использования государственных средств, направленных на достижение поставленных социально-экономических задач.

Аудит эффективности в государственном финансовом контроле зарубежных стран применяется в различных моделях, которые отличаются, главным образом, постановкой конкретных задач его проведения и акцентами на тех или иных аспектах определения эффективности бюджетных расходов.

В Швеции применяется «системно ориентированный аудит эффективности», который нацелен на определение результативности выполнения агентствами установленных функций и полученного эффекта в сфере их деятельности, а также программ, осуществляемых различными государственными организациями.

В Нидерландах, как и в ряде других стран с организацией бюджетного процесса, ориентированного на результат, задача аудита эффективности заключается, главным образом, в оценке уровня эффективности управленческой деятельности министерств и ведомств, направленной на достижение запланированного конечного результата.

В США при проведении аудита эффективности государственных целевых программ главное внимание уделяется оценкам их результативности, а при проведении проверки деятельности государственной организации акценты смещаются в сторону определения, насколько экономично и рационально она приобретает, сохраняет и использует свои ресурсы.

Между тем, исследование различных моделей аудита эффективности показало, что в настоящее время в большинстве развитых стран приоритетным в определении эффективности бюджетных расходов становится оценка их социальной результативности, то есть, определение того, насколько результаты использования бюджетных средств отвечают общественным потребностям.

В рамках внедрения бюджетирования, ориентированного на результат, в Казахстане проводится постепенное планомерное реформирование бюджетной системы, направленной на повышение результативности бюджетных расходов, оптимизацию управления бюджетными средствами на всех уровнях бюджетной системы, создание условий для максимально эффективного управления государственными финансами, ориентации их на достижение общественных приоритетов, как свидетельствует мировой опыт. Одновременно внедрено среднесрочное бюджетное планирование, обеспечивающее увязку бюджета с основными направлениями государственной социально-экономической политики.

Как видно из рисунка, благодаря относительно высокой цене нефти и других минералов, доходы страны и бюджета имели тенденцию роста [4].

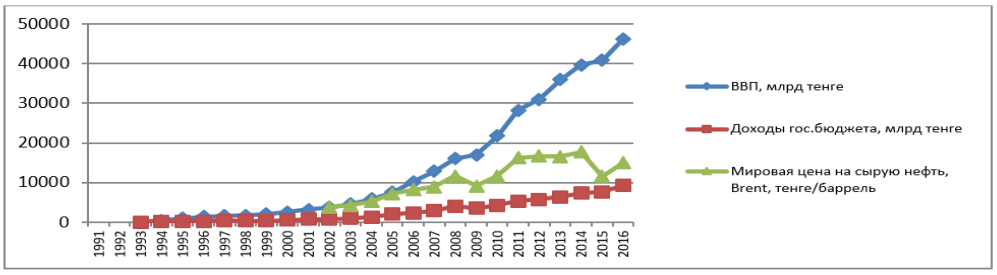


Рисунок – ВВП и доходы государственного бюджета Республики Казахстан

Источник: собственная разработка автора

Современная экономическая политика Республики Казахстан ориентирована на развитие регионов, увеличение доли обрабатывающей отрасли в ВВП, развитие

агропромышленного комплекса и духовное развитие общества, что осуществляется посредством реализации государственных и правительственных программ.

Предварительный анализ этих программ показывает, что для финансирования реализации задач в рамках этих программ требуется более 18,2 трлн тенге (таблица).

Таблица – Государственные и правительственные программы

№	Наименование	Государственный орган, ответственный за разработку	Срок реализации	Финансирование, млрд тенге
	ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ПРОГРАММЫ			**14 426,0**
1	программа развития агропромышленного комплекса	Министерство сельского хозяйства Республики Казахстан	2017-2021	2 374,2
2	программа индустриально-инновационного развития	Министерство по инвестициям и развитию Республики Казахстан	2015 - 2019	878,3
3	программа "Информационный Казахстан - 2020"	Министерство по инвестициям и развитию Республики Казахстан	2013 - 2019	будет уточняться
4	программа по противодействию религиозному экстремизму и терроризму	Генеральная прокуратура Республики Казахстан	2013 - 2017	103,2
5	программа развития здравоохранения "Денсаулық"	Министерство здравоохранения и социального развития Республики Казахстан	2016 - 2019	1 969,7
6	программа развития образования и науки	Министерство образования и науки Республики Казахстан	2016 - 2019	1 405,4
7	программа развития и функционирования языков	Министерство культуры и спорта Республики Казахстан	2011 - 2019	19,1
8	программа инфраструктурного развития "Нұрлы жол"	Министерство национальной экономики Республики Казахстан	2015-2019	7 676,1
	ПРАВИТЕЛЬСТЕННЫЕ ПРОГРАММЫ			**3 796,0**
1	программа по развитию сферы услуг	Министерство национальной экономики Республики Казахстан	2015 – 2019	за счет респ. бюджета, а также за счет частных средств
2	программа развития регионов	Министерство национальной экономики Республики Казахстан	2015 – 2019	1 762,5
3	Единая программа поддержки и развития бизнеса "Дорожная карта бизнеса 2020"	Министерство национальной экономики Республики Казахстан	2015 – 2019	275,8
4	программа жилищного строительства "Нұрлы жер"	Министерство по инвестициям и развитию Республики Казахстан	2017 – 2021	1 499,3

Продолжение таблицы 1

5	программа развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017 – 2021 годы	Министерство труда и социальной защиты населения Республики Казахстан	2017 – 2021	258,3
6	программа по привлечению инвестиций "Национальная инвестиционная стратегия"	Министерство по инвестициям и развитию Республики Казахстан	2018 – 2022	За счет и в пределах средств в соот. с бюдж. зак-ом
7	Программа "Национальная экспортная стратегия"	Министерство национальной экономики Республики Казахстан	2018 – 2022	не требуются
Примечание: Составлено по данным Счетного комитета по контролю за исполнением республиканского бюджета [5]				

Источник: собственная разработка автора

Изучение зарубежного опыта использования аудита эффективности, как инструмента контроля, свидетельствует о его эффективности. В Казахстане были намечены положительные тенденции в его использовании и развитии, но сегодня продолжают существовать некоторые проблемы развития аудита эффективности в Казахстане, к которым относятся:

1. Недостаточная методическая база. Существующая методика аудита эффективности использования государственных средств Счетного комитета РК, имеет типовой вид и представляет подходы к проведению аудита эффективности, а не универсальные правила и процедуры, применимые ко всем конкретным задачам и объектам аудита эффективности.

Изменение среды функционирования экономических субъектов различных организационно-правовых форм собственности, использование в их деятельности частной, государственной и муниципальной собственности, современных принципов и организации управления приводит к развитию новых форм взаимоотношений между субъектами. При этом, каждый субъект, стремясь к достижению своей цели, должен решать определенные задачи. Конечная цель большинства коммерческих организаций понятна – это получение прибыли и увеличение стоимости субъекта. На различных этапах индикаторы их деятельности могут отличаться, они определяются владельцем и руководителем. Намного сложнее обстоят дела у экономических субъектов, получающих финансовые средства из различных уровней бюджетов. Их цели определяются профилем, задачи строго оговорены в Законе, а вот возможности во многом зависят от организационно-правовой формы. Соответственно, возникает много вопросов по определению индикаторов их деятельности. Конечно, проводимые реформы бюджетной сферы призваны провести переориентацию работы экономических субъектов на результат. Но различные задачи предполагают и различные результаты, поэтому четко определить и рассчитать единый критерий конечного результа так невозможно. Все это свидетельствует о сложности объективной оценки результатов работы таких субъектов, а, следовательно, возникают проблемы определения эффективности.

2. Дефицит квалифицированных кадров.

3. Разноплановость задач контрольно-счетных органов в условиях ограниченных ресурсов. Важными задачами аудита эффективности, в отличие от традиционного контроля, является: вскрытие и ликвидация возможных источников потери ресурсов; оценка способов получения промежуточных результатов.

При этом важно оценить, что организация делает и как она это делает. Особое значение должно придаваться определению условий и причинно-следственных связей, на основе которых можно сделать вывод о воздействии программы на достижение заявленных или предполагаемых целей.

Исходя из рассмотренных проблем, необходимо осуществлять подготовку и переподготовку кадров, привлекать узких специалистов и экспертов. Проведение аудита эффективности требует значительно больших по объему процедур, затрат времени и ресурсов, поэтому он является гораздо более сложным контрольным мероприятием. Следовательно, необходимо формировать научно-обоснованную методическую базу, учитывающую специфические отличия данного аудита от ревизии и аудита финансовой отчетности.

Таким образом, проведенные исследования показали, что аудит эффективности получил развитие в различных зарубежных странах. И хотя предусмотрены нормативные документы, регулирующие общие положения аудита эффективности, в каждой стране имеются особенности его проведения, которые обусловлены историческими и национальными отличиями, различаются и органы финансового контроля, которые его осуществляют.

Для Казахстана аудит эффективности является новым инструментом, он охватывает множество вопросов, имеющих большое значение для общества, особенно в условиях формирования новых подходов к государственному финансовому менеджменту. Его преимуществом является необходимость разработки рекомендаций и предложений по устранению причин нерационального использования государственных средств. Выявленные проблемы практической реализации аудита эффективности в Казахстане позволили наметить пути их устранения: подготовка более квалифицированных кадров, привлечение экспертов; разработка комплекса методического обеспечения организации и проведения аудита эффективности, учитывающего его отличительные характеристики. Данный инструмент контроля должен более активно развиваться, так как он призван защитить не только интересы государства, но и всего общества.

Список литературы

1. Зейнельгабдин, А. Теоретические и практические вопросы внедрения государственного аудита в республике / А. Зейнельгабдин // Аудит. Специальный выпуск. – 2015. – С. 39-41.

2. Лимская декларация руководящих принципов контроля. 1977 г. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.srd.ru/documents/schpal/limdecl.pdf. Дата доступа: 18.02.2018.

3. Лимская декларация руководящих принципов контроля. 1977 г. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.srd.ru/documents/schpal/limdecl.pdf. Дата доступа: 18.02.2018.

4. Официальный сайт Министерства национальной экономики РК // Режим доступа: economy.gov.kz/ru. Дата доступа: 18.02.2018.

5. Официальный сайт Счетного комитета по контролю за исполнением республиканского бюджета // Режим доступа: esep.kz/rus. Дата доступа: 18.02.2018.

Буртебаева Динара Тлагатовна, магистрант 1 курса факультета экономики Евразийского национального университета им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан. E-mail: dingr@bk.ru.

Карабаев Эльдар Булатович, магистрант 1 курса факультета экономики Евразийского национального университета им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан. E-mail: dingr@bk.ru.

Научный руководитель – ***Шахарова Алия Еркимбаевна***, кандидат экономических наук, доцент, доцент факультета экономики Евразийского национального университета им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан. E-mail: alia_e@enu.kz

УДК 338.5

Е. С. Бышкало

УПРАВЛЕНИЕ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ КАК ВАЖНЕЙШИЙ ЭЛЕМЕНТ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

В работе исследована проблема управления потоками денежных средств организации, проанализированы основные классификационные признаки денежных потоков, представлена экономически обоснованная классификация денежных потоков организации.

Управление потоками денежных средств имеет важное значение для комплексной оценке результативности организации. Поэтому, полноценное управление потоками денежных средств возможно только в разрезе всей системы функционирования организации. Системой управления денежными потоками организации является комплекс методов, инструментов и специфических приемов, которые со стороны финансовой службы организации целенаправленно и непрерывно воздействуют на движение денежных средств в целях достижения желаемого результата.

Действительно, рациональное формирование денежных потоков способствует ритмичности операционного цикла организации и обеспечивает рост объемов производства и реализации продукции. При этом, любое нарушение платежной дисциплины отрицательно сказывается на формировании производственных запасов сырья и материалов, уровне производительности труда, реализации готовой продукции, положении организации на рынке и т.п. Даже у организаций, успешно работающих на рынке и генерирующих достаточную сумму прибыли, неплатежеспособность может возникать как следствие несбалансированности различных видов денежных потоков во времени.

С другой стороны, управление денежными потоками является важным фактором ускорения оборота капитала организации. Это происходит за счет сокращения продолжительности операционного цикла, более экономного использования собственных и уменьшения потребности в заемных источниках денежных средств. Следовательно, эффективность работы организации полностью зависит от организации системы управления денежными потоками. Данная система создается для обеспечения выполнения краткосрочных и стратегических планов организации, сохранения платежеспособности и финансовой устойчивости, более рационального использования его активов и источников финансирования, а также минимизации затрат на финансирование хозяйственной деятельности.

Важнейшим критерием оценки деятельности организации является способность генерировать денежные средства для осуществления расширенного воспроизводства и обеспечения реализации социально-экономической политики государства. Поскольку денежные средства выступают как наиболее ликвидный ресурс, важной задачей является внедрение в организациях научно обоснованной практической методики эффективного управления денежными потоками.

Вопросам классификации денежных потоков большое внимание в последнее время уделено в научных трудах И. А. Бланка, Н.Н. Хахоновой, Е. М Сорокиной, В. В. Бочарова и других ученых. Наиболее полная классификация денежных потоков предложена И.А. Бланком, который выделил наибольшее количество их классификационных признаков [2, с. 230-232].

Следует отметить, что большое количество классификационных признаков, как и их недостаточное количество, затрудняет процесс познания и вызывает непонимание со стороны пользователей информации и лиц, участвующих в ее подготовке и обработке.

На практике иногда бывает трудно определить природу возникновения того или иного денежного потока, а также оценить его вклад в процесс формирования финансового результата, платежеспособности организации. В связи с этим, для обеспечения эффективного управления денежными потоками необходима экономически обоснованная их классификация [3, с. 19].

Анализ подходов ученых по вопросу классификации денежных потоков позволил выделить следующие их классификационные признаки:

Во-первых, в качестве основного признака классификации денежных потоков в экономической литературе признается *вид деятельности*. В основу этого классификационного признака положены особенности формирования денежных потоков, позволяющие детализировать показатели, содержащиеся в «Отчете о движении денежных средств». Выделяют три классификационные группы: денежные потоки по текущей, инвестиционной и финансовой деятельности.

– текущая деятельность – основная приносящая доход деятельность организации и прочая деятельность, не относящаяся к финансовой и инвестиционной деятельности;

– инвестиционная деятельность – деятельность организации по приобретению и созданию, реализации и прочему выбытию основных средств, нематериальных активов, доходных вложений в материальные активы, вложений в долгосрочные активы, оборудования к установке, строительных материалов у заказчика, застройщика, осуществлению (предоставлению) и реализации (погашению) финансовых вложений, если указанная деятельность не относится к текущей деятельности согласно учетной политике организации;

– финансовая деятельность – деятельность организации, приводящая к изменениям величины и состава внесенного собственного капитала, обязательств по кредитам, займам и иных аналогичных обязательств, если указанная деятельность не относится к текущей деятельности согласно учетной политике организации [4].

Во-вторых, для эффективного управления денежными потоками необходима информация *о масштабах* обслуживания хозяйственного процесса, которая давала бы возможность оценить вклад отдельных структурных подразделений в их формирование. По данному классификационному признаку традиционно выделяют три вида денежных потоков:

– денежный поток по организации в целом, характеризующий совокупность всех денежных потоков, обслуживающих хозяйственный процесс всего субъекта хозяйствования;

– денежный поток по отдельным структурным подразделениям организации, являющимися самостоятельными объектами управления в системе организационно-хозяйственного построения организации, и позволяющий детализировать вклад каждого центра ответственности в формирование совокупного денежного потока;

– денежный поток по отдельным хозяйственным операциям, являющимися в системе хозяйственного процесса организации первичными объектами самостоятельного управления [5, с. 97].

В-третьих, в качестве признака классификации денежных потоков выделяют «*метод исчисления объема»*.

Так, для целей управления процессом воспроизводства представляется целесообразным выделение такого признака, как метод исчисления объема денежных потоков, что позволит принимать обоснованные управленческие решения по сбалансированию во времени денежных поступлений и выплат и поддержанию оптимального остатка денежных средств в организации. По данному признаку выделяют валовой денежный поток, характеризующий

всю совокупность поступлений и выплат денежных средств в рассматриваемом периоде, и чистый денежный поток, характеризующий разницу между положительным и отрицательным денежными потоками. Чистый денежный поток является важнейшим результатом финансовой деятельности организации, во многом определяющим финансовое равновесие и темпы возрастания его рыночной стоимости. Расчет чистого денежного потока по предприятию в целом, отдельным структурным его подразделениям, различным видам хозяйственной деятельности или отдельным хозяйственным операциям осуществляется по формуле (1):

$$ЧДП = ПДП – ОДП, \quad (1)$$

где ЧДП – сумма чистого денежного потока в рассматриваемом периоде времени;

ПДП – сумма положительного денежного потока (поступлений денежных средств) в рассматриваемом периоде времени;

ОДП – сумма отрицательного денежного потока (расходования денежных средств) в рассматриваемом периоде времени [2, с. 397].

В-четвертых, для принятия своевременных управленческих решений необходимо иметь информацию об *уровне достаточности объема* денежного потока. По данному классификационному признаку выделяют избыточный денежный поток, который имеет место при существенном превышении поступления денежных средств над реальной потребностью организации в целенаправленном их расходовании, и дефицитный денежный поток возникает тогда, когда поступления денежных средств существенно ниже реальных потребностей организации в целенаправленном их расходовании.

Денежные потоки, которые связаны в основном с осуществлением инвестиционного проектирования, сопряжены с обесцениванием денежных средств во времени. Данное положение необходимо учитывать при принятии управленческих решений относительно приемлемости того или иного варианта инвестиционного проекта. Поэтому, важным классификационным признаком является метод оценки во времени, согласно которому выделяют настоящий (дисконтированный) и будущий денежные потоки. Первый представляет сопоставимую величину, приведенную с помощью дисконтирования к текущему моменту времени, а второй характеризует денежные поступления, которые получит организация в будущем без учета временных изменений стоимости денег.

В-пятых, в целях усиления контроля за обоснованностью движения денежных средств, денежные потоки *по сегментам деятельности* организации делятся на:

- денежный поток производственного сегмента, представляющий собой движение денежных средств в границах осуществления производственно-коммерческой деятельности с целью развития производства и материальной базы;
- денежный поток социального сегмента, характеризующийся движением денежных средств по осуществлению социально-общественных мероприятий.

В-шестых, управление денежными потоками необходимо на каждом этапе работы организации, поэтому, большое значение имеет информация об источниках поступления денежных средств и направлениях их выбытия. *По направленности движения* денежных потоков, относительно юридических и организационных границ субъекта хозяйствования их подразделяют на входящий и исходящий денежные потоки. В экономической литературе такие виды денежных потоков называются также положительными и отрицательными денежными потоками.

Положительный (входящий) поток денежных средств характеризует совокупность поступлений денежных средств на счета и в кассу предприятия от всех видов хозяйственной деятельности (аналогом этого понятия является «приток денежных средств»). Приток

денежных средств осуществляется за счет поступления выручки от реализации продукции, авансов от покупателей, увеличения уставного капитала, размещения облигационных займов, получения кредитов и займов, возврата займов от должников и др.

В свою очередь, отрицательный (исходящий) денежный поток (или «отток денежных средств), характеризует совокупность выплат предприятиям. Отток денежных средств возникает вследствие покрытия операционных затрат, инвестиционных расходов, платежей в бюджет и внебюджетные фонды, выплат дивидендов, погашения кредитов и займов, уплаты процентов и др. [1, с. 102].

В-седьмых, денежные потоки, которые связаны в основном с осуществлением инвестиционного проектирования, сопряжены с обесцениванием денежных средств во времени. Данное положение необходимо учитывать при принятии управленческих решений относительно приемлемости того или иного варианта инвестиционного проекта. Поэтому, важным классификационным признаком является *метод оценки во времени*, согласно которому выделяют настоящий (дисконтированный) и будущий денежные потоки. Первый представляет собой сопоставимую величину, приведенную с помощью дисконтирования к текущему моменту времени, а второй характеризует денежные поступления, которые получит организация в будущем без учета временных изменений стоимости денег [3, с. 18-21].

В-восьмых, Сорокиной Е.М. предлагается внести необходимое подразделение денежных потоков по предсказуемости совершения – на ожидаемый (при наличии достаточной степени уверенности в получении или необходимости выплаты определенной суммы денежных средств в строго определенный момент времени) и неожидаемый (движение денежных средств с высокой степенью неопределенности) денежные потоки.

В-девятых, в практической деятельности формирование денежного потока не всегда является следствием принимаемых управленческих решений. Поэтому, нами предлагается дополнить группировку денежных потоков таким классификационным признаком, как степень регулируемости и выделить:

– регулируемый денежный поток, который формируется под воздействием принимаемых управленческих решений;

– нерегулируемый (стихийный) денежный поток, который возникает вне зависимости от принимаемых управленческих решений (порча и недостача материальных ценностей, ошибочно списанные или зачисленные на банковский счет суммы и т п.).

Полагаем, что приведенная классификация денежных потоков позволит сформировать полную, достоверную и релевантную информационную базу, отображающую процесс поступления и использования денежных средств и необходимую для принятия обоснованных управленческих решений.

Список литературы

1. Баканов, М.И. Теория экономического анализа: учебник.4-е изд., доп. и перераб. / М.И. Баканов. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 704 с.

2. Бланк, И.А. Финансовый менеджмент: учеб. курс. / И.А. Бланк. – Киев: Ника-Центр Эльга, 2014. – 528 с.

3. Герцева, Т.Ф. Методика анализа и оценка денежных потоков производственного предприятия / Т.Ф. Герцева // Бухгалтерский учет и анализ. – 2006. – № 11 – С. 17-23.

3. Герцева, Т.Ф. Классификация денежных потоков для целей управления / Т.Ф. Герцева // Бухгалтерский учет и анализ. – 2010. – №6. – С.18 – 21.

4. Об утверждении Инструкции по бухгалтерскому учету доходов и расходов и признании утратившими силу некоторых постановлений Министерства финансов Республики Беларусь и их отдельных структурных элементов: постановление М-ва финансов Респ. Беларусь, 08 февр. 2013 г., № 11// Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО

«ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Гродно, 2018.

5. Савицкая, Г.В. Анализ финансового состояния предприятия [Текст] : учеб.-практ. пособие / Г.В. Савицкая. – Мн.: Изд. Гревцова, 2008. – 200 с.

6. Сорокина, Е.М. Анализ денежных потоков предприятия: теория и практика в условиях реформации российской экономики / Е.М. Сорокина. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 176 с.

The paper studies the problem of cash flow management of the organization, analyzes the main classification features of cash flows, presents an economically sound classification of cash flows of the organization.

Бышкало Елизавета Сергеевна, магистрант специальности «Финансы, денежное обращение и кредит» 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. E-mail: l.s.tarasova@mail.ru.

УДК 336.61

И. Ю. Ващило

ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСИРОВАНИЯ УЧРЕЖДЕНИЙ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

Рассмотрены основные источники финансирования бюджетных учреждений сферы здравоохранения. Определены проблемы в области финансирования учреждений здравоохранения. Сформулированы направления развития белорусского здравоохранения по расширению спектра внебюджетных доходов с учетом современных условий.

Отрасль здравоохранения призвана решать важнейшие задачи, связанные с процессом социально-экономического развития страны. Это обусловлено особой ролью здравоохранения в формировании здоровья нации. Республика Беларусь – одна из стран постсоветского пространства, где сохранено бюджетное финансирование данной отрасли. Система здравоохранения нашей страны, сохранив все лучшее от советской системы, адаптировала к существующим условиям и привнесла в нее современные технологии и инновации.

Однако, эффективность программ здравоохранения во многом зависит от формирования и эффективного использования финансовых ресурсов. Современное развитие медицины в Республике Беларусь характеризуется недостаточным финансированием, при этом государственный бюджет остается основным источником финансовых ресурсов, и их ограниченность вынуждает организации здравоохранения развивать те направления, в которых быстрее окупаются затраты и возможно получение дохода. Поэтому, разработка методики финансирования организаций здравоохранения должна иметь приоритетом ориентацию на развитие внебюджетной деятельности, активизацию работы по реализации платных медицинских услуг.

В последние годы структура здравоохранения претерпела значительные изменения. От системы, в которой пациент находится за пределами финансово-экономических отношений, произошел переход к такому здравоохранению, где пациент является их активным участником. Сегодня белорусская медицина, кроме бюджетного финансирования,

активно развивает оказание платных услуг в государственных учреждениях здравоохранения.

Для более полного удовлетворения потребности населения в медицинских услугах, обеспечения их доступности, создания альтернативы их получения, медицинские услуги на платной основе оказываются также частными организациями здравоохранения, имеющими соответствующие лицензии. Негосударственный сектор в объеме оказываемых медицинских услуг составляет в нашей стране более 7 %.

Государство обеспечивает государственные организации здравоохранения необходимым оборудованием, медицинскими изделиями, лекарственными средствами, которые направляются на достижение строго определенных некоммерческих социальных целей.

На протяжении ряда лет удельный вес государственных расходов на здравоохранение к ВВП сохраняется на уровне 4%, что соответствует пороговому значению индикатора социальной безопасности, предусмотренного Концепцией национальной безопасности Республики Беларусь. Финансирование осуществляется по нормативу бюджетной обеспеченности расходов на здравоохранение в расчете на одного жителя. Основная часть расходов государственного сектора направляется на финансирование широкой сети государственных организаций здравоохранения, выполнение мероприятий государственных программ, направленных на укрепление здоровья населения.

В соответствии с Законом Республики Беларусь «О республиканском бюджете на 2018 год» минимальный норматив бюджетной обеспеченности расходов на здравоохранение в расчете на одного жителя по Республике Беларусь составляет 501,1 руб., по областям и г. Минску – 406,3 руб., в том числе по Брестской области – 387,6 руб., Витебской – 406,6 руб., Гомельской – 403,1 руб., Гродненской – 391,8 руб., Минской – 360,8 руб., Могилевской области – 407 руб. и г. Минску – 461,8 руб.

На оказание медицинской помощи в амбулаторных условиях с учетом скорой медицинской помощи направляются средства, исходя из минимального норматива бюджетной обеспеченности расходов на здравоохранение в расчете на одного жителя, в размере не менее 40 процентов от общего объема финансирования расходов на здравоохранение, предусмотренных для соответствующей административно-территориальной единицы [1].

В новых условиях хозяйствования особая роль отводится системе финансового менеджмента, как эффективного инструмента управления финансами, вовлечения в процесс финансирования максимального числа каналов поступления денежных средств, включая развитие внебюджетной деятельности. В ст. 13 действующей редакции Закона Республики Беларусь «О здравоохранении» источниками финансирования здравоохранения определены средства республиканского и местных бюджетов, безвозмездная (спонсорская) помощь юридических лиц и (или) индивидуальных предпринимателей и иные источники, не запрещенные законодательством Республики Беларусь. В ст. 15 данного Закона государственным организациям здравоохранения предоставлено право на оказание дополнительных медицинских услуг сверх установленного государством гарантированного объема медицинской помощи на платной основе в порядке, установленном Советом Министров Республики Беларусь [2].

В настоящее время рынок платных медицинских услуг в Республике Беларусь продолжает активно формироваться и развиваться. Наряду с частными медицинскими клиниками и центрами, наблюдается увеличение перечня и объемов медицинских услуг, предоставляемых государственными организациями здравоохранения, в том числе и специализированными, где ранее внебюджетная деятельность не столь широко использовалась.

Рассмотрим, как формировались внебюджетные доходы, в том числе за счет оказания платных медицинских услуг, в сфере здравоохранения по областям Республики Беларусь. Так, в Гродненской области в 2017 г. темп роста платных медицинских услуг составил 111,2 % (заработано 18 млн руб.). Темп роста экспорта услуг (медицинские, образовательные и пр.) составил 132,5 % (заработано 795,2 тыс. долл. США). За счет добровольного медицинского страхования пролечены 10 205 граждан. В рамках безвизового въезда в учреждениях здравоохранения региона получил лечение 71 иностранный гражданин из Польши, Литвы, Латвии. В рамках взаимодействия с санаторными организациями оказаны медицинские услуги 678 пациентам на сумму 20,64 тыс. руб. В Брестской области в 2017 г. по предварительным данным, доход от внебюджетной деятельности составил 50 640,9 тыс. руб. при темпе роста 112,8 % (в 2016-м – 44 881,1 тыс. руб.). Экспорт медицинских услуг составил 1 251,2 тыс. долл. США с темпом роста 123,9 %. Доход от помощи по договорам добровольного страхования медицинских расходов – 1 344,8 тыс. руб. с темпом роста 116,1 %. В Могилевской области в 2017 г. доход от внебюджетной деятельности составил 39 341,1 тыс. руб. Экспорт услуг – 588,9 тыс. долл. США (в 2016-м – 596,9 тыс. долл. США). Оказано платных медицинских услуг на 23 300,5 тыс. руб., темп роста – 102 %. В Витебской области в 2017 г. достигнута устойчивая тенденция наращивания доли внебюджетных средств от объема бюджетного финансирования, удельный вес которых по итогам 2017 г. составил 15,1 % (64,3 млн. руб.). В учреждениях здравоохранения области медицинскую и реабилитационно-оздоровительную помощь ежегодно получают около 18 000 иностранных граждан. Объем экспорта услуг составил 2,2 млн долл. США. Темп роста экспорта медицинских услуг – 103,1 %, экспорта услуг – 116,6 %. В г. Минске в 2017 г. удельный вес внебюджетных средств в общем объеме финансирования составил 12,3 %. Объем платных медицинских услуг – 68 млн руб., что на 13 % больше, чем в 2016 г. Увеличился объем экспорта услуг до 11 млн долл. США. Темп роста – 105,2 %. Перевыполнение плана обеспечено главным образом за счет трансплантологии (рост на 6,5 %), гематологии (на 14 %), пластической и эстетической хирургии и косметологии (на 25 %).

Можно сделать вывод, что рынок платных медицинских в Республике Беларусь развивается достаточно быстрыми темпами. В частности, это обеспечивается за счет совершенствования качества услуг, предоставляемых учреждениями здравоохранения иностранным гражданам в рамках развития экспорта медицинских услуг.

Мировой опыт здравоохранения свидетельствует о том, что частная медицина в большинстве стран мира способна эффективно выполнять задачи по охране здоровья граждан. Именно негосударственные медицинские центры во всем мире являются эффективным инструментом восстановления трудового потенциала нации. Частная система здравоохранения Республики Беларусь играет важную роль в общенациональной системе охраны здоровья граждан и представляет собой разобщенную совокупность частных медицинских организаций – юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

Особенностью системы отечественного здравоохранения в настоящее время является наличие и функционирование в ней организаций здравоохранения различных форм собственности. Основным классификационным признаком этих систем является форма собственности – государственная или частная [2].

Частная система здравоохранения отличается от государственной отсутствием прямого управления органом государственной власти.

В последнее время отмечается расширение спектра медицинских услуг, предоставляемых частными медицинскими центрами, что позволяет частному сектору все в более широких масштабах конкурировать с государственным здравоохранением.

В настоящее время не существует модели здравоохранения, которая могла бы в полной мере удовлетворить ожидания всех слоев общества. Как у государственной, так и у частной системы здравоохранения есть свои достоинства и недостатки.

Основное преимущество частной медицины – эффективность функционирования системы «врач – пациент», определяющей, в конечном итоге, качество медицинской помощи. Другими преимуществами негосударственного сектора здравоохранения являются: высокое технологическое качество диагностики;

- ориентация на потребителя медицинских услуг;
- высокий уровень мотивации в деятельности медицинского персонала; конкурентоспособность;
- большая гибкость в управлении.

К недостаткам относятся:

- недостаточная социальная направленность медицинской помощи;
- направление ресурсов в наиболее привлекательные (прибыльные), востребованные и экономически выгодные услуги, пренебрежение убыточными услугами;
- активное поощрение «сверхпотребления» дорогостоящих и необязательных видов медицинской помощи [3, с. 29].

Несмотря на имеющиеся недостатки, стремление к оптимальному сочетанию государственного и частного здравоохранения совершенно необходимо для максимального удовлетворения потребности населения в медицинской помощи. Частные медицинские организации доказали свою состоятельность и способность оказывать качественную медицинскую помощь на современном этапе развития страны в соответствии с мировыми стандартами диагностики и лечения. В настоящее время им предоставлено право выдачи листка нетрудоспособности пациентам, обратившимся за медицинской помощью, что позволит уменьшить нагрузку на государственную медицину.

Опыт зарубежных стран показывает, что доля частной медицины в системе национального здравоохранения должна быть тщательно взвешена. Частная медицина, сосредоточенная на получении прибыли, не способна решить некоторые проблемы и переориентировать здравоохранение на большую социальную направленность. В то же время, если доля частного сектора минимальна, ослабляется воздействие факторов конкуренции, и общественное здравоохранение не в силах обеспечить необходимый объем и качество медицинской помощи.

В Беларуси негосударственные медицинские организации развиваются в условиях неравной конкуренции с государственными организациями, которые начали широко внедрять предоставление платных медицинских услуг.

Частная медицина в Беларуси активно развивается, о чем свидетельствует число действующих лицензий, выданных Министерством здравоохранения Республики Беларусь. Так, на начало 2017 г. имелось 3188 действующих лицензий. Из них:

– на медицинскую деятельность – 2194, из которых 663 лицензии имели юридические лица государственной формы собственности, 1181 – юридические лица негосударственной формы собственности, 350 – индивидуальные предприниматели;

– на фармацевтическую деятельность – 387, из которых 158 лицензий у юридических лиц государственной формы собственности, 229 – у юридических лиц негосударственной формы собственности;

– на деятельность, связанную с оборотом наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров – 516, из которых – 480 лицензий получили юридические лица государственной формы собственности, 36 – юридические лица негосударственной формы собственности;

– на деятельность по оказанию психологической помощи – 91, из которых 36 лицензий имеют юридические лица негосударственной формы собственности, 55 – индивидуальные предприниматели.

Наиболее крупными частными медицинскими центрами в Беларуси являются: «Лодэ», «Нордин», «Синлаб-ЕМЛ», «Экомедсервис», независимая лаборатория «ИНВИТРО», «Синэво» и другие. Некоторые из них имеют филиалы по всей стране.

В Программе социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016-2020 годы поставлена задача расширения перечня платных медицинских услуг, включая сложные и высокотехнологичные операции. Для этих целей будут созданы крупные частные медицинские центры, в том числе за счет иностранных инвестиций частных инвесторов из стран с традиционно развитой медициной.

В Республике Беларусь реализация государственно-частного партнерства в здравоохранении является крайне актуальной, так как отрасли требуются значительные инвестиции, а экономическая эффективность большинства государственных организаций здравоохранения все еще остается низкой. Высокий уровень износа основных фондов, недостаток финансирования – основные стимулирующие факторы формирования и развития практики государственно-частного партнерства в отрасли [5, с. 30].

Основным препятствием в развитии частной медицинской деятельности и барьером на пути развития государственно-частного партнерства выступает ограничение оказания высокотехнологичной медицинской помощи, финансируемой из государственного бюджета. Кроме того, государство будет продолжать инвестировать в материальную базу учреждений здравоохранения, поэтому экономические преимущества государственных учреждений здравоохранения, по сравнению с частными, будут сохраняться и выступать фактором, ограничивающим возможности развития частного сектора.

Также следует отметить, что ряд организаторов в сфере здравоохранения высказываются в пользу внедрения обязательного медицинского страхования либо же создания единой системы обязательного медико-социального страхования.

Перспективным для белорусского здравоохранения считаем также углубленное изучение медико-организационного опыта стран-соседей, реформировавших свою систему здравоохранения после распада СССР. Опыт соседних государств может быть использован Республикой Беларусь при реализации совместных трансграничных проектов, с минимальными финансовыми затратами.

Список литературы

1. О республиканском бюджете на 2017 год: Закон Респ. Беларусь, 18 октября 2016 г. №431-З // Эталон-Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.

2. О здравоохранении: Закон Респ. Беларусь, 18 июня 1993г., № 2435-XII: В ред. Закона Респ. Беларусь от 10.06.2012г., № 426-З // Эталон-Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.

3. Малахова, И. В. Частная медицина в Республике Беларусь как альтернатива и дополнение государственной / И. В. Малахова, Е.В. Халикова, Д.Ф. Куницкий // Вопросы организации и информатизации здравоохранения. – 2017. – № 2. – С. 27–31.

4. Об утверждении Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016-2020 годы: Указ Президента Респ. Беларусь, 15 дек. 2016 г., №466 // ИПС «ЮСИАС» [Электронный ресурс] / СООО «ИПА «Регистр». – Минск, 2018.

5. Сачек, М. М. Государственно-частное партнерство в здравоохранении: международный опыт / М. М. Сачек, Н. Е. Хейфец, В.С. Петров // Вопросы организации и информатизации здравоохранения. – 2016. – № 1. – С. 18–34.

In connection with the rising cost of medical care in the last years actively searching for alternative strategies more effective and equitable health financing, with an indispensable condition for further improvement of Belarusian health care a rational use of all available resources. The main problems of health care financing. Directions of development of the Belarusian health with current conditions.

Ващило Илья Юрьевич, студент 4 курса специальности «Финансы и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: vash.ilya98@mail.ru.

Научный руководитель – ***Витун Светлана Емельяновна***, кандидат экономических наук, доцент, заместитель декана по научной работе факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: wsveta70@mail.ru.

УДК 336

П. А. Ворона

ЭЛЕКТРОННЫЕ ДЕНЬГИ КАК ЭЛЕМЕНТ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Представлен краткий обзор видов и форм электронных денег, сделан сравнительный анализ осуществления операций с электронными деньгами, эмитированными банками Республики Беларусь.

Одним из неотъемлемых инфраструктурных элементов цифровой экономики являются электронные деньги, появившиеся как продукт длительной эволюции видов и форм денег. Словосочетание «электронные деньги» стало появляться в научных трудах зарубежных специалистов в 1970-х гг., благодаря появлению информационных технологий. Первые попытки интерпретации электронных денег связаны именно с технологическими процессами хранения, обработки и передачи информации в рамках проведения безналичных расчетов и платежей. Под электронными деньгами понимают системы хранения и передачи как традиционных валют, так и негосударственных частных валют – обращение электронных денег может осуществляться как по правилам, установленным или согласованными с государственными центральными банками, так и по собственным правилам негосударственных платежных систем.

Электронными деньгами считают денежные обязательства эмитента в электронном виде, которые находятся на электронном носителе в распоряжении пользователя. Такие денежные обязательства соответствуют следующим трём критериям:

1. Фиксируются и хранятся на электронном носителе.
2. Выпускаются эмитентом при получении от иных лиц денежных средств в объёме, не меньшем, чем эмитированная денежная стоимость.
3. Принимаются как средство платежа другими (помимо эмитента) организациями [1].

В Республике Беларусь под электронными деньгами понимают хранящиеся в электронном виде единицы стоимости, выпущенные в обращение в обмен на наличные или безналичные денежные средства и принимаемые в качестве средства платежа при осуществлении расчетов как с лицом, выпустившим в обращение данные единицы стоимости, так и с иными юридическими и физическими лицами, а также выражающие сумму обязательства этого лица по возврату денежных средств любому юридическому или физическому лицу при предъявлении данных единиц стоимости [2].

Электронным деньгам свойственно внутреннее противоречие – с одной стороны, они являются средством платежа, с другой, – обязательством эмитента, которое должно быть

выполнено в традиционных неэлектронных деньгах. Распространённым заблуждением является отождествление электронных денег с безналичными деньгами. Само их появление вызвано необходимостью обеспечить поддержку коммерческих операций в Internet, где использование обычных денег неудобно либо невозможно. Потому, стоит рассматривать электронные деньги как дополнение к реальным деньгам, либо как еще один инструмент осуществления торговых операций в Internet, дополняющий карточки. Электронные деньги корректнее всего сравнивать с наличными деньгами, так как обращение безналичных денег обязательно персонифицировано, и известны реквизиты обеих сторон (таблица 1). В случае расчётов электронными деньгами достаточно знать реквизиты получателя денег.

Таблица 1 – Преимущества и недостатки электронных денег по сравнению с наличными деньгами:

Преимущества	Недостатки
Превосходная делимость и объединяемость – при проведении платежа не возникает необходимость в сдаче	отсутствие устоявшегося правового регулирования: многие государства ещё не определились в своём однозначном отношении к электронным деньгам
высокая портативность – величина суммы не связана с габаритными или весовыми размерами денег, как в случае с наличными деньгами	как и в случае наличных денег, при физическом уничтожении носителя электронных денег, восстановить денежную стоимость владельцу невозможно
очень низкая стоимость эмиссии электронных денег – не надо чеканить монеты и печатать банкноты, использовать металлы, бумагу, краски и т. д.;	отсутствует узнаваемость – без специальных электронных устройств нельзя легко и быстро определить, что это за предмет, сумму и т. д
электронные деньги не нужно пересчитывать, упаковывать, перевозить и организовывать специальные хранилища	невозможность прямой передачи части денег от одного плательщика другому
процесс платежа электронными деньгами осуществляется быстро, не возникает очередей, не надо выдавать сдачу, деньги переходят от плательщика к получателю быстро	Средства криптографической защиты, которыми защищаются системы электронных денег, ещё не имеют длительной истории успешной эксплуатации
При платеже через фискализированное эквайринговое устройство торговцу невозможно укрыть средства от налогообложения;	теоретически заинтересованные лица могут пытаться отслеживать персональные данные плательщиков и обращение электронных денег вне банковской системы

Источник: собственная разработка на основе [1]

Электронные деньги обычно разделяют на два типа: на базе смарт-карт и на базе сетей. Данные типы подразделяются на анонимные (неперсонифицированные) системы, в которых разрешается проводить операции без идентификации пользователя, и не анонимные (персонифицированные) системы, требующие обязательной идентификации пользователя.

Следует также различать электронные фиатные деньги и электронные нефиатные деньги. Электронные фиатные деньги обязательно выражены в одной из государственных валют и являются разновидностью денежных единиц платёжной системы одного из государств. Государство законами обязывает всех граждан принимать к оплате фиатные

деньги. Соответственно, эмиссия, обращение и погашение электронных фиатных денег происходит по правилам национальных законодательств, центробанков или других государственных регуляторов. Электронные нефиатные деньги являются электронными единицами стоимости негосударственных платёжных систем. Соответственно, эмиссия, обращение и погашение (обмен на фиатные деньги) электронных нефиатных денег происходят по правилам негосударственных платёжных систем. Степень контроля и регулирования государственными органами таких платёжных систем в разных странах сильно отличаются. Часто негосударственные платёжные системы привязывают свои электронные нефиатные деньги к курсам мировых валют, однако, государства никак не обеспечивают надёжность и реальную ценность таких стоимостных единиц. Электронные нефиатные деньги являются разновидностью кредитных денег.

Электронные деньги могут быть анонимными и персонифицированными. По своей природе, электронные деньги ближе к анонимным наличным деньгам, чем к персонифицированным безналичным. Наличие или отсутствие анонимности обеспечивается правилами и механизмами обращения электронных денег в определенной платежной системе.

Большинство государственных регуляторов, а также государственные и негосударственные платежные системы различными способами пытаются стимулировать персонификацию пользователей электронных денег и операции с ними. Например, для электронных денег на базе сетей, платежные системы ограничивают размер электронного кошелька для анонимного пользователя, увеличивая лимиты персонифицированным пользователям системы. Для электронных денег на базе карт, ограничивают максимальную сумму в кошельке и вводят персонализированные механизмы пополнения.

Национальный банк Республики Беларусь приступил к регулированию операций с электронными деньгами в Республике Беларусь в 2000 году. Право на выпуск электронных денег в обращение предоставлено только банкам и небанковским кредитно-финансовым организациям Республики Беларусь. НБРБ определяет порядок совершения операций с электронными деньгами. В настоящее время операции с электронными деньгами на территории Республики Беларусь осуществляются в соответствии с нормами: Декрета Президента Республики Беларусь от 28 декабря 2014 г. № 6 ”О неотложных мерах по противодействию незаконному обороту наркотиков" (Декрет № 6), содержащего требование об обязательной идентификации лиц, которым открываются или открыты электронные кошельки, независимо от размеров сумм числящихся в них электронных денег; статей 14, 274 Банковского кодекса Республики Беларусь; Правил осуществления операций с электронными деньгами, утвержденных постановлением Правления Национального банка Республики Беларусь от 26 ноября 2003 г. № 201. С принятием в РБ Декрета № 6 ужесточились требования к физическим лицам – владельцам электронных кошельков. Так, с

1 января 2015 года физические лица, которым открываются электронные кошельки, подлежат обязательной идентификации. Физические лица, которым электронные кошельки были открыты ранее, и в отношении которых идентификация не проводилась, обязаны были до 1 марта 2015 года предоставить в банк либо иную организацию, открывшую электронный кошелек, документы, необходимые для проведения идентификации. При непредставлении соответствующих документов операции по электронным кошелькам должны были быть приостановлены до проведения идентификации владельцев электронных кошельков. В целях развития рынка электронных денег и создания условий для активизации использования электронных денег, выпускаемых белорусскими эмитентами, предоставлена возможность субъектам хозяйствования, открывшим электронные кошельки, принимать от физических лиц – резидентов и нерезидентов – платежи на эти электронные кошельки за товары, работы, услуги в результате переводов от физических лиц как денежных средств, так и электронных

денег (постановление Правления Национального банка от 30 декабря 2016 г. № 662 ”О внесении изменений и дополнений в Правила осуществления операций с электронными деньгами“).

На 1 января 2018 года услуги по осуществлению платежей с использованием электронных денег предоставляют платежные системы, приведенные в таблице 2.

Таблица 2 – Платежные системы резидентов и нерезидентов с использованием электронных денег в Республике Беларусь

Системы ЭД резидентов	*Системы ЭД нерезидентов*
EasyPay	Росберлио-карт
Берлио	Euroberlio (ОАО ”Белгазпромбанк“)
МТС Деньги	ёCard АББ (ЗАО ”Альфа-банк“)
iPay	”Яндекс.Деньги“ (ОАО ”БПС-Сбербанк“)
Belqi	VISA8;
ОСМП	VISA8; Union Pay;
W1 Bel	Master Card;
WebMoney Transfer9; VISA; MasterCard; БЕЛКАРТ	American Express

Источник: собственная разработка на основе [5]

На 01.02.2018 г. уведомление о начале операций с электронными деньгами представили:

1) на выпуск в обращение электронных денег:

• ОАО "Белгазпромбанк" (электронные деньги систем EasyPay, "Берлио", "МТС Деньги", V-coin);

• ОАО "Технобанк" (электронные деньги системы WebMoney Transfer, номинированные в белорусских рублях);

• ОАО "Паритетбанк" (электронные деньги системы iPay);

• ОАО "Банк Москва-Минск" (электронные деньги системы "МТС Деньги");

• ЗАО "Банк "Решение" (электронные деньги систем iPay, QIWIБел);

• "Приорбанк" ОАО (электронные деньги систем Belqi, "ОСМП", iPay);

• ОАО "БПС-Сбербанк" (электронные деньги системы ePay);

• ОАО "АСБ Беларусбанк" и "Приорбанк" ОАО (электронные деньги, доступ к которым обеспечивается посредством предоплаченной карточки, эмитированной в рамках платежной системы MasterCard).

2) на погашение на территории Республики Беларусь электронных денег, эмитированных нерезидентами:

• ОАО "Белгазпромбанк" (электронные деньги систем "Росберлио-Карт", Euroberlio).

3) на распространение и погашение физическим лицам на территории Республики Беларусь электронных денег, эмитированных нерезидентами:

• ЗАО "Альфа-Банк" (электронные деньги системы "ёCard АББ", доступ к которым обеспечивается посредством предоплаченной карточки, эмитированной АО ”Альфа-Банк” (РФ) в рамках платежной системы MasterCard),

• ОАО "БПС-Сбербанк" (электронные деньги системы "Яндекс.Деньги").

Таблица 3 – Направления использования электронных денег в Республике Беларусь

Системы электронных денег	*Направления использования*
”Берлио“, ”Росберлио-Карт“, ”Euroberlio“	можно оплатить топливо и сопутствующие товары на автозаправочных станциях
EasyPay, WebMoney Transfer, W1 Bel и Belqi	используются физическими лицами для оплаты товаров (услуг) в сети Интернет и для осуществления переводов между физическими лицами в рамках указанных систем
iPay	для оплаты товаров (услуг) посредством каналов связи, предоставленных мобильными операторами МТС, Life, Velcom
”МТС Деньги“	для оплаты товаров (услуг) посредством каналов связи, предоставленных мобильным оператором МТС
ОСМП	распространяются через устройства по приему наличных денег (устройства cash-in) (посредством таких электронных денег оплачиваются услуги, предоставляемые резидентами Республики Беларусь (коммунальные услуги, услуги мобильных операторов, интернет-провайдеров и др.).
ёCard АББ	можно оплатить товары, работы, услуги резидентов, нерезидентов Республики Беларусь в сети Интернет
Яндекс.Деньги	можно оплатить товары, работы, услуги нерезидентов Республики Беларусь в сети Интернет
Предоплаченные карточки ОАО ”Белинвестбанк“, ”Приорбанк“ ОАО и ОАО ”АСБ Беларусбанк“ в рамках платежных систем VISA, MasterCard, Белкарт	могут быть использованы в порядке, аналогичном использованию банковской платежной карточки

Источник: собственная разработка на основе [5]

Электронные деньги особенно полезны и удобны при осуществлении массовых платежей небольших сумм. Например, при платежах в транспорте, кинотеатрах, клубах, оплате коммунальных услуг, оплате различных штрафов, расчётах в интернете и т. д..

Сравнительный анализ осуществления операций с электронными деньгами, эмитированными банками Республики Беларусь, за 2015 – 2017 годы представлен в таблице 4.

Таблица 4 – Анализ осуществления операций с электронными деньгами

Показатели	2015 год	2016 год	Изменение 2016 к 2015	2017 год	Изменение 2017 к 2016
Сумма эмитированных ЭД, тыс. руб. (BYN)	288317,6	324544,4	1,13	368695,92	1,14
Сумма использованных ЭД банков, тыс. руб. (BYN)	281454,3	233398,9	0,83	206908,53	0,89
Количество операций при использовании ЭД банков, единиц	7 001984	6 390884	0,91	5398211	0,84
Сумма ЭД, погашенных юридическим лицам, ИП, тыс. руб. (BYN)	196938,1	177592,9	0,91	179366,01	1,00
Сумма ЭД, погашенных физическим лицам, тыс. руб. (BYN)	85667,2	140491,7	1,64	179621,05	1,28
Количество открытых электронных кошельков, по которым возможно совершение операций, единиц	167123	137713	0,89	102576	0,74

Источник: собственная разработка на основе [5]

Анализ показывает, что сумма эмитированных электронных денег в отчетном периоде увеличилась на 12,6% и составила 324544,4 тыс. рублей (BYN). Также положительная тенденция просматривается в сравнении с 2015 годом по сумме погашенных электронных денег банков (↑12%) и сумме электронных денег, погашенных физическим лицам (↑64,0%). Однако сумма ЭД, погашенных юридическими лицами, снизилась на 9,9 %. Снижение количества открываемых электронных кошельков и операций с ними в 2015 и 2016 годах до 167123 и 137713 штук соответственно, связано с изменением законодательства Республики Беларусь, повлекшее усложнение процедуры открытия электронных кошельков для физических лиц. В 2017 г. тенденции сохранились.

Цифровая трансформация постепенно, но неотвратимо, захватывает все новые сферы бизнеса и жизни в общем, преобразовывая стандартные бизнес-процессы, бизнес-модели и целые рынки. Электронные деньги, а также электронные платежные системы на их основе, имеют большой потенциал для дальнейшего развития: в сфере расчетов в сети Интернет, они могут стать основным платежным инструментом, что также предопределяет необходимость совершенствования финансово-правового регулирования в данной сфере финансовых отношений [6].

Электронные деньги – новое для финансового рынка понятие, которое находится сегодня на этапе становления. Развитие рынка электронных денег и повышение привлекательности совершения операций с ними требуют проработки вопросов внесения

изменений и (или) дополнений в нормативные правовые акты, регламентирующие операции с электронными деньгами, расширения рынка электронных денег в Республике Беларусь и взаимодействия с эмитентами электронных денег за ее пределами.

Список литературы

1. Википедия [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: https:// ru.wikipedia.org/wiki/ Электронные_деньги. – Дата доступа: 18.02.2018

2. Банковский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: http://www.nbrb.by. – Дата доступа: 18.02.2018

3. Правила осуществления операций с электронными деньгами, утвержденных постановлением Правления НБ РБ от 26.11.2003 г. № 201 [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: http://www.nbrb.by. – Дата доступа: 18.02.2018

4. Декрет Президента Республики Беларусь от 28 декабря 2014 г. № 6 О неотложных мерах по противодействию незаконному обороту наркотиков [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: http://www.nbrb.by. – Дата доступа: 18.02.2018

5. Официальный сайт НБ РБ [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: http://www.nbrb.by. – Дата доступа: 19.02.2018

6. Стратегия развития цифрового банкинга в Республике Беларусь на 2016 – 2020 годы [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: http://www.nbrb.by. – Дата доступа: 20.02.2018

One of the essential elements of the infrastructure of the digital economy is the e-money emerged as the product of a long evolution of types and forms of money. Digital (electronic) money is an information embodiment of a universal equivalent reflected on electronic (computer) media. We have made a brief overview of the types and forms of money.

Ворона Петр, студент 3 курса специальности «Финансы и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: petr.vorona.9696@mail.ru.

Научный руководитель – ***Цветкова Марина Анатольевна,*** м.э.н., старший преподаватель кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: tsvmarina64@mail.ru.

УДК 336.71

А. О. Гетман

ИНТЕРНЕТ- ТРЕЙДИНГ И ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГ, КАК ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГА ПРИ ПРОДВИЖЕНИИ БАНКОВСКИХ УСЛУГ НА РЫНОК

Проведен анализ использования Интернет-трейдинга и Интернет-банкинга на рынке банковских услуг в Республике Беларусь. Выявлены особенности их применения, как инструментов маркетинга на современном этапе развития рынка банковских услуг в Беларуси.

В настоящее время развитие банковской системы в мире протекает в условиях кризиса на финансовом рынке и возрастающей конкуренции между коммерческими банками. В связи с этим, у руководства банков возникает необходимость пересмотра стратегии осуществления своей деятельности и инструментов, при помощи которых банк будет стремиться привлечь и удержать своих клиентов.

Актуальность выбранной темы исследования состоит в том, что в современных условиях Интернет стал эффективным инструментом, посредством которого можно

оперативно приобрести не только информацию, но и материальные ценности – товары и услуги, в том числе и финансовые. Интернет содержит в себе много инноваций, частью которых и являются новые виды банковских услуг, такие как интернет-банкинг и интернет-трейдинг.

Интернет-банкинг и интернет-трейдинг все больше и активнее используется в повседневной деятельности коммерческих банков. Теперь прежде чем клиент выбирает банк для своего обслуживания, он имеет возможность оценить такие параметры, как условия предлагаемых продуктов, функциональность, привлекательность систем дистанционного доступа, а также возможности по расширению деятельности путем доступа к торгам на валютной, фондовой или товарной бирже с использованием интернета как средства связи.

Беларусь по сравнению с индустриально развитыми странами, на данный момент не имеет такого богатого опыта в сфере банковских услуг, поэтому приходится заимствовать у европейских банков их технологии, идеи и методы работы на банковском рынке.

Экономика нашей страны имеет отличительные особенности, по сравнению с другими развитыми странами, и поэтому не все новшества и заимствования становятся эффективными при использовании коммерческими банками, осуществляющими свою деятельность на территории Республики Беларусь.

Активным пользователем банковских услуг (к ним относят физических лиц, которые используют от трех и более продуктов одновременно) является лишь каждый *пятый* из тех, кто пользовался услугами банков за последние полгода [1].

Проанализировав опыт белорусских банков в области предоставления банковских услуг, можно отметить, что многие из них испытывают трудности с повторными продажами и продажей клиенту дополнительных продуктов и услуг, поэтому коммерческим банкам стоит уделять особое внимание этому вопросу.

В настоящее время необходимо разработать и *внедрить программы лояльности и поднять репутацию банка в глазах потребителей*. Однако обращаться к своим клиентам нужно так, чтобы они откликнулись, т.е. с использованием правильных маркетинговых инструментов. Для этого следует выделить на рынке приоритетные сегменты для работы с клиентами и направить усилия по укреплению лояльности потребителей [2].

Особое место среди используемых банками интернет-технологий занимают системы Интернет-банкинга.

Интернет-банкинг представляет собой технологию, которая дает возможность клиентам (физическим и юридическим лицам) управлять своими счетами посредством персонального компьютера или мобильного телефона (мобильный банкинг), подключенных к сети Интернет [3, с. 5-6].

Термин *интернет-банкинг* означает, что банк предлагает своим клиентам возможность проводить с ним сделки (трансакции) исключительно через Интернет [4, с. 38-39].

История развития Интернет-банкинга берет свое начало еще в 80-х гг. 20 века, страной его создания выступили США. В России же системы Интернет-банкинга развивались гораздо сложнее. Появилась она лишь в конце 90-х гг. 20 века.

Интернет-банкинг в Беларуси появился в 2004 г. – первую онлайн-систему тогда запустил ОАО «Приорбанк».

Массовый интерес к данной системе возник после 2007 г. в связи с созданием ЕРИП. На данный момент мобильный и интернет-банкинг используют около трети населения Республики Беларусь. По расчетам Национального банка РБ, в ближайшие годы их число должно вырасти почти вдвое. Стратегией развития цифрового банкинга предполагается, что *к 2021 г.* системами дистанционного банковского обслуживания (СДБО) будут пользоваться *не менее 60% клиентов банков* [6, с. 54-55].

В целях придания импульса дальнейшему развитию цифровых банковских технологий, в Республике Беларусь 1 декабря 2015 г. подписан Президентом Республики Беларусь Указ № 478 «О развитии цифровых банковских технологий». Основополагающей нормой данного документа является создание Межбанковской системы идентификации (МСИ), возможности последующего проведения идентификации без личного присутствия клиента, а также возможности совершения клиентами операций в электронном виде без использования электронной цифровой подписи с применением программно-аппаратных средств и технологий банков [5, с .50-52].

В целях понимания дальнейшего развития цифровых технологий Национальным банком принята программа «Стратегия развития цифровых банковских технологий на 2016–2020 годы», в которой определяется текущее состояние банковской сферы услуг в области цифровых технологий, ее слабые и сильные стороны, а также основные направления дальнейшего развития.

Стратегией развития цифрового банкинга для СДБО были определены показатели их развития до 2020 года:

1. предоставление банками услуг посредством каналов СДБО должно быть *не менее 80%* от всех услуг, предоставляемых юридическим лицам и *не менее 75%*, предоставляемых физическим лицам;

2. доля клиентов – физических лиц, подключенных к СДБО, в общем количестве клиентов – физических лиц банка *не менее 60%*, а доля клиентов – юридических лиц, подключенных к СДБО, в общем количестве клиентов – юридических лиц банка *не менее 80%.*

По данным анкетирования Национального банка Республики Беларусь 43% опрошенных физических лиц пользуются интернет-банкингом. Среди факторов, снижающих доверие населения к использованию средств осуществления безналичных розничных платежей, респонденты указали частые сбои в их работе (либо нерабочее состояние), в том числе вызванные длительной и нестабильной связью с расчетным банком [5, с. 53].

Более 70% опрошенных физических лиц по республике никогда не оплачивают товары и услуги с использованием системы «Интернет-банкинг». Наиболее редко используют эту операцию жители Гродненской и Брестской областей (чуть более 20% респондентов).

Респонденты отмечают (64 %), что одним из способов стимулирования населения к более широкому использованию банковских платежных карточек, электронных денег, проведению платежей посредством Интернет-банкинга, мобильного банкинга является повышение их финансовой грамотности в данной сфере. Это еще раз подчеркивает необходимость применения банками практики обучения своих клиентов пользованию платежными инструментами как на этапе заключения договоров, так и при последующем сопровождении.

Проведенный опрос фактически показал, что население готово активно пользоваться электронными платежными инструментами, технологиями дистанционного банковского обслуживания (73 %), и вместе с тем выявил ряд негативных факторов в части их применения, на которые неоднократно обращал внимание Национальный банк Республики Беларусь [5, с. 52].

Доля лиц, совершающих интернет-платежи несколько раз в месяц, примерно одинакова во всех регионах. Чаще других оплачивают товары и услуги через Интернет: несколько раз в месяц – жители Минской области (15,3%), один раз в месяц – жители Гомельской и Витебской областей (около 10%). Наиболее редко используют данную услугу: несколько раз в месяц – население Брестской области (около 10%), один раз в месяц – население Гродненской и Брестской областей (около 7%) [5, с. 53].

На 1 января 2017 г. в целом по Республике Беларусь услуги системы дистанционного банковского обслуживания (далее СДБО) клиентам – юридическим лицам предоставляли 24 банка. Основным каналом СДБО для юридических лиц является система «Клиент – банк» – более 206 тыс. юридических лиц, или 68,5% от общего количества пользователей СДБО. Услуги СДБО физическим лицам предоставляли 22 банка. Наиболее востребованной у физических лиц является услуга интернет-банкинга, к которой подключено 39,4% держателей карточек.

Необходимо обратить внимание на существенный рост количества пользователей мобильного банкинга: для юридических лиц – более 34,9 тыс., или 11,2% от общего количества пользователей СДБО, и для физических лиц – более 1,2 млн. человек, или 26,2% [6, с. 54-55].

Для того, чтобы привлечь потенциальных клиентов, белорусскому банку требуется выйти на лидерские позиции по улучшению и нововведениями в системе Интернет-банкинга. На данный момент времени лидером по совершенствованию и подаче Интернет-банкинга является ОАО «Белгазпромбанк».

За 2016 г. общее количество жителей Беларуси, которые являются пользователями СДБО, выросло на 25,9 % и превысило на 1 января 2017 г. 4,6 млн. человек. В том числе, количество пользователей интернет-банкинга составило более 3,4 млн. человек (рост на 14,2 % за 2016 год), мобильного банкинга – более 1,2 млн. человек (рост на 44 %). В корпоративном сегменте активно развивается тренд мобильного банкинга для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

Услугой «Интернет-банк» наиболее активно пользуются респонденты в возрасте 16–34 лет. С увеличением возраста доля опрошенных, использующих данную услугу, существенно снижается. Чаще всего совершают платежи через Интернет респонденты в возрасте 25–34 лет; респонденты с неполным высшим, высшим и послевузовским образованием. Реже других прибегают к данной услуге опрошенные в возрасте 60 лет и старше; с начальным, базовым и общим средним образованием [6, с. 54-55].

Результаты исследования показали, что Интернет-банкинг как составляющая белорусского маркетинга развивается в правильном русле. Клиенты банковских услуг с каждым годом увеличивают потребность в использовании мобильной сферы услуг. Так, клиенты, пользующиеся Интернет-банкингом на протяжении от 2 до 4 лет, составляют 38%. Тем временем, население, использующее интернет-банкинг от 1 и от 1 до 2 лет, составляют 31%. Можно сделать вывод, что развитие Интернет-банкинга не стоит на месте, потенциальные клиенты заинтересованы в использовании новых технологий, познания тенденций развития мобильного маркетинга.

Современные банки осваивают новое перспективное направление развития брокерских услуг, заключающееся в предоставлении физическим лицам доступа к международным валютным и фондовым рынкам (интернет-трейдинг).

Интернет-трейдинг – это способ доступа к торгам на валютной, фондовой или товарной бирже с использованием интернета, как средства связи.

Рост рынка Интернет-трейдинга сопровождается не только количественным увеличением предложения на рынке. Существенно повысилось качество услуг, прежде всего за счет расширения перечня доступных клиентам операций и сервисов.

Немаловажным является и правильный выбор рыночного посредника. Сегодня, когда конкуренция среди Интернет-брокеров многократно выросла, а активность инвесторов существенно упала, инвестиционные компании делают все возможное, чтобы создать своим клиентам наиболее благоприятные условия работы на фондовом рынке.

В результате прооведенного обзора экономической литературы зарубежных и белорусских ученых, можно констатировать, что опыт работы с клиентами и практика

применения инструментов банковского маркетинга за рубежом дают возможность банкам повысить качество обслуживания клиентов до мировых стандартов, что в настоящее время является актуальным не только для зарубежных, но и для белорусских банков. Примерами новых технологий можно считать разработку открытых программных интерфейсов (API) [7]. Это нововведение позволит повысить уровень качества услуг, снизить затраты и сократить ошибки и риски в работе кредитного учреждения.

Открытые API становятся своеобразными воротами к данным и услугам банков, и такое положение вещей может позволить и банкам, и представителям финансово-технической индустрии сохранить лицо, удовлетворить клиентов и заработать больше денег. В целом, можно констатировать, что с каждым днем растет понимание клиентов в отношении того, что совершать платежи удобнее и быстрее дистанционно, тем более что все возможности для этого банками уже созданы. Несмотря на то, что дистанция между планируемыми показателями и фактическими достаточно существенная, в нашем распоряжении есть еще время для того, чтобы совместными усилиями достичь значительных успехов в цифровой трансформации.

Наиболее активно используемым населением платежным инструментом для осуществления таких платежей по-прежнему является банковская платежная карточка. На 1 января 2017 г. в Республике Беларусь общее количество выпущенных в обращение карточек составило 12,7 млн. штук.

На основании исследования, представлены предложения по активизации Интернет-банкинга и Интернет-трейдинга:

1. Акцентировать внимание на целевой аудитории «студенты ВУЗов и СУЗов», так как: студенты являются проводниками IT- технологий в банковской сфере между родителями и банковским учреждением (на 01.01.2017 г. – 475 814 студентов в РБ).

2. Внедрение новой банковской услуги «финансовый менеджер», позволяющей мобильно вести учет собственных доходов и расходов, анализировать структуру затрат, намечать финансовые цели и достигать их к определенному времени, что актуально для молодых пользователей.

3. Создание банком «черного списка» для клиентов, не выполняющих свои обязательства, создание дополнительной информации о кредитоспособности клиента.

Список литературы

1. Интернет-банкинг и Интернет-трейдинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://myfin.by/ – Дата доступа: 20.01.2018.

2. Экспертное мнение. Интернет-банкинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.infobank.by/1604/Default.aspx – Дата доступа: 21.01.2018.

3. Белоножкина, Е.А. Анализ применения инструментов маркетинга на современном этапе развития рынка банковских услуг: зарубежный опыт и российская практика / Е.А. Белоножкина, С.П. Сазонов // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2017. – №26. – С.2-11.

4. Ковалев, М. Основные понятия интернет-банкинга / М. Ковалев // Вестник Ассоциации белорусских банков. – 2004. – № 13. – С.38-40.

5. Зыль, П. Стратегия развития цифрового банкинга на 2016–2020 годы: начало реализации/ П. Зыль // Банкаўскі веснік. – 2017. – № 5. – С. 49–53.

6. Повилан, А. Цифровая трансформация финансовых услуг / А. Повилан // Банкаўскі веснік. – 2017. – № 5. – С. 54–55.

The analysis of Internet-trading and Internet-banking on the market of banking services in the Republic of Belarus. The peculiarities of their application are revealed as marketing tools at the present stage of development of the banking services market in Belarus.

Гетман Анастасия Олеговна, студентка 4 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 – ***Витун Светлана Емельяновна,*** кандидат экономических наук, доцент, доцент факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: s.vitun@grsu.by.

УДК 658.155

Е. И. Горковенко

АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРИБЫЛИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ В ОАО «ЧЕРЛЁНА»

Рассмотрена сущность и система показателей прибыли и рентабельности ОАО «Черлёна». Представлен механизм формирования прибыли и показателей рентабельности в ОАО «Черлёна». Определены факторы и пути повышения прибыли и рентабельности в организации.

На современном этапе развития экономики Беларуси все более возрастает ответственность каждой организации в достоверности исчисления ею финансовых результатов, поскольку основной целью хозяйственной деятельности является получение прибыли. За счет нее выполняется часть обязательств организации перед бюджетом, банками и другими предприятиями [1, с. 13].

Прибыль ОАО «Черлёна» получает от производства и реализации продукции животноводства и растениеводства (рисунок).

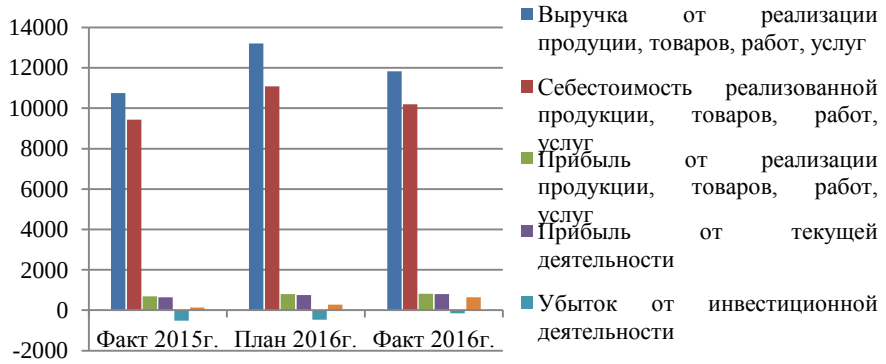


Рисунок – Динамика показателей прибыли ОАО «Черлёна», тыс. руб.

Источник: собственная разработка автора на основании Отчёта о прибылях и убытках ОАО «Черлёна» за январь-декабрь 2016 года.

По данным рисунка 1 можно сделать вывод, что в ОАО «Черлёна» выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг в 2016 г. увеличилась в сравнении с 2015 г., но планировалось получить больше. Себестоимость реализованной продукции, товаров, работ услуг находится в такой же динамике, как и выручка. Прибыль от реализации продукции, товаров, работ, услуг и прибыль от текущей деятельности изменилась незначительно. Убыток от инвестиционной деятельности в 2016 г. планировалось получить больше, чем фактически. Чистая прибыль увеличилась в 2016 г. по сравнению с 2015 г. и плановыми показателями (таблица 1).

Таблица 1 – Соотношение показателей прибыли ОАО «Черлёна» 2016 г. с 2015 г.

Наименование показателя	Еед. измерения	2015 год	2016 год	Отклонение	
				Тыс. руб	(%)
А	1	2	3	4=(3-2)	5=(4/2)*100
1. Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг	Тыс. руб.	10743	11821	1078	10,03
2. Себестоимость реализованной продукции, товаров, работ, услуг	Тыс. руб.	9437	10 201	764	8,10
3 .Валовая прибыль (стр.1-стр.2)	Тыс. руб.	1306	1620	314	24,04
4. Управленческие расходы, расходы на реализацию	Тыс. руб.	611	809	198	32,41
5. Прибыль (убыток) от реализации продукции, товаров, работ, услуг (стр.3-стр.4)	Тыс. руб.	695	811	116	16,69
6. Прибыль (убыток) от текущей деятельности	Тыс. руб.	642	792	150	23,36
7. Прибыль (убыток) от инвестиционной и финансовой деятельности	Тыс. руб.	-514	-148	-366	-71,21
8. Прибыль (убыток) до налогообложения (стр.6(+ -)стр.7)	Тыс. руб.	128	644	516	403,13
9. Чистая прибыль (стр.6 (+ -)стр.7)	Тыс. руб.	128	644	516	403,13

Источник: собственная разработка автора на основании Отчёта о прибылях и убытках ОАО «Черлёна» за январь-декабрь 2016 года.

Из таблицы 1 видно, что в ОАО «Черлёна» в 2016 г. валовая прибыль увеличилась на 314 тыс. руб. (24,04 %), в сравнении с 2015 г., и составила 1620 тыс. руб. Это произошло за счёт увеличения: выручки от реализации продукции, товаров, работ, услуг на 1078 тыс. руб. (10,03 %) и себестоимости реализованной продукции, товаров, работ, услуг на 764 тыс. руб. (8,10 %). Прибыль от реализации продукции, товаров, работ, услуг в 2016 г. составила 811 тыс. руб., что на 116 тыс. руб. больше, чем в 2015 г., в том числе за счёт увеличения: валовой прибыли – на 314 тыс. руб.(24,04 %) и управленческих расходов – на 198 тыс. руб. (32,41 %). Чистая прибыль организации в 2016 г. составила 644 тыс. руб., что на 516 тыс. руб. (403,13 %) больше чем в 2015 г.

Рентабельность – это качественный, стоимостный показатель, характеризующий уровень отдачи вложенных затрат или уровень использования ресурсов, которые имеются в наличии предприятия, связанный с достижением определенного хозяйственного результата. Рентабельность характеризует результативность (эффективность) работы предприятия, дает представление о способности предприятия увеличивать свой вложенный капитал [2, с. 306] (таблица 2).

Таблица 2 – Соотношение показателей рентабельности ОАО «Черлёна»

Наименование показателя	Ед. изме-рения	2015 год	2016 год	Отклонение тыс.руб. (+/–)
А	1	2	3	4=(3-2)
1. Прибыль (убыток) от реализации продукции, товаров, работ, услуг	Тыс. руб.	695	811	116
2. Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг (с учетом налогов и сборов включаемых в выручку)	Тыс. руб.	11 948	13017	1069
3. Рентабельность продаж (стр.1/стр.2*100)	%	5,8	6,2	0,4
4. Себестоимость реализованной продукции, товаров, работ, услуг	Тыс. руб.	9437	10 201	764
5. Управленческие расходы	Тыс. руб.	611	809	198
6. Расходы на производство и реализацию (стр.4+стр.5)	Тыс. руб.	10048	11010	962
7. Рентабельность продукции, товаров, работ, услуг (стр.1/стр.6*100)	%	6,9	7,4	+0,5
8. Прибыль (убыток) до налогообложения	Тыс. руб.	128	644	516
9. Рентабельность продаж по прибыли организации (стр.8/стр.2*100)	%	1,1	4,9	3,8
10. Сумма полученной прибыли (убытка) без учета государственной поддержки	Тыс. руб.	- 300	79	379
11. Рентабельность продаж по прибыли без учета государственной поддержки (стр.10/стр.2*100)	%	- 2,5	0,6	+3,1

Источник: собственная разработка автора на основании Отчёта о прибылях и убытках за январь-декабрь 2016 года

По данным таблицы 2 можно сделать вывод, что в 2016 г. в ОАО «Черлёна» уровень прибыли на каждый рубль объема продаж составил 6,2 руб., что на 0,4 % выше, чем в 2015 г. Поэтому, ОАО «Черлёна» может несколько снизить цены, не рискуя понести убытки. Рассмотрим, как изменения прибыли и выручки от реализации повлияли на динамику рентабельности продаж.

Изменение рентабельности за счет увеличения прибыли от реализации продукции, товаров, работ, услуг при неизменной выручке расчитывается (1):

$$\Delta R\ (\Delta П) = П_{2015} / В_{2015} - П_{2016} / В_{2015} \quad (1)$$

где R-рентабельность продаж;

П - прибыль от реализации продукции, товаров, работ, услуг;

В- выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг(с учетом налогов и сборов включаемых в выручку).

ΔR (ΔП) = 695/11948 – 811/11948= 5,8 – 6,8 = + 1 %

Изменение рентабельности за счет увеличения выручки от реализации продукции, товаров, работ, услуг при фактическом уровне прибыли определим следующим образом (2):

$$\Delta R\ (\Delta B) = П_{2016} / В_{2015} - П_{2016} / В_{2016} \quad (2)$$

$\Delta R\ (\Delta B)$= 811/11948 – 811/ 13017 = 6,8 – 6,2 = - 0,6 %

Таким образом, увеличение прибыли на 116 тыс. руб. позволило повысить рентабельность продаж на 1 %.Увеличение выручки от реализации на 1069 тыс. руб. оказалось недостаточным для увеличения рентабельности. В результате, несмотря на прирост выручки на 9 %, уровень рентабельности снизился на 0,6 %.

Рассмотрим влияние факторов на динамику рентабельности реализации продукции, работ, услуг. Изменение рентабельности за счет увеличения прибыли от реализации продукции, товаров, работ, услуг при неизменных затратах составит (3):

$$\Delta Rr\ (\Delta П) = П_{2015} / Р_{2015} - П_{2016} / Р_{2015}, \quad (3)$$

где Rr -рентабельность от реализации товаров, работ, услуг;

Р - расходы на производство и реализацию.

$\Delta Rr\ (\Delta П)$= 695/10048 – 811/10048 = 6,9 – 8,1 = 1,2%

Рассчитаем изменение рентабельности за счет увеличения затрат на реализацию продукции, товаров, работ, услуг при фактической прибыли (4):

$$\Delta Rr\ (\Delta Р) = П_{2016} / Р_{2015} - П_{2016} / Р_{2016}. \quad (4)$$

$\Delta Rr\ (\Delta Р)$= 811/10048 – 811/11010 = 8,1 – 7,4 = - 0,7%

Таким образом, увеличение прибыли на 116 тыс. руб. также оказало положительное влияние на увеличение рентабельности продукции (+ 1,2 %). Увеличение затрат на реализацию на 962 тыс. руб. оказало негативное влияние на рентабельность продукции, в результате данный показатель снизился на 0,7 %.

Рентабельность продаж без учёта государственной поддержки в 2016 г. увеличилась на 4,1 %, по сравнению с 2015 г., и составила 0,6 %.

Таким образом, проведенный анализ показателей рентабельности свидетельствуют о повышении в 2016 г. конечной эффективности производственно-финансовой деятельности ОАО «Черлёна» по сравнению с 2015 г. Однако уровень рентабельности продаж и продукции вырос не так существенно, поэтому организации необходимо проводить оценку влияния объективных и субъективных факторов на формирование прибыли (таблица 3).

Таблица 3 – Соотношения фактических и плановых показателей прибыли и рентабельности ОАО «Черлёна»

Наименование показателя	2016 год (план)	2016 год (факт)	2017 год (план)	Изменение	
				Отклонение тыс. руб. (+/–)	
А	1	2	3	4=(3-2)	5=(4-3)
Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг (с НДС), тыс. руб.	13017	11 821	14010	-1196	2189
Себестоимость реализованной продукции, товаров, работ, услуг, тыс. руб.	10214	10 201	10993	-13	792

Продолжение таблицы 3

Прибыль, убыток (-) от реализации продукции, товаров, работ, услуг, тыс. руб.	798	811	913	13	102
Чистая прибыль, убыток (-), тыс. руб.	631	644	700	13	56
Рентабельность реализованной продукции, товаров, работ, услуг, %	7,2	7,4	7,7	0,2	0,3
Рентабельность продаж, %	6,1	6,2	6,5	0,1	0,3

Источник: собственная разработка на основании Отчёта о прибылях и убытках за январь-декабрь 2016 года, Бизнес-плана на 2017 год.

По данным таблицы 3 видно, что в ОАО «Черлёна» в 2016 г. не выполнены плановые показатели выручки от реализации продукции, товаров, работ, услуг (с НДС) на 1196 тыс. руб. В 2017 г. планировалось получить выручку от реализации 14010 тыс. руб., что на 2189 тыс. руб. больше фактического уровня. Себестоимость реализованной продукции в 2016 г. фактически была ниже на 13 тыс. руб., чем планировалось. В целом ОАО «Черлёна» планирует увеличить выручку продукции в 2017 г. на 7,6 %, прибыль – на 102 тыс. руб., в 2016 г. этот показатель увеличился по сравнению с планируемым на 13 тыс. руб. Чистая прибыль в организации также оказалась выше планируемой на 13 тыс. руб. Планировалось в 2017 г. получить чистой прибыли 700 тыс.руб., что на 56 тыс. руб., больше чем по результатам деятельности в 2016 г.

Таким образом, результаты проведенного исследования свидетельствуют, что прибыль до налогообложения в ОАО «Черлёна» за исследуемый период увеличилась на 516 тыс. руб. Значительно сократились убытки от финансовой и инвестиционной деятельности (на 366 тыс. руб.). Следует и дальше проводить мероприятия по эффективности использования инвестиционных и финансовых активов. Результаты анализа рентабельности ОАО «Черлёна» продемонстрировали, что показатели рентабельности имеют тенденцию к незначительному росту. Негативное влияние на динамику показателей оказывают такие факторы, как рост себестоимости и управленческих расходов. Подводя итоги, можно сделать вывод, что предприятие работает успешно, но руководству организации необходимо в дальнейшем принимать меры по оптимизации структуры капитала, разрабатывать эффективные управленческие решения с целью увеличения дохода и снижения затрат.

Список литературы

1. Мельник, М.В. Комплексный экономический анализ: учебное пособие / М.В. Мельник [и др.] – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2014. – 368 с.

2. Калинина, А.П. Экономический анализ: учебник для бакалавров / под ред. Н.В. Войтоловского, А.П. Калининой, И.И. Мазуровой. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во Юрайт, 2014. – 548 с.

The essence and system of indicators of profit and profitability of JSC "Cherlona" is considered. The mechanism of profit formation and profitability indicators in JSC Cherlona is presented. The factors and ways of increasing the profit and profitability in the organization are determined.

Горковенко Екатерина Игоревна, студентка 4 курса специальности «Бухгалтерский учёт, анализ и аудит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, г. Гродно, Беларусь. E-mail:Ekaterina-gorkovenko@mail.ru

Научный руководитель – ***Добриян Тамара Александровна***, старший преподаватель кафедры финансов и бухгалтерского учёта факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, г. Гродно, Беларусь. E-mail: dobriyan_ta@grsu.by

УДК 368.9

Е. С. Жук

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ НАКОПИТЕЛЬНОГО СТРАХОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Проанализировано современное состояние рынка накопительного страхования в Республике Беларусь, изучены тенденции развития накопительного страхования с учетом происходящих интеграционных процессов и выявлены факторы, негативно влияющие на развитие данной отрасли страхования. Определены основные проблемы развития накопительного страхования и предложены пути совершенствования рынка накопительного страхования в Республике Беларусь.

Накопительное страхование, и, в первую очередь, страхование жизни является важной частью финансового рынка, позволяющей стимулировать инвестиционный процесс в стране, повышать социальную защищенность граждан. С точки зрения накопления и концентрации средств, возможности страхования жизни достаточно велики. Развитие долгосрочного страхования жизни ведет к созданию крупных инвестиционных ресурсов, позволяет финансировать серьезные государственные и коммерческие проекты в различных отраслях экономики.

Личное страхование компенсирует недостаточность государственных социальных гарантий, выступает источником дополнительного дохода граждан, а также дает возможность создать некоторые накопления к заранее установленному времени. Страховые компании способствуют привлечению инвестиционных ресурсов, осуществляют активное участие в социальных программах. Одной из особенностей накопительного страхования является его долгосрочный характер, что позволяет инвестировать существенную часть резервов в долгосрочные проекты. Во всем мире накопительное страхование жизни рассматривается как мощный источник инвестирования в экономику и как наиболее действенный инструмент решения социальных проблем.

Рассмотрим зарубежную практику в отношении изучаемых видов страхования. В целом, по Европе премии по страхованию жизни составляют около 60 % от общего объема премии. На долю четырех крупнейших рынков Великобритании, Германии, Франции и Италии – приходится три четверти от объема собираемой премии по страхованию жизни в Европе. Доля этого вида настолько высока, благодаря исполняемой им роли накопителя средств.

В 2017 году добровольное страхование жизни и дополнительной пенсии осуществляли 3 страховые организации, одна из них государственная — РДУСП «Стравита» и две частные — УСП «Приорлайф» и ОАСО «Пенсионные гарантии» (С 17 января 2017 г. прекращено действие специального разрешения (лицензии) на осуществление страховой деятельности № 02200/13-00004, выданного ОАСО «Пенсионные гарантии»). На долю РДУСП «Стравита» приходится около 75 % от всех страховых сборов по страхованию жизни. Доля страховых взносов по видам страхования, относящимся к страхованию жизни, в ВВП в 2017 году составила 0,09 % (0,07 % — в 2016 г.), размер взноса на душу населения — 4,6 доллара США (3,9 доллара – в 2016 г.) [2].

Развитию личного страхования уделено значительное внимание на государственном уровне. Так, Республиканской программой развития страховой деятельности на 2016-2020 годы, утвержденной Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 15.11.2016 г., предусмотрено развитие накопительного личного страхования, как одного из основных приоритетов [1].

В целом, по добровольному страхованию жизни и дополнительной пенсии в 2017 году было начислено 102 835 тыс. рублей страховых премий. В сравнении с 2016 годом, когда по данному сегменту страхования было начислено 86 701 тыс. руб. премий, можно зафиксировать рост сборов на 18,6 %, а в 2016 году по сравнению с 2015 годом рост составил 48,9 % .

За 2015 год наблюдается преобладание страховых взносов по страхованию дополнительной пенсии (36 052 тыс. руб.). А за 2016 год преобладающим оказалось страхование жизни, незначительно превысив страхование дополнительной пенсии (1,9 %).

По состоянию на 1 января 2018 года страховые взносы по страхованию жизни составили 55 168 тыс. рублей. По сравнению с 1 января 2017 года, рост составляет 26,1 %, а 1 января 2016 с 1 января 2015 годом – рост в размере 97,1 % [2].

Стоит также отметить, что 2015 год стал переломным для страхования жизни в плане востребованности со стороны юридических лиц. Юридические лица в 2015 году обеспечили 44,9 % премии по страхованию жизни, а в 2016 году 62,8 % от общей суммы взносов по добровольному страхованию жизни и дополнительной пенсии.

Анализируя страховые взносы в разрезе различных страховых организаций, лидирующую позицию занимает РДУСП «Стравита» (78 089 тыс. рублей).

По сравнению с соответствующим периодом прошлого года наблюдается рост на 26,2 %. Сравнивая данные 2016 и 2015 годов, рост страховых выплат составляет 51,7 %.

Доля выплат физическим лицам составила 30,6 % от общего объема выплат по добровольному страхованию жизни и дополнительной пенсии.

Всего за 2017 год по добровольному страхованию жизни было выплачено страхового обеспечения на сумму 17 283 тыс. рублей (в 2016 году – 15 216 тыс. рублей). Рост на 13,6 %. По состоянию на 1 января 2018 года выплата страхового обеспечения по дополнительному страхованию пенсии составили 14 551 тыс. рублей, спад по сравнению с 1 января 2017 года на 31,7 %.

Лидером по выплате страхового обеспечения в Республике Беларусь является РДУСП «Стравита». На 1 января 2018 года страховые выплаты составили 20 324 тыс. рублей [2].

Всего по добровольному страхованию жизни и дополнительной пенсии за 2017 год заключено 21 928 договоров. По сравнению с 2016 годом, количество заключенных договоров увеличилось на 86,1 %. При этом, указанный рост был обеспечен увеличением количества договоров по обоим видам страхования. Наибольший прирост заметен по договорам добровольного страхования дополнительной пенсии, заключенным с физическими лицами, – 121,7 %. Одновременно с существенным ростом начисленных страховых взносов и количества заключенных договоров сохраняется тенденция снижения числа застрахованных в большей степени за счет сокращения застрахованных по договорам добровольного страхования жизни с физическими лицами (в 2015 году – на 17,4 %, в 2016 г. – на 52,2 %).

Сумма страховых резервов, сформированных страховыми организациями по видам страхования, относящимся к страхованию жизни, по состоянию на 1 января 2018 года составила 439 083 тыс. рублей (на 1 января 2017 года — 348 300 тыс. рублей) [2].

Среди основных факторов, сдерживающих развитие накопительного страхования в Республике Беларусь, можно выделить:

1. значительный уровень инфляции (за 2017 год уровень инфляции – 9 %, 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 2018 г. наибольший удельный вес в сегменте страхования жизни занимает РДУСП «Стравита» – 75,9 %;

3. невысокие доходы населения, ограничивающие спрос на страховые услуги. Так, средняя заработная плата в стране на 1 января 2018 г. составила 431,9 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 накопительных видов 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.

По итогам прошлого года в общем объеме поступления страховых взносов по долгосрочным накопительным видам страхования доля Стравиты составила 75,9 %, доля Приорлайф – 24,1 %.

Сложившуюся ситуацию на рынке страхования жизни обусловило несколько причин: во-первых, страхование жизни – это специфический бизнес, т. к. его основой является человек: его здоровье, жизнь, трудоспособность. Во-вторых, развитию конкуренции на этом рынке препятствуют действующие нормы законодательства: если предприятие хочет застраховать работников, то страховые взносы компания может отнести на затраты только в случае страхования в Стравите. В случае страхования в частной компании такой возможности нет.

Положительным моментом является внесение в Указ Президента Республики Беларусь «О совершенствовании пенсионного обеспечения» от 11 апреля 2016 года №137, которым предусматривается поэтапное повышение пенсионного возраста, пункта, в соответствии с которым руководителям организаций также рекомендовано шире применять практику участия нанимателей и работников в программах добровольного страхования дополнительной пенсии. Это предполагает развитие конкуренции на рынке страхования жизни.

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 накопительное 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.

Развитие долгосрочного страхования жизни, в том числе с выплатой рент и аннуитетов, также позволяет привлечь значительные инвестиционные ресурсы и дает возможность населению получать дополнительный доход.

Необходимо расширять международное сотрудничество с иностранными компаниями с целью внедрения новых технологий на рынок белорусского страхования, укрепления платежеспособности страховщиков, обеспечения динамичного экономического развития сектора страхования посредством притока иностранного капитала.

У рынка страхования жизни большой потенциал. В ближайшее время рынок накопительного страхования жизни в нашей стране будет расти в среднем на 30-40% в год. Основной движущей силой развития рынка страхования жизни станут корпоративные клиенты, а наиболее интересным продуктом – смешанное страхование жизни.

Таким образом, намеченные пути совершенствования рынка накопительного 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. – 2018. – Режим доступа: http://www.government.by/upload/docs/filed82d61bf349c0a5e.PDF. – Дата доступа: 03.03.18.

2. Надзор за страховой деятельностью// Официальный сайт М-ва финансов Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: http://minfin.gov.by/supervision/stat/2017/stat/128286bcdec34967.html. – Дата доступа: 03.03.2018.

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 4 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 – ***Крупенко Юлия Вячеславовна,*** магистр экономических наук, старший преподаватель кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: krupenko_jv@grsu.by

УДК 336.1(574)

А. Т. Ибрашева

РАЗВИТИЕ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН: ОБЗОР КЛЮЧЕВЫХ ТЕОРИЙ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗРАБОТКЕ ПОЛИТИКИ

Статья посвящена основным идеям для эффективного развития экспортно-ориентированной экономики Казахстана. В исследовании обсуждаются и предлагаются идеи о том, как преодолеть нынешние обстоятельства. Статья рекомендует сосредоточиться на новых экспортно-ориентированных отраслях и строить новую экспортную политику в качестве мер по улучшению экспортного потенциала Республики Казахстан.

Сегодня Казахстан является основным экспортером сырья и строит свои новые ориентировки на экспорт высокоценных отраслей промышленности и производства. Если опираться на теории международной торговли и экспорта, то экономическое процветание ведущих восточно-азиатских стран, таких как Сингапур, Таиланд, Малайзия, Тайвань, зависит от ориентации на внешнюю политику. Также, одной из основных причин является наличии квалифицированных инженеров и более дешевых ресурсов в развивающихся странах, которые были привлекательны для продвижения производств из Японии, США или Европы. Вопрос в том, как Казахстан может эффективно управлять своим экспортным потенциалом для развития своих уникальных продуктов и услуг для международных рынков. В период радикальных преобразований торговля была единственным ключом к экономической стабильности Казахстана и практически любой постсоветской страны, особенно стран Центральной Азии и СНГ, не имеющих выхода к морю. Обладая большими природными ресурсами, Казахстан находится в центре евразийского континента, соседствующего с Китаем на востоке, с Россией на севере и с Кыргызстаном, Туркменистаном и Узбекистаном на юге. Он обеспечивает преимущества в области транзита и логистики и для производства новых инновационных продуктов для соседних рынков.

С другой стороны, произведенные товары из Казахстана не отвечали потребностям и требованиям международных рынков и, как следствие, многие государственные коммерческие организации, к сожалению, неуклонно закрывались. Это повлияло на экономические показатели, которые не только ухудшались, но и заменялись новыми концепциями рынка, макро- и микро- индикаторами. Свободные рыночные отношения и экономика были приоритетной задачей для Казахстана по укреплению своей экономики. Казахстан является основным импортером авиационного и автомобильного топлива из других стран.

Это показывает, что экспортная политика Казахстана сосредоточена на добыче и экспорте сырья, а не на создании основных дополнительных секторов и отраслей, которые могли бы поддерживать экспорт товаров и услуг высокой стоимости с меньшими транспортными издержками.

Импорт РК на 2017 год составил 25,2 млрд. долл. США. В том числе, импорт сырья 2,2 млрд. долл. США (увеличение на 1,8%), а импорт обработанных товаров 23 млрд. долл. США(снижение на 19,1%). Структура импорта обработанной продукции в рассматриваемом периоде: промежуточные товары (трубная продукция, запорная арматура, изделия из черных металлов, металлоконструкции, изолированные провода и т.д.) – сократились на 16,5%; потребительские товары(нефтепродукты, лекарственные средства, автомобили, табак, шоколад, мебель и т.д.) – сократились на 21,4%; средства производства (сотовые, телефоны, насосы, компьютеры, летательные аппараты, центрифуги и т.д.) – сократились на 21,1% (таблица 1).

Таблица 1 – Структура импорта РК за 2017 год

В млрд.долл.США	2016	2017	Прирост	Доля
Импорт РК	30,6	25,2	-17,6%	100%
В том числе:				
Сырьевые	2,1	2,2	1,8	9%
Обработанные	28,4	23,0	-19,1%	91%
Промежуточные товары	12,9	10,8	-16,5%	43%
Потребительские товары	7,9	6,2	-21,4%	25%
Средства производства	7,6	6,0	-21,1%	24%

Источник: разработка агентства статистики РК [2]

Была введена инициатива Казахстана по созданию Евразийского экономического союза как долгосрочной стратегии по устранению торговых барьеров и снижению стоимости перевозок путём создания единых торговых стандартов во всей Евразийской части. Много нерешенных политических, социальных и культурных вопросов входят в список наивысших приоритетов этих политических союзов. В РК основными препятствиями для роста экспортного потенциала являются традиционное мышление местного руководства не подходящее для быстро меняющейся глобальной среды [1,с.82].

В качестве рекомендаций для государственной политики Казахстана, которая, в свою очередь, может заложить основу для более глубокого анализа и конкретных рекомендаций на уровне стран, можно отметить следующее:

Во-первых, Казахстан имеет преимущества в области транзита и логистики. Создавая эффективные и передовые логистические системы, Казахстан может ежегодно увеличивать свои доходы от транзитных услуг более чем на 5-10 млрд. долл. США в год. Известно, что средний рост мирового экспорта транспорта составляет 5%, страховых услуг – 8%, услуг связи – 8%, а туристических услуг – 6%.

Во-вторых, для Казахстана важно внедрять инновации в создание своих инфраструктур и установок для производства различных видов топлива и источников энергии. По данным Всемирной торговой организации , среднегодовые темпы роста мирового экспорта топлива за 1995-2017 гг. увеличились более чем на 12%. Казахстан является основным экспортером сырой нефти в Центральной Азии, поэтому специализация в области энергетических технологий и альтернативных источников энергии добавляет абсолютное конкурентное преимущество Казахстана в области экспорта высокоценных и безопасных энергетических технологий.

В-третьих, наиболее востребованные сектора народного хозяйства – это добыча полезных ископаемых и сельское хозяйство. Годовые темпы роста в этих отраслях составляют более 5%. Казахстан, с его обширными территориями и травяными районами, является наиболее благоприятной средой, где правительству следует сосредоточиться на сельскохозяйственном и химическом секторах для поддержки этих отраслей для развития экспорта [2].

Экспорт РК в 2017 году составил 36,8 млрд. долл. США, что на 20% ниже, чем в 2016 году. В основном экспорт сократился за счет снижения поставок сырьевых товаров – почти на четверть (25,2%) и обработанных товаров – на 8,2%, объемы которых составили 23,9 и

12,9 млрд. долл. США соответственно. Динамика изменений структуры экспорта в РК представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Структура экспорта Республики Казахстан, %

В млрд.долл.США	2016	2017	Прирост	Доля
Экспорт РК	46,0	36,8	-20,0%	100%
В том числе:				
сырьевые	31,9	23,9	-25,2	64,9%
обработанные	14,1	12,9	-8,2%	35,1%
Промежуточные товары	11,6	10,9	-5,4%	29,7%
Потребительские товары	2,1	1,6	-22,4%	4,4%
Средства производства	0,4	0,4	-14,2%	1,0%

Источник: разработка агентства статистики РК [2]

Причинами снижения экспорта являются: сокращения поставок следующих товаров: сырая нефть – на 27,6 % (с 26,8 до 19,4 млрд. долл. США), газы нефтяные – на 27,1 % (с 2,4 до 1,7 млрд. долл. США, уран – на 24,5 % (с 2,3 до 1,8 млрд. долл. США), нефтепродукты на 41,3 % (с 1,4 до 0,8 млрд. долл. США), золото – на 93,3 % (с 211,8 до 14,2 млн. долл. США), сера на 53 % (с 328,2 до 154,3 млн. долл. США), уголь – на 31,2 % (с 438,9 до 302 млн. долл. США). Сырая нефть и другие товары , занимают 79,5 % всего объема экспорта в Казахстане. Основные товары, поставляемые на экспорт на период 2016 и 2017 годов: медь, уран, газы нефтяные, ферросплавы, нефтепродукты, пшеница, серебро, цинк, мука.

Также, необходимо создать справедливую бизнес-среду и правовую среду, в которых конкурентное преимущество компаний может формироваться за счет развития квалифицированных кадровых ресурсов и изменения менталитета местных потребителей, особенно в государственных структурах и политических институтах. Особенно это необходимо в тех странах СНГ, где национальные корпорации ограничены для развития своего экспорта высоко затратными структурами, неквалифицированными человеческими ресурсами и их неспособностью общаться и конкурировать на региональном и глобальном уровнях с китайскими и европейскими фирмами.

Экспорт имеет определенные риски, и поэтому экспортеры должны иметь поддерживаемые правительством программы страхования и стимулирования для покрытия основных видов экспортного риска и стимулирования производства для внешних рынков. Такие программы особенно полезны для новых предприятий и предпринимателей, которые начали с предприятий малого и среднего бизнеса для экспорта.

Подведя итоги, можно отметить, что источники для увеличения экспортного потенциала Казахстана были рассмотрены на основе многих теорий.

Предлагаемые рекомендации являются специфическими для страны, но могут применяться и в других странах. Многие теории поддерживают аргументы и программы Казахстана в том, как развивать экспортный потенциал, что, в свою очередь, показывает правильное направление исследования. В будущих исследованиях следует сосредоточиться на анализе переменных для изучения показателей экономического роста и его

взаимоотношений с государственными программами Казахстана. Кроме того, важно провести углубленный анализ экспортно-ориентированных компаний Казахстана и их моделей, роста экспортного потенциала в среднесрочной и долгосрочной перспективе. Это даст понимание того, как поддерживать эти компании, чтобы постепенно наращивать экспорт. Кроме того, важно рассмотреть отрасли с приоритетной обработкой, чтобы определить возможности для достижения своих абсолютных преимуществ в международных и региональных сделках.

Список литературы

1.Мадиярова, Д. М. Стратегия формирования внешнеэкономической политики: учебное пособие / Д. М. Мадиярова . – Алматы: Экономика. – 182 с.

2.Официальный сайт Агентства РК по статистике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.stat.kz. – Дата доступа: 18.02.2018.

The article is devoted to the basic ideas for the effective development of Kazakhstan's export-oriented economy. The study discusses and suggests ideas on how to overcome current circumstances. The article recommends focusing on new export and import-oriented industries and building a new export policy as measures to improve Kazakhstan's export potential.

Ибрашева Аксана Тельмановна, студентка 2 курса специальности «Государственное и местное управление» факультета экономики Евразийского Национального Университета имени Льва Николаевича Гумилёва, Астана, Казахстан. E-mail: ibrashevaaksana71@gmail.com.

Научный руководитель - ***Сембиева Ляззат Мыктыбековна,*** доктор экономических наук, профессор Евразийского Национального Университета имени Льва Николаевича Гумилёва, Астана, Казахстан. E-mail: sebijeva@enu.kz.

УДК 336.146

Д. О. Капцевич

ИСПОЛНЕНИЕ БЮДЖЕТА СЕКТОРА ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

В статье рассмотрены сущность бюджета и бюджетного дефицита, анализ доходов и расходов бюджета сектора государственного управления. Дана характеристика исполнения бюджета в 2016-2017 годах. Сделан вывод о сбалансированности бюджета.

Бюджет – одно из ключевых понятий экономики, подразумевающее собой план денежных доходов и расходов субъекта. Такими субъектами могут выступать домохозяйства, организации, государства и т.д. Непосредственно государственный бюджет – это ведущее звено финансовой системы любой страны. Состояние и планирование государственных финансов играет ведущую роль в экономике в связи с широким развитием финансовых отношений. Благодаря бюджету, государство регулирует процесс формирования и использования денежных средств в различных звеньях экономики. Бюджет выступает балансирующим звеном в развитии и реформировании экономики, а также социальной поддержки всех слоев населения [1].

В Республике Беларусь бюджет имеет силу закона и разрабатывается Министерством финансов на очередной финансовый год вместе с расчетами, аналитическими и другими материалами в соответствии с законодательством.

Дефицит государственного бюджета подразумевает превышение расходов бюджета государства над его доходами. В случае, когда бюджетный дефицит сохраняется на

протяжении долгого времени и адекватно предпринятые меры по его устранению не помогают в разрешении ситуации, государственный дефицит неизбежно перерастает в государственный долг. Дефицитность государственного бюджета и высокий государственный долг характерны на современном этапе для большинства промышленно развитых стран и являются неотъемлемыми спутниками современной экономики. В условиях функционирования рыночных отношений трудно обеспечить рыночное равновесие [3, с. 318].

В результате кредитной экспансии государства прочие заемщики вытесняются с финансового рынка, сохраняются высокие ставки на кредит. Огромные расходы по обслуживанию государственного долга поглощают все большую долю налоговых поступлений. Как следствие негативных явлений в экономике, дефицит создает серьезную угрозу для развития общества, поскольку расшатывает денежное обращение, усугубляет инфляционные процессы, ограничивает возможности финансирования материальной, непроизводственной сферы, социальной защиты населения.

При решении проблемы государственного долга и дефицита государственного бюджета, необходимо владеть полной и актуальной информацией о доходах и расходах бюджета. Ведь именно от его сбалансированности зависит итоговый финансовый результат. Необходимо активно отслеживать данные о поступлении и расходовании денежных средств бюджета, проводить их тщательный анализ, а также следить за динамикой изменений.

Данные, полученные в ходе анализа, могут быть использованы правительственными органами для принятия обоснованных управленческих решений. Данные об исполнение бюджета сектора государственного управления (республиканский бюджет, местные бюджеты, государственный внебюджетный Фонд социальной защиты населения Республики Беларусь, государственный внебюджетный Фонд универсального обслуживания Министерства связи и информатизации, государственный внебюджетный Фонд гражданской авиации и государственный внебюджетный Фонд Департамента исполнения наказаний) представлены в таблице 1.

Таблица 1– Исполнение доходной части бюджета сектора государственного управления

Показатели	Исполнено за 2016, млн. руб.		Исполнено за 2017, млн. руб.		Изменение 2016 / 2017, %	
	Всего	Респ. бюджет	Всего	Респ. бюджет	Всего	Респ. бюджет
Всего доходов	38848,4	17741,1	42898,9	19776,2	9,4	10,3
из них:						
- налог на прибыль	2325	727,3	2915	1020,7	20,2	28,7
- налог на добавленную стоимость	8235	5682,1	9247,6	6380,9	10,9	11,0
- акцизы	2185,6	2185,6	2342,5	2342,5	6,7	6,7
- доходы от внешнеэкономической деятельности	3431,8	3431,8	3546,6	3546,6	3,2	3,2
- поступления в Фонд социальной защиты населения	11731,5	X	12439	X	5,7	X

Продолжение таблицы 1

- доходы Фонда универсального обслуживания	33,6	X	38,2	X	12,0	X
- доходы Фонда гражданской авиации	21,3	X	27,2	X	21,7	X
- доходы Фонда Департамента исполнения наказаний	1,16	X	2,1	X	44,8	X

Источник: собственная разработка автора на основании данных [2]

Исходя из полученных данных, можем отметить, что доходы бюджета сектора государственного управления в 2017 году составили 42898,9 млн. рублей, что на 9,4 процента больше показателя предыдущего года. Это связанно с увеличением налоговых поступлений, наибольший удельный вес в которых занимает налог на добавленную стоимость. 65,5 процентов от общего объема налоговых поступлений в бюджет.

Также можем отметить, что доходы республиканского бюджета в 2017 году составили 19776,2 млн. рублей, что выше показателя 2016 года на 10,3 %, или 2035,1 млн. рублей. Это также связанно с увеличением налоговых поступлений в бюджет. Изменение объема поступлений от налога на добавленную стоимость составляет 11%, однако наибольшая динамика изменений прослеживается в поступлениях от налога на прибыль – 28 %.

В целом, в 2017 году поступление НДС составило 9247,6 млн. рублей, что больше показателя 2016 года на 10,9 процента. Это произошло за счет расширения базы товаров и услуг, которые облагаются НДС. Налога на прибыль поступило 2915 млн. рублей, увеличившись по сравнению с 2016 годом на 20,2 процента. Акцизы поступили в сумме 2342,5 млн. рублей, что больше показателя 2016 года на 156,9 млн. рублей, притом, что на некоторые товары, например, автомобильное топливо или отдельные виды алкогольных напитков, ставки акцизов в 2017 году не повышались.

Отметим, что доходы от внешнеэкономической деятельности, по сравнению с предыдущим годом, также увеличились и составили 3431,8 млн. рублей. Это говорит об эффективности проводимой внешнеэкономической политики и свидетельствует о широких межгосударственных связях, что позволяет обмениваться передовыми технологиями и международным опытом, обеспечивает доступ государства к иностранным рынкам, что положительно влияет на национальную экономику, способствует притоку иностранного капитала в страну.

Поступления в Фонд социальной защиты населения составили 12439 млн. рублей, что больше показателя 2016 года на 707,7 млн рублей или 12 процентов. Доходы фонда универсального обслуживания увеличились также на 12,0 процентов или на 4,6 млн. рублей и составили 38, млн. рублей. Фонд гражданской авиации – 27,2 млн. рублей, что больше 2016 года на 5,9 млн. рублей. Фонд Департамента исполнения наказаний увеличился на 44,8 процента или 0,94 млн. рублей.

По состоянию на 1 января 2018 года задолженность по налогам и сборам составила 101,8 млн. рублей, а по состоянию на 1 января 2017 года – 131,6 млн. рублей. Следовательно, в 2017 году государству выплатили 29,8 млн. рублей, что говорит о постепенном снижении данной задолженности, однако темпы снижения не достаточно быстрые и высока вероятность обесценивания денежных средств в ходе инфляции. Для этого, в Республике Беларусь разрабатывается лояльная налоговая политика, дающая возможность каждому налогоплательщику вовремя и в полном объеме погасить задолженность перед бюджетом (таблица 2).

Таблица 2– Исполнение расходной части бюджета сектора государственного управления

Показатели	Исполнено за 2016, млн. руб.		Исполнено за 2017, млн. руб.		Изменение 2016 / 2017, %	
	Всего	Респ. бюджет	Всего	Респ. бюджет	Всего	Респ. бюджет
Всего расходов	37466,8	16759,6	39754,6	16999,9	5,8	1,4
из них:						
- общегос. деятельность	6900,8	7864,5	7265,3	7802,6	5,0	-0,8
- национальная экономика	4252,2	2744,7	4280,8	2712,4	0,7	-1,2
- расходы на финансирование социальной сферы (социальная политика, образование, здравоохранение, физическая культура, спорт, культура и средства массовой информации, Фонд социальной защиты населения)	23363,8	3431,2	12604,3	3592	-85,4	4,5
- расходы Фонда универсального обслуживания	40,8	X	27	X	-51,1	X
- расходы Фонда гражданской авиации	28,4	X	23,8	X	-19,3	X
- расходы Фонда Департамента исполнения наказаний	0,91	X	1,48	X	38,5	X
Превышение доходов над расходами (+), Дефицит (-)	1381,6	981,5	3144,3	2776,3	56,1	64,6

Источник: собственная разработка автора на основании данных [2]

Как показывают данные таблицы 2, расходы бюджета сектора государственного управления за 2017 год составили 39754,6 млн. рублей, увеличившись на 5,8 процентов по сравнению с показателем 2016 года. В свою очередь, расходы республиканского бюджета составили 16999,9 млн. рублей, увеличившись на 1,4 процента. Можно отметить, что в структуре расходов бюджета наибольший удельный вес составляют расходы на финансирование социальной сферы. Это говорит о направленности государства на улучшение качества жизни населения, а также повышения уровня развития общества. В 2017 году расходы на социальную сферу составили 12604,3 млн. рублей, что меньше показателя 2016 года почти в два раза.

На общегосударственную деятельность в 2017 году направлено 7265,3 млн. рублей, что на 5 процентов выше уровня 2016 года. В первоочередном порядке государственные средства расходовались на выполнение социальных обязательств, перечисление дотации регионам, на погашение и обслуживание государственного долга Республики Беларусь.

На финансирование национальной экономики было направлено 4280,8 млн. рублей, что составило почти столько же, сколько и в 2016 году (4252,2 млн. рублей). Причем, около половины данной суммы направлено на поддержку и развитие сельского хозяйства. Расходы фонда универсального обслуживания составили 27,0 млн. рублей в 2017 году, сократившись по сравнению с 2016 годом на 13,8 млн. рублей, фонда гражданской авиации – 23,8 млн. рублей, также снизившись на 4,6 млн. рублей, фонда Департамента исполнения наказаний – 1,48 млн. рублей, что больше показателя 2016 года на 38,5 процентов.

Профицит бюджета сектора государственного управления за 2017 года сложился в сумме 3144,3 млн. рублей, или 2,9 процента к ВВП, профицит республиканского бюджета – 2776,3 млн. рублей, или 2,7 процента к ВВП. В 2016 году так же наблюдался профицит бюджета сектора государственного управления в размере 1381,6 млн. рублей, и профицит республиканского бюджета – 981,5 млн. рублей.

Таким образом, принимая во внимание все вышеперечисленное, можем сделать вывод, что на протяжении 2016 и 2017 годов бюджет сектора государственного управления, а также республиканский бюджет являются достаточно сбалансированными. Доходы бюджетов незначительно, но превосходят их расходы, в связи с этим мы можем наблюдать профицит бюджета, который может использоваться на финансирование разного рода государственных программ, финансирование государственного долга Республики Беларусь и т.д. В Республике Беларусь решения об использовании профицита бюджета принимаются Президентом Республики Беларусь или по его поручению Правительством, местными исполнительными и распорядительными органами в порядке, установленном законодательством Республики Беларусь.

Список литературы

1. Абрамчик, Л.Я. Финансовое право Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Л.Я. Абрамчик. – 2013. – Режим доступа : http://ebooks.grsu.by/fin_pravo/. – Дата доступа: 24.02.2018.
2. Аналитические доклады «О состоянии государственных финансов Республики Беларусь» // Министерство финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа : http://www.minfin.gov.by/ru/supervision/. – Дата доступа : 23.02.2018.
3. Сорокина, Т.В. Государственный бюджет: учебное пособие / Т.В. Сорокина. – Минск : БГЭУ, 2012. – 618 с.

The article deals with the revenues and expenditures of the general government budget. The analysis of data on budget execution in 2016-2017 is made. The conclusion is made about the balance of the budget.

Капцевич Диана Олеговна, студентка 3 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 – ***Платоненко Елена Ивановна,*** заведующий. кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: platonenko_ei@grsu.by

УДК 336.146

Д. О. Капцевич, М. С. Дубровка

О ПРОБЛЕМЕ МЕЖБЮДЖЕТНЫХ ОТНОШЕНИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Проанализировано исполнение государственного бюджета Республики Беларусь по областям. Исследована структура доходов и расходов местных бюджетов, направления расходования дотаций и субвенций.

В настоящее время в Республике Беларусь все в большей степени функции регулирования экономических процессов переходят с центрального уровня власти на территориальные. В 2015 году удельный вес доходов местных бюджетов в консолидированном бюджете составил 51,9 %, а в 2016 году – 53,2 %, следовательно, увеличивается роль территориальных финансов, а также расширяется сфера их использования.

Территориальные финансы – это система финансовых отношений, посредством которой распределяется и перераспределяется валовый внутренний продукт и национальный доход, используемые на развитие отдельных территорий. С помощью территориальных финансов государство осуществляет выравнивание уровня экономического и социального развития территорий, которые в результате географических, климатических, экологических и прочих условий отстали в своем экономическом развитии от других регионов, что является актуальной проблемой на данном этапе социально-экономического развития Республики Беларусь. Особая роль местных бюджетов и выполняемые ими функции требуют обеспечения их адекватной доходной базой, основу которой составляют собственные доходы. В связи с этим, актуальны вопросы распределения доходов между уровнями бюджетной системы и построения межбюджетных отношений. С этой целью разрабатываются региональные программы развития, что способствует созданию более благоприятных условий для эффективного использования денежных фондов на конкретной территории [1, с. 67-68].

К звеньям территориальных финансов относятся местные бюджеты и местные бюджетные фонды. Доходы местных бюджетов формируются за счет закрепленных на данной территории налогов, а также прочих неналоговых доходов. В доходы областных бюджетов включаются средства областных целевых бюджетных фондов: дорожного фонда, фонда охраны природы, жилищно-инвестиционного и инновационного фондов.

Расходы местных бюджетов классифицируются по экономическому и функциональному содержанию. Функциональная классификация представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Расходы местных бюджетов по функциональной классификации

Наименование	2015 г.		2016 г.	
	млн. руб.	уд. вес, %	млн. руб.	уд. вес, %
Всего расходов	13758,6	100	14 972,4	100
Национальная экономика	1679,1	12,2	1729,3	11,5
Жилищно-коммунальные услуги и жилищное строительство	2474,5	18,0	2260,7	15,1
Здравоохранение	3066,4	22,3	3440,7	23,0

Продолжение таблицы 1

Физическая культура, спорт, культура и СМИ	600,1	4,4	690,0	4,6
Образование	3597,9	26,2	4002,1	26,7
Социальная политика	661,9	4,8	744,0	5,0
Иные расходы	1678,7	12,2	2105,6	14,1

Источник: собственная разработка на основании данных [5], [6]

В настоящее время в Республике Беларусь наблюдается ситуация дисбаланса доходной и расходной части местных бюджетов, что связано с различным уровнем социально-экономического развития (таблица 2).

Таблица 2 – Исполнение местных бюджетов областей Республики Беларусь

Область	Доходы, млн. руб.	Расходы, млн. руб.	Дефицит (-) Профицит (+)	
			млн. руб.	%
2015				
Брестская	1662,8	1694,5	-31,8	1,91
Витебская	1524,2	1516,2	8,3	0,54
Гомельская	2071,3	2080,9	-9,6	0,46
Гродненская	1397,6	1406,6	-8,9	0,64
Минская	1937,5	1917,8	19,7	1,02
Могилевская	1428,7	1435,6	-6,9	0,48
2016				
Брестская	1866,3	1843,0	23,3	1,25
Витебская	1689,1	1661,0	28,1	1,66
Гомельская	2138,7	2136,8	1,9	0,09
Гродненская	1531,4	1450,8	80,6	5,26
Минская	2137,2	2069,9	67,3	3,15
Могилевская	1585,1	1558,5	26,6	1,68

Источник: собственная разработка на основании данных [2]

На основании данных таблицы 2 можно сделать вывод, что бюджеты Брестской, Гомельской, Гродненской и Могилевской областей в 2015 году были исполнены с дефицитом. Это свидетельствует о несбалансированности доходной и расходной частей бюджета. Наибольший дефицит наблюдается в Брестской области, что составляет 1,91% от всех доходов области. В свою очередь, бюджеты Витебской и Минской областей исполнены с профицитом, который составил 8,3 и 19,7 процентов соответственно. В 2016 году бюджеты всех областей исполнены с профицитом. Наибольший профицит – в 5,6% от общего дохода области – был выявлен в Гродненской области, что свидетельствует о более эффективном планировании и рациональном использовании ресурсов области.

Для сглаживания дифференциации регионов государство выделяет бюджетные дотации и субвенции, удельный вес которых в последние годы снижается. Это связанно с растущими возможностями регионов финансировать свои расходы за счет собственных средств. Объемы финансирования областей Республики Беларусь представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Структура доходов местных бюджетов областей Республики Беларусь

Область	Неналоговые		Налоговые		Дотации, субвенции	
	млн. руб.	%	млн. руб.	%	млн. руб.	%
2015 г.						
Брестская	106,4	6,4	987,7	59,4	568,7	34,2
Витебская	106,7	7,0	905,4	59,4	512,2	33,6
Гомельская	138,8	6,7	1232,4	59,5	700,1	33,8
Гродненская	89,4	6,4	852,5	61,0	455,7	32,6
Минская	176,3	9,1	1427,9	73,7	333,3	17,2
Могилевская	88,6	6,2	775,8	54,3	564,3	39,5
2016 г.						
Брестская	115,1	6,2	1201,3	64,4	549,9	29,5
Область	Неналоговые		Налоговые		Дотации, субвенции	
	млн. руб.	%	млн. руб.	%	млн. руб.	%
Витебская	118,0	7,0	1013,0	60,0	558,1	33,1
Гомельская	140,4	6,6	1269,1	59,3	729,2	34,1
Гродненская	124,1	8,1	953,8	62,3	453,5	29,6
Минская	159,8	7,5	1673,0	78,3	304,4	14,3
Могилевская	110,7	7,0	888,0	56,0	586,4	37

Источник: собственная разработка на основании [2]

Проанализировав данные таблицы 3, можно заметить, что в 2015 и 2016 годах основным источником доходов местных бюджетов являлись налоговые поступления. Доходы местных бюджетов формируются за счет отчислений из республиканского бюджета, а также за счет налогов, установленных местными органами власти [4].

Однако данные налоговые платежи и сборы не могут полностью покрыть расходы бюджета области, поэтому доходы местных бюджетов формируются и за счет части республиканских налогов. Таким образом, в 2016 году налоговые поступления в бюджеты регионов увеличились. Наибольший удельный вес имеют налоговые поступления в Минской области, причем они увеличились с 73,7% в 2015 до 78,3% в 2016 году. Налоговые доходы Минской области увеличились на 14,7%, что составило 245,1 млн. руб.

Анализируя данные таблицы 3, можно отметить, что количество дотаций и субвенций с каждым годом постепенно снижается, это связанно с прошедшей корректировкой бюджетов, направленной на сокращение расходов. Основным дотационным регионом в 2015 году являлась Могилевская область, несмотря на то, что он является главным производителем в Республике Беларусь шин, лифтов, электродвигателей, центробежных насосов, цемента, шелковых тканей, гардинных изделий, резиновой обуви и др. Удельный

вес дотирования Могилевской области в 2015 году составил 39,5%, что на 2,5 % больше уровня 2016 года.

Наименьшее количество дотаций и субвенций получает Минская область: в 2015 году – 17,2 % от общего объема доходов бюджета, в 2016 – 14,3%. В Минской области наблюдается в исследуемом периоде профицит, это связанно с высокой самообеспеченностью Минского региона и сбалансированным планированием бюджета.

Основные направления расходования дотаций и субсидий рассмотрим на примере Гродненской области (таблица 4).

Таблица 4 – Направления расходования дотаций и субвенций Гродненской области

Направления расходования	2015, млн. руб.		2016, млн. руб.	
	годовой план	факт. поступило	годовой план	факт. поступило
Дотации	389,3	377,1	407,6	344,0
Субвенции, всего	63,5	78,7	82,3	100,7
в т.ч. на: преодоление посл-ий аварии на ЧАЭС	6,3	6,7	6,5	6,5
расходы по жилищным квотам	5,3	6,2	7,8	5,9
развитие с/х	25,2	21,4	20,9	23,6
обеспечение занятости населения	2,9	2,7	3,8	3,6
погашение кредитов	8,7	8,9	8,2	8,0
строит-во новых газопроводов	1,1	0,9	0,9	0,8
строит-во объектов инфраструктуры	14,1	14,1	15,3	15,3
дорожный фонд	0,0	17,9	0,0	17,4
Всего	452,8	455,8	471,0	425,2

Источник: собственная разработка на основании [5], [6]

Анализ данных таблицы 4 показывает, что наибольший объем субвенций, предоставляемых Гродненской области из республиканского бюджета, расходуется на развитие сельского хозяйства. В 2015 году на развитие сельского хозяйства поступило на 3,8 млн. рублей меньше запланированного, а в 2016 году годовой план был перевыполнен на 2,7 млн. рублей.

По данным таблицы 5 можно проследить исполнение местных бюджетов регионов Республики Беларусь за 9 месяцев 2017 года.

Таблица 5 – Исполнение местных бюджетов за 9 месяцев 2017 года

Область	Доходы, млн. руб.	Расходы, млн. руб.	Дефицит (-) Профицит (+)	
			млн. руб.	%
9 месяцев 2017				
Брестская	1428,1	1374,1	54,0	3,78
Витебская	1299,2	1244,2	55,0	4,23
Гомельская	1617,7	1545,0	72,7	4,49
Гродненская	1163,2	1088,4	74,9	6,44

Продолжение таблицы 5

Минская	1654,4	1551,4	103,1	6,23
Могилевская	1177,0	1136,2	40,8	3,47

Источник: собственная разработка на основании [5], [6]

Анализируя данные таблицы 6, можно сделать вывод, что бюджеты всех регионов за 9 месяцев 2017 г. исполнены с профицитом. Наибольший профицит наблюдался в Минской области и составил 103,1 млн. руб.

Таблица 6 – Структура доходов местных бюджетов областей за 9 месяцев 2017 года

Область	Неналоговые		Налоговые		Дотации, субвенции	
	млн. руб	%	млн. руб.	%	млн. руб.	%
9 месяцев 2017						
Брестская	82,1	5,8	933,0	65,3	413,0	28,9
Витебская	85,0	6,5	778,0	59,9	434,9	33,6
Гомельская	101,1	6,2	1028,7	63,6	487,9	30,2
Гродненская	92,0	7,9	740,9	63,7	330,3	28,4
Минская	135,5	8,2	1325,1	80,1	193,9	11,7
Могилевская	74,1	6,3	675,2	57,4	427,7	36,3

Источник: собственная разработка на основании [5], [6]

По данным таблицы 6 видно, что Могилевская область в 2017 году по-прежнему является приоритетным регионом дотирования (удельный вес дотаций и субвенций 36,3 %).

Отдельные области имеют положительное сальдо бюджетных потоков в отношении доходов, передаваемых в республиканский бюджет и получаемых из республиканского бюджета, т.е. выступают регионами донорами по отношению к республиканскому бюджету.

Международный опыт показывает, что страны создают специальные фонды не только для поддержки регионов-реципиентов, но и регионов-доноров. В Беларуси система поощрения регионов-доноров отсутствует. Основными мерами, способствующими укреплению доходной базы местного бюджета и снижению объемов дотирования региона, по мнению белорусских ученых, являются:

1. Разработать модели местного бюджета с рекомендуемыми параметрами собственных, регулирующих доходов и трансфертов (дотаций, субвенций).

2. Законодательно утвердить предельные размеры дотаций в местных бюджетах, а также минимальный уровень собственных доходов, что ляжет в основу модели местного бюджета.

3. Оптимизировать бюджетные потоки между уровнями бюджетной системы.

4. Собственную доходную базу местных бюджетов привести в соответствие с расходными полномочиями местных органов власти.

Реализация данных приоритетных направлений бюджетной региональной политики требует присутствия стимулов у местных органов власти к развитию доходного потенциала территории и, соответственно, к росту доходов бюджетов. Развитие финансовой основы местного самоуправления должно рассматриваться во взаимосвязи с задачами региональной

политики, направленной на развитие экономики региона на новой качественной основе, создание привлекательных условий и механизмов стимулирования хозяйственной деятельности, формирование точек роста в экономике регионов [7, с. 11].

Список литературы

1. Витун, С.Е. Практикум по курсу «Теория финансов» / С.Е. Витун, А.И. Чигрина. Учреждение образования "Гродненский гос. ун-т им. Я.Купалы".- Гродно: ГрГУ, 2008. - 111 с.

2. Исполнение республиканского бюджета Республики Беларусь // Министерство финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: http://www.minfin.gov.by/. – Дата доступа: 10.02.2018.

3. Местные бюджеты и межбюджетные отношения как фактор регионального развития // Экономика БГЭУ [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: http://economy-web.org/. – Дата доступа: 11.02.2018.

4. Министерство по налогам и сборам Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: http://www.nalog.gov.by. – Дата доступа: 09.02.2018.

5. О республиканском бюджете на 2015 год // Министерство финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа http://www.minfin.gov.by/. – Дата доступа: 10.02.2018.

6. О республиканском бюджете на 2016 год // Министерство финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа http://www.minfin.gov.by/ . – Дата доступа: 10.02.2018.

7. Сорокина, Т. Особенности местных бюджетов и межбюджетных отношений / Т.Сорокина // Финансы. Учет. Аудит – 2015. – № 8.- С. 8-11.

The execution of the state budget of the Republic of Belarus by oblasts is analyzed. The structure of incomes and expenditures of local budgets, directions of spending subsidies and subventions has been studied.

Капцевич Диана Олеговна, студентка 3 курса специальности «Финансы и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: di.kaptzevich@yandex.by.

Дубровка Марина Сергеевна, студентка 3 курса специальности «Финансы и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: dubrovka_marina@mail.ru.

Научный руководитель – ***Цветкова Марина Анатольевна,*** магистр экономических наук, старший преподаватель кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: tsvmarina64@mail.ru.

УДК 657.01

А. Р. Касымбек

ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ВОЗНИКНОВЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

Рассмотрено историческое возникновение и развитие бухгалтерского учета в мире. Исследованы вопросы организации бухгалтерского учета и его основные стадии. В статье отмечается, что теоретически имеются три главных подхода к установлению правил постановки бухгалтерского учета на предприятии.

История бухгалтерского учета насчитывает почти шесть тысяч лет. В течение первых тысячелетий менялись как объекты, так и методы бухгалтерского учета в рамках простой униграфической бухгалтерии.

На начальном этапе униграфического учета (инвентарный учет) фиксировались только остатки вещественных ценностей на материальных носителях. В качестве последних применялись папирус (Древний Египет), глиняные таблички и т.д. Материальный учет предполагал контроль за выполнением смет посредством регистрации факта хозяйственной жизни по следующим реквизитам: количество, наименование полученных предметов, имя лица, от которого они поступили, имя получателя, дата. Документы часто составляли в двух или трех экземплярах, а затем их разделяли на черновые и беловые. Учетные документы считались ценностью. Они датировались «Этого года», «Следующего года» и хранились в специальных хранилищах, в ящиках или корзинах. По мере углубления товарных отношений появляется контокоррент (счета расчетов).

Расчеты производились в рамках натуральных хозяйств и ограничивались выдачей ссуд и сбором натуральных податей. Например, важные вклады клиентов в виде зерновых хранились на складах субъектов, ведущих кредитование. Последние по поручению владельцев переводили их в фиск (налоги). Безналичные расчеты осуществлялись зерном.

Вещунова Н.Л., Фомина Л.Ф. считали, что с появлением потребности в учете личного имущества: домашних животных, земли, бушелей пшеницы и т.д. математика сделала гигантский шаг вперед [1, с.55].

Имущество стало облагаться налогами. Обозначение имущества посредством иероглифов оказалось слишком громоздким. Система исчисления представляла собой черточки, линии и точки, наносившиеся на глиняные таблички. Со временем вместо набора символов (одних – для коров, других – для бушелей пшеницы) стал использоваться единый набор символов для всех объектов. Им стали цифры, названные один, два, три и т.д. Таким образом, это был первый шаг к элементарным математическим операциям. Численная система первично использовалась в учете для выражения экономических операций либо в качественном, либо в стоимостном выражении. Назрела необходимость введения стандарта измерения для того, чтобы контрагенты, участвующие в операциях, могли сравнивать стоимость обмениваемых предметов. Для удовлетворения этих потребностей греки изобрели системы мер, весов и чеканки.

В VII – VI вв. до н.э. все совершаемые операции оплачивались драгоценными слитками, и упрощение расчетов подталкивало к использованию чеканных денег. Удобство, в основном, послужило главной причиной их применения. В этот период деньги превращаются в объект учета.

Из произведения Кондракова Н.П. известно, что «за 300 лет до н.э. в Вавилоне использовались еще золотые и серебряные слитки. К концу VII столетия до н.э. Афины начали чеканку монет, основанную на системе мер и весов. Первые бумажные деньги

появились в Китае около 650 г. н.э., тогда как в Европе первые «платежные обязательства», написанные на бумаге, вошли в обиход в XVII в» [2, с.63].

По своему значению для развития экономики возникновение денег можно приравнять к появлению письменности и счета. Сначала деньги учитывались как товар.

Томшинская Т.Н. справедливо замечает, что, несмотря на то, что деньги в Греции вошли в оборот достаточно рано, в сфере финансов и кредитования их начали использовать лишь в конце V-начале II в до н.э. Это было вызвано всеобщим недоверием населения в силу его чрезвычайной бедности. Население предпочитало хранить свои монеты запечатанными в амфорах и закопанными на полях. Согласно высказыванию Аристотеля, такое положение делало экономически развитое государство убыточным. Он писал, что в то время как деньги свободно выводятся из обращения, торговля и ремесло ослабевают, а материальные ресурсы государства становятся незначительными. Важной причиной было недоверие владельцев денег к государству и другим лицам [3, с.77].

И только с появлением банков деньги начали активно способствовать дальнейшему развитию бухгалтерского учета.

Банки стали соответствовать своему назначению – осуществлять операции с денежными вкладами, главным образом, в безналичном обороте.

Балабанов И.Т. заметил, что «Рим завоевал Грецию и одновременно банковский учет. В древнем Риме банковский учет включал два вида записей – в книге банкира со списками клиентов и в приходно-расходной книге денежных средств. Приходно-расходный учет к этому времени уже существовал не одно тысячелетие. А вот счета клиентов «Рацио» с позиций банкира приобрели иные обозначения: не приход и расход, а дебет и кредит. Эти термины возникли исторически в Италии (от латинского debet – он должен, credit – он доверяет), но применение их условное, так как с развитием учета они уже потеряли свое первоначальное значение. Клиенты и банкиры становились дебиторами (должниками) и кредиторами (верителями). Это изменение оказалось решающим для развития бухгалтерии и «затмило» приходно-расходные счета. Деньги, как объект учета, сливаются с учетом расчетов. Благодаря грекам, в Египте, а затем в Древнем Риме появились банки и связанная с ними терминология. Римляне любили и совершенствовали бухгалтерию. Банки и деньги они заимствовали у греков. Но Рим сделал бухгалтерию юридически достоверной» [4, с.41].

Акцент смещался с первичных документов на бухгалтерские регистры (счета). Бухгалтеры использовали три основных регистра: Advensaria, Codex accepti et expenst, Codex rationum domensticorum. В первой книге ежедневно записывались факты хозяйственной жизни. В дальнейшем она получит название памятной или мемориала. Кодексы предназначались для систематической записи. По счетам кодексов выводились сальдо. Со временем кодекс превратился в Главную книгу. Деньги и контокоррект поглотили учет инвентаря.

Использование счетов для регистрации изменения хозяйственных средств и отражения расчетов с физическими и юридическими лицами, правовая регламентация бухгалтерских записей привели к возникновению так называемой «простой» бухгалтерии.

В эпоху средневековья формируется два основных направления учета: камеральная и простая бухгалтерия.

Камеральная исходила из того, что основным объектом учета признавалась касса, ожидаемые поступления, а также выплата из нее. Регистрации подлежали все поступления и выплаты денежных средств, а доходы и расходы устанавливались заранее. Простая бухгалтерия предполагала учет имущества, включая кассу, а доходы и расходы становились для бухгалтера искомыми. Все имущественные счета велись по принципу Дебет – Кредит.

В эпоху возрождения простые отчеты римлян уже не удовлетворяли новых потребностей торговли. Италия в то время была не только интеллектуальным центром, но и

центром всемирной торговли. Развитию бухгалтерии способствовало и великое изобретение XV столетия – книгопечатание, благодаря чему то, что считалось достоянием немногих, стало доступно всем. Переходом к новому этапу учета послужило возникновение двойной (дебетово-кредитовой) записи. Научная разработка закона двойной записи хозяйственных операций и разных способов его применения возникла в средние века.

В 1494 году систему двойной записи описал ученый математик, францисканский монах, друг Леонардо да Винчи – Лука Пачоли, в одиннадцатом трактате «О счетах и записях» девятого отдела сочинения «Сумма арифметики, геометрии, учения о пропорциях и отношениях». Несколько позже система получит название «староитальянской». Великий немецкий поэт Гёте называл двойную бухгалтерию «одним из самых замечательных изобретений человеческого разума» [5, с.26].

В своем трактате «О счетах и записях» Лука Пачоли путем анализа хозяйственных операций и уже существовавших способов ведения книг мемориала, журнала, Главной книги, копировальной книги для копии писем и инвентарной книги, включающей подробный перечень имущества собственника, описал закон двойной записи и показал, что, основываясь на нем, в любом хозяйстве можно построить, безусловно целесообразную систему счетов и книг. Таким образом, Лука Пачоли проложил дорогу для последующих поколений, задача которых состояла в дальнейшей разработке унаследованного учения.

История двойной бухгалтерии – это история ее живого проявления в изменяющейся хозяйственной среде. Став неотъемлемой частью бухгалтерского учета, она превратила весь учет в стройную систему, облегчающую контроль как за сохранностью ценностей, так и за осуществлением процессов управления. Изучение возникновения и развития теории и практики бухгалтерского учета помогает специалистам объективно оценить происходящие факты хозяйственной жизни и освоить технику научного прогнозирования. Осознавая важную роль учета, в 1946 г. международный конгресс бухгалтеров утвердил герб бухгалтера, предложенный французским ученым Ж.Б. Дюмарше, на котором изображены солнце, весы и кривая Бернулли, а также начертан девиз: «Наука – Добросовестность – Независимость». Солнце символизирует освещение бухгалтерским учетом финансовой деятельности, весы – баланс, а кривая Бернулли – символ того, что учет, возникнув однажды, будет существовать вечно [6, с.44].

Этические и правовые нормы бухгалтера прошли в своем развитии определенную стадию эволюции, о чем подробно излагают американские авторы М.Р. Мэтьюс, М.Х.Перера. Судя по проведенному им исследованию, в настоящее время бухгалтерские профессии в некоторых странах делятся на ряд групп, каждая из которых имеет свой этический кодекс. Главную группу составляют присяжные бухгалтеры, другие же включают в себя внутренних аудиторов, специалистов по управленческому и финансовому учету.

Первыми национальными организациями были институты общественных бухгалтеров Шотландии (1854 г.), Англии и Уэльса (1870 г.), Ирландии (1888 г.) и т.д. По английскому образцу были созданы Американский институт общественных бухгалтеров (1887 г.). Такие же общества в Германии и Франции появились позже в 1932 и 1942 г. Алиев М.К. отмечает, что целью современного бухгалтерского учета является обеспечение определенных пользователей информацией, необходимой для принятия управленческих решений. В мировой практике принято формировать бухгалтерскую информацию на базе основополагающих руководящих принципов всеобщего характера. Примером такой системы бухгалтерского учета могут быть Международные стандарты финансовой отчетности, а также Директивы по бухгалтерскому учету Европейского экономического сообщества. С 1 января 2008 года все организации в Республике Казахстан перешли на Международные стандарты финансовой отчетности [7, с.70].

Многие ценности, накопленные в науке «Бухгалтерский учет», носят объективный характер и должны быть использованы в нашей действительности.

Таким образом, история бухгалтерского учета своими корнями восходит глубоко в древность, когда было доучетное представление о бухгалтерии и считали как могли. По мере развития человеческого общества развивался и бухгалтерский учет, что еще раз доказывает предположение о том, что бухгалтерский учет составляет основу всей жизни человечества.

Бухгалтерский учет – одна из важнейших функций управления. В странах с развитой рыночной экономикой его называют «языком бизнеса», предпринимательства. Достижения любого коллектива во многом зависят от того, как организованы получение и переработка экономической информации. Чем достовернее сведения о производстве и чем быстрее их получают, тем шире возможности эффективного управления организацией. Бухгалтерский учет дает наиболее важную, достоверную информацию, систематизирует и обрабатывает разрозненные данные, после чего они становятся основой для принятия управленческих решений. Следует отметить, что значение учетной политики недооценивается многими предприятиями, к разработке учетной политики они относятся формально, не изучают последствия применения тех или иных ее элементов [8, с.77].

Учетный процесс проходит несколько стадий (этапов). На первой стадии ведут текущее наблюдение, производят измерение и регистрацию хозяйственных операций. Эти части учетного процесса органически связаны между собой и в совокупности составляют документирование операций.

На второй стадии проводятся систематизация и группировка учетной информации, содержащейся в первичных учетных документах. Эти части учетного процесса органически связаны между собой: происходит техническая обработка информации, содержащейся в первичных документах, ее систематизация в соответствии с требованиями организации бухгалтерского учета, управления и текущего контроля. Здесь немаловажное значение имеет также группировка учетной информации в форме, пригодной как для целей внутреннего управления, так и для внешних пользователей.

Третья стадия учетного процесса заключается в составлении установленных форм финансовой отчетности на основе данных бухгалтерского учета. Отчетность представляет собой совокупность показателей, приведенных в определенную систему и характеризующих производственно-хозяйственную деятельность предприятия (организации) и его имущественное и финансовое положение за определенный период (квартал, полугодие, год).

Наконец, четвертой стадией учетного процесса является использование учетной и отчетной информации в анализе финансово-хозяйственной деятельности предприятия (организации) [9, с.32].

Общепризнанно, что бухгалтерский учет на предприятии должен осуществляться по определенным правилам. Проблема заключается в установлении такой совокупности правил, реализация которых обеспечила бы максимальный эффект от ведения учета. При этом, под эффектом в данном случае понимается своевременное формирование финансовой и управленческой информации, ее достоверность и полезность для широкого круга заинтересованных пользователей.

Теоретически возможны три подхода к установлению правил постановки бухгалтерского учета на предприятии: централизованный, децентрализованный и смешанный.

При первом подходе ведение учета регламентируется из единого центра. Причем, особого значения не имеет, государственный это орган или общественное объединение.

Второй подход предполагает индивидуализацию правил бухгалтерского учета для каждого хозяйствующего субъекта. Хотя он обеспечивает максимальную адекватность

учетных процедур характеру деятельности предприятия, в современных условиях хозяйствования он неприемлем.

Наконец, возможно разумное сочетание элементов первого и второго подходов. Мировой опыт подсказывает, что при данном способе за централизованным регулированием остается установление основополагающих правил и принципов ведения учета, обеспечивающих доступность и полезность финансовой информации. Содержательно такое регулирование состоит в идентификации этих правил и принципов, а также в определении круга общественно признаваемых приемов и способов ведения учета. Общие правила и принципы конкретизируются на каждом предприятии, исходя из условий деятельности, степени осознания ее особенностей, квалификации персонала, имеющейся технической базы управления. Иначе говоря, хозяйствующие субъекты разрабатывают и проводят собственную учетную политику. Этот подход избран в республике для современной постановки бухгалтерского учета. Основы формирования (выбора и обоснования) и раскрытия (придания гласности) учетной политики едины и обязательны: в части формирования – для всех предприятий независимо от формы собственности, в части раскрытия – для предприятий публикующих свою бухгалтерскую отчетность полностью или частично согласно законодательству РК, учрежденным документом либо о собственной инициативе.

Таким образом, основой организации бухгалтерского учета на любом предприятии является учетная политика, которая представляет собой документ, в котором регламентированы все учетные процессы компании и который утверждается не раз и на всегда, а с определенной периодичностью.

Список литературы

1. Вещунова, Н.Л., Бухгалтерский учет / Н. Л. Вещунова, Л. Ф. Фомина. – М.: РидГрупп, 2011. – 608 с.
2. Кондраков, Н.П. Бухгалтерский (финансовый, управленческий) учет / Н. П. Кондраков. – М.: Проспект, 2011.–504 с.
3. Томшинская, И.Н. Бухгалтерский и налоговый учет в коммерческих организациях / И. Н. Томашинская. – СПб.: ПИТЕР, 2012. – 336 с.
4. Балабанов, И.Т. Анализ и планирование финансов хозяйствующего субъекта. Учебное пособие / И. Т. Балабанов. – М.: «Финансы и статистика», 2011. – 297 с.
5. Проскурина, В.П. Бухгалтерский учет от азов до баланса / В.П. Проскурина. – Алматы: LEM, 2014. – 320 с.
6. Назарова, В. Л. Бухгалтерский учет / В.Л. Назарова. – Алматы: Алматыкітап, 2011. – 624 с.
7. Алиев, М.К. Международные стандарты финансовой отчетности: Учебное пособие / М.К. Алиев. – Алматы: Казахская академия транспорта и коммуникации им. М.Тынышпаева, 2005. – 194 с.
8. Нурсеитов Э.О. Бухгалтерские расчеты / Э.О. Нурсеитов. – Алматы: LEM, 2014. – 112 с.
9. Алиев, М.К. Финансовый учет 1. Учебное пособие / М.К. Алиев, М.Т. Жетесова, Н.Б. Шамуратова. – Астана: ТОО Мастер По, 2014 – 157 с.

The historical origin and development of accounting in the world is considered. The questions of organization of accounting and its main stages are investigated. The article notes that theoretically there are three main approaches to the establishment of rules for the establishment of accounting in the enterprise.

Қасымбек Абылайхан Рахманбердіұлы, магистрант 2 курса специальности «Учет и аудит» факультета экономики Евразийского Национального Университета имени Л.Н. Гумилева, Астана, Республика Казахстан. E-mail: everest-astana@mail.ru.

Научный руководитель – ***Жуматаева Бахытжамал Ашимовна,*** старший доцент, PhD кафедры «Учет, аудит и анализ» факультета экономики Евразийского Национального Университета имени Л.Н. Гумилева, Астана, Республика Казахстан. E-mail: bahyt_jumataeva@mail.ru.

УДК 657.1

М. К. Каткова

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ, КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

В статье рассмотрено понятие управленческого учета, как информационной базы для оперативного управления производственно-хозяйственной и финансовой деятельностью коммерческих организаций. Данные управленческого учета в настоящие время все большее значение приобретают как информационная база, используемая менеджментом организации для получения оперативных данных с целью определения финансового состояния организации за любой промежуток времени. Рассмотрены мнения отечественных и зарубежных ученых-экономистов о понятиях: «управленческий учет», «затраты», «издержки». Даны авторские определения таких понятий как: «управленческий учет», «затраты», «расходы».

В условиях становления рыночных отношений в нашей стране, с развитием предпринимательской деятельности, когда целью практически любой коммерческой организации является получение прибыли, в значительной степени возрастает проблема максимально эффективного управления бизнесом независимо от вида деятельности и формы собственности организации. В этой связи неизмеримо возрастает значение системы учета и анализа, как основной информационной базы для контроля и принятия управленческих решений. Управленческий менеджмент осознает те преимущества, которые может дать применение данных управленческого учета и анализа для решения как оперативных, так и стратегических задач управления организацией.

Чтобы деятельность организации была эффективной, необходимо грамотно строить управление ею, в тоже время, ни одна организация не может поступательно развиваться, если не будет ставить перед собой определенных целей и задач. Эти цели и задачи могут быть сформулированы в виде взаимосвязанной системы экономических показателей, имеющих количественное измерение. Разработка этих экономических показателей, обеспечивающих эффективную работу организации, является сферой бизнес-планирования.

Основными функциями управления принято считать: планирование (нормирование, бюджетирование, прогнозирование); учет; анализ; контроль и регулирование. Функция планирования, как постановка стратегической цели любой деятельности, является исходной в процессе управления. В тоже время, контрольная функция становится необходимой для наблюдения за ходом выполнения поставленных перед объектом управления (организацией) целей и задач.

По мере возрастания роли бухгалтерского учета, как основного источника информации в управлении производственной деятельностью организации, во многих зарубежных странах учет, как экономическая наука и как сфера практической деятельности, разделен на финансовый и управленческий.

Финансовый учет аккумулирует информацию в целом по организации, притом она носит исторический характер. Ее потребителями являются главным образом внешние пользователи: акционеры, инвесторы, поставщики, покупатели, налоговые органы, кредиторы и др.

Впервые управленческий учет был официально признан в 1972 г. американской ассоциацией бухгалтеров, разработавшей программу подготовки специалистов по управленческому учету с присвоением выпускникам квалификации бухгалтера- аналитика.

По мнению Д.А.Панкова, управленческий учет – это информационная система, целью которой является обеспечение менеджмента организации необходимой оперативной информацией для целей управления [7, с.22].

Согласно мнению Д.В.Лысенко, управленческий учет – это подсистема бухгалтерского учета, которая в рамках одной организации обеспечивает ее менеджеров (управляющий аппарат) информацией, необходимой для прогнозирования, планирования, контроля и анализа и, как итог, принятия управленческих решений для достижения оптимальных результатов деятельности организации [3, с.53].

Ч.Т.Хорнгрен дает следующее определение: управленческий учет – это идентификация, измерение, сбор, систематизация, анализ, разложение, интерпретация и передача информации, необходимой для управления каким-либо объектами [9, с.21].

Управленческий учет и управленческий анализ в настоящее время приобрели актуальное значение как важнейшие функции управления внутри организации. Они являются основными поставщиками информации для принятия оперативных управленческих решений.

По мнению автора, *управленческий учет* – это подсистема бухгалтерского учета одной организации, обеспечивающая получение оперативной информации для менеджмента организации с целью принятия эффективных управленческих решений.

Предметом управленческого учета является производственно-хозяйственная и финансовая деятельность как организации в целом, так и ее структурных подразделений [9, с.24].

Содержание данного предмета определяет круг объектов управленческого учета. Объектами управленческого учета являются производственные ресурсы – это долгосрочные и краткосрочные активы, трудовые ресурсы, а также хозяйственные процессы, хозяйственные операции и их результаты. Одним из важнейших объектов управленческого учета является учет затрат и калькулирование себестоимости продукции, работ, услуг. Себестоимость единицы продукции, выполненных работ, оказанных услуг является основой для принятия управленческих решений, направленных на повышение эффективности работы как организации в целом, так и ее структурных подразделений.

На основании расчетов себестоимости продукции, работ и услуг менеджеры выбирают лучший из вариантов управленческих решений.

Целью управленческого учета является предоставление информации для принятия стратегических решений. Однако, управленческий учет обеспечивает только внутренней информацией, которая доступна внутренним пользователям, позволяющая повлиять на финансовый результат деятельности организации.

К задачам управленческого учета относят:

– обеспечение руководителей достоверной и полной информацией о результатах деятельности организации, необходимой для принятия управленческих решений;помощь в прогнозировании, планировании и формировании бюджетов;

– контроль за выполнением принятых решений.

Управленческий учет включает в себя производственный учет и часть финансового учета, необходимую для внутреннего управления (составление отчетов о затратах на производство продукции для внешних пользователей).

Главным объектом управленческого учета являются затраты в основном производстве, которые отражают стоимость ресурсов, использованных в процессе выполнения работ, услуг организации.

В настоящее время происходит подмена понятий «затраты», «расходы», однако каждый из перечисленных терминов имеет собственное значение.

В соответствии с Инструкцией по бухгалтерскому учету доходов и расходов № 102, утвержденную Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь 30.09.2011 (в редакции от 31.12.2013 №96), ««затратами являются стоимость ресурсов, приобретенных и (или) потребленных организацией в процессе осуществления деятельности, которые признаются активами организации, если от них организация предполагает получение экономических выгод в будущих периодах, или расходами отчетного периода, если от них организация не предполагает получение экономических выгод в будущих периодах» [6].

В статье 1 Закона от 12.07.2013 № 57-З «О бухгалтерском учете и отчетности» установлено, что:

- расходы – уменьшение экономических выгод в результате уменьшения активов или увеличения обязательств, ведущее к уменьшению собственного капитала организации, не связанному с его передачей собственнику имущества организации, распределением между учредителями (участниками) организации [5].

Для того, чтобы уточнить и конкретизировать данные понятия, необходимо рассмотреть различные мнения авторов, а также изучить зарубежный опыт.

Среди зарубежных и отечественных ученых экономистов, законодателей нет единого мнения для определения таких понятий как «затраты» и «расходы». Точное определение данных понятий является актуальным вопросом, поскольку данные понятия являются ключевыми в нормативных правовых актах по бухгалтерскому и налоговому учету.

По мнению С. А. Николаевой, затраты – это «стоимостное выражение использованных в хозяйственной деятельности организации за отчетный период материальных, трудовых, финансовых и иных ресурсов». Она также выделяет, что “часто понятия “затраты” отождествляются с понятиями “расходы”, однако эти определения имеют значительные отличия [4,с.34].

А.С.Бакаев дает следующее определение затрат: «Затраты на производство – часть расходов организации, связанных с производством продукции, выполнением работ и оказанием услуг, т. е. с обычными видами деятельности» [1, с. 86]. Расходами же организации А. С. Бакаев, как и С. А. Николаева, признает «..уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (денежных средств, иного имущества) и (или) возникновения обязательств, приводящее к уменьшению капитала этой организации, за исключением уменьшения вкладов по решению участников (собственников имущества)» [1, с. 108].

По мнению П. Я. Папковской, «затраты» – потребление ресурсов в процессе уставной деятельности, целью которой является обеспечение дохода организации, т. е. затраты – это «уменьшение экономических ресурсов предприятия (денежных средств) или увеличение кредиторской задолженности» [8, с. 44], в свою очередь расходы «представляют собой часть затрат, ограниченных рамками отчетного периода или же соответствующих полученному доходу, т.е. это та часть затрат предприятия, которая соответствуют произведенной и реализованной в отчетном периоде продукции» [8, с. 44].

Н. П. Кондаков дает определение: затраты – это «стоимость ресурсов, использованных на определенные цели [2, с. 142]. Он отмечает, что в этом определении следует выделить три момента: «первый – затраты определяются величиной использованных ресурсов (материальных, трудовых, финансовых); второй – величина использованных ресурсов должна быть представлена в денежном выражении для обеспечения соизмерения различных ресурсов; третий – понятие затрат должно обязательно соотноситься с конкретными целями и задачами. Такими задачами могут быть производство продукции, выполнение работ, оказание услуг, осуществление капитальных вложений, функционирование отдела, службы и

т. п. Без указания цели понятие затрат становится неопределенным, ничего не означающим» [2, с. 142].

Ч. Т. Хорнгрен, Дж. Фостер определяют, что «под затратами понимают потребленные ресурсы или деньги, которые нужно заплатить за товары и услуги» [9, с. 20], а также указывают, что для управления менеджерам нужны «не просто затраты, а информация об издержках на что-либо» [9, с. 20], причем под «что-либо» понимают «объекты учета затрат» и определяют как «некую деятельность, для которой производится их сбор и измерение» [9, с. 20].

По мнению автора, затраты – это стоимостное выражение материальных, трудовых, финансовых и других ресурсов изготавливаемой продукции, работ, услуг и их реализации за отчетный период времени, а расходы – это уменьшение стоимости активов или увеличение обязательств, ведущие к уменьшению собственного капитала организации, не связанному с его передачей собственнику имущества.

Одной из важнейших задач управленческого учета является организация учета затрат по центрам ответственности. Контроль за затратами осуществляется по местам их возникновения для последующей оценки результатов деятельности организации. Так как организация является активно функционируещей системой, с течением времени приоритетные направления деятельности могут измениться, то и организация учета по центрам ответственности должна быть направлена на отражение этих факторов развития и управления организацией.

В условиях рыночной экономики правильно выработанная хозяйственная стратегия, оптимально составленный план экономического развития, система управления и эффективно организованный бухгалтерский учет в совокупности обеспечивают финансовую устойчивость субъектов хозяйствования. Результативное использование всех видов ресурсов производства, снижение затрат и рост доходности являются основными стратегическими задачами деятельности коммерческих организаций. Главная роль при этом отводится бухгалтерскому управленческому учету, управленческому анализу, обеспечивающим достоверность, своевременность и оперативность представляемой информации.

Система учета затрат в коммерческих организациях является центральным звеном в системе управления, так как здесь формируется информация о реальных издержках, а значит, создаются основы для подсчета фактической прибыли, т.е. расчета того показателя, ради достижения которого и была создана организация.

В управленческом учете сформированы эффективные принципы, подходы и методы, которые не вызывают сомнения. Управленческий учет рассматривает коммерческую организацию не только как единое целое. Для управления организацией важное значение имеет измерить и оценить эффективность работы отдельных подразделений (отделов, филиалов), проектов, продуктов, ресурсов, поставщиков, дилеров, менеджеров, кредиторов. Управленческий учет, может дать четкое представление ситуации в различных разрезах данных.

Список литературы

1. Бакаев, А.С. Бухгалтерский учет: учебник / А.С.Бакаев – М.: 2004. – 736с.
2. Кондаков, Н.П. Бухгалтерский (финансовый, управленческий) учет: учебник/ Н.П.Кондаков – М.: Проспект, 2009. – 448 с.
3. Лысенко, Д.В. Бухгалтерский управленческий учет: учебник / Д.В.Лысенко - М.: ИНФРА, 2009. – 478с.
4. Николаева, О.Е. Классический управленческий учет: учебник/ О.Е.Николаева, Т.В. Шишкова. – М: Издательство ЛКИ, 2010. – 400с.
5. О бухгалтерском учете и отчетности: Закон Республики Беларусь от 12 июля 2013г. №57-З // Консультант Плюс – Беларусь [Электронный ресурс] / ООО "ЮрСпектр", Нац. центр правовой

информ. Республики Беларусь. – Минск. – Дата доступа: 10.02.2018

6. Об утверждении Инструкции по бухгалтерскому учету доходов и расходов: постановление Министерства финансов Республики Беларусь 30.09.2011 № 102 (в редакции от 31.12.2013 №96)// Консультант Плюс – Беларусь [Электронный ресурс] / ООО "ЮрСпектр", Нац. центр правовой информ. Республики Беларусь. – Минск. – Дата доступа: 10.02.2018

7. Панков, Д.А. Управленческий учет и анализ: учеб.пособие / Д.А.Панков, Л.В.Пашковская – Минск: ГИУСТ БГУ, 2011. – 224с.

8. Папковская, П.Я. Бухгалтерский учет: учеб.пособие/ П.Я.Папковская – Минск: РИПО, 2016. – 379с.

9. Хорген Управленческий учет: учебник / Хорген, Фостер, Шрикант – Санкт-Петербург: Питер, 2008. – 352 с.

The article considers the concept of management accounting as an information base for the operational management of the production, business and financial activities of commercial organizations. Management accounting data is increasingly gaining importance as an information base used by the management of the organization to obtain operational data in order to determine the financial state of the organization for any period of time. The views of domestic and foreign economists, on the concepts: "management accounting", "costs", "costs" are considered. Author's definitions of such concepts as "management accounting", "costs", "expenses" are given.

Каткова Мария Казимировна, аспирантка 1 курса специальности «Бухгалтерский учет, статистика» аспирантуры Белорусского государственного экономического университета, Минск, Беларусь. E-mail: m.polilejko5@gmail.com

Научный руководитель – ***Маханько Людмила Сергеевна***, доцент кафедры «Бухгалтерский учета, анализ и аудит в торговле» Белорусского государственного экономического университета, Минск, Беларусь. E-mail: mahanko@mail.ru.

УДК 336.71

Т. А. Колесникова

СУЩНОСТЬ, ФУНКЦИИ, КЛАССИФИКАЦИЯ ПРОЦЕССА КРЕДИТОВАНИЯ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ

Проанализирован процесс кредитования юридических лиц. Изучены классификация, функции и принципы кредитования юридических лиц.

Система кредитования базируется на «трех китах»: субъектах кредита, обеспечении кредита и объектах кредитования. Базовые элементы кредитования неотделимы друг от друга. Успех в деятельности банка по кредитованию приходит только в том случае, если каждый из них дополняет друг друга, усиливает надежность кредитной сделки.

Субъектом кредитования с позиции классического банковского дела «являются юридические либо физические лица, дееспособные и имеющие материальные или иные гарантии совершать экономические, в том числе кредитные сделки. Заемщиком при этом может выступить любой субъект собственности, внушающий банку доверие, обладающий определенными материальными и правовыми гарантиями, желающий платить процент за кредит и возвращать его кредитному учреждению.

В настоящее время в основном публикуется статистика по следующим объектам кредитования:

- предприятия и организации;
- физические лица;
- другие банки.

Разделение кредитов по субъектам их получения порождает еще одно понятие классификации в системе кредитования – вид кредитов. Вид кредитов отображает совокупность свойств, которые характерны для той или иной конкретной кредитной сделки в экономическом и организационном отношении. Виды кредитов различаются не только по субъектам их получения, но и по другим критериям. К ним относятся:

- связь кредита с движением капитала;
- сфера применения кредита;
- срок кредита;
- обеспеченность кредита [4, с.82].

В мировой банковской практике можно увидеть и другие критерии классификации. Так, в большинстве стран ссуды подразделяются на два блока: кредиты юридическим и ссуды физическим лицам. Кредиты юридическим лицам предоставляются на производственные цели. Подобная классификация важна для организации процесса кредитования (порядка выдачи, оформления, погашения, обеспечения кредита и так далее).

Банковские кредиты можно подразделить и в зависимости от объектов кредитования. В узком смысле объект - это вещь, под которую выдается ссуда и ради которой заключается кредитная сделка. В промышленности, к примеру, банки кредитуют сырье, основные и вспомогательные материалы, топливо, тару, незавершенное производство, готовую продукцию, средства в расчетах. В торговле типичным объектом кредитования выступают товары, находящиеся в товарообороте. У сельскохозяйственных предприятий банки кредитуют затраты растениеводства и животноводства, минеральные удобрения, горючее и др.

Долгосрочные ссуды направлены на кредитование таких объектов как:

- строительство производственных объектов;
- реконструкция, техническое перевооружение, расширение производственных объектов;
- приобретение техники, оборудования и транспортных средств;
- организация выпуска новой продукции;
- строительство объектов непроизводственного назначения и т.д.

Классификация кредитов, предоставляемых юридическим лицам.

Кредитные продукты, которые разрабатывают коммерческие банки для предприятий, с одной стороны, отражают особенности кругооборота капитала в различных отраслях реального сектора экономики и связанную с ними потребность в привлечении заемных средств, а с другой – учитывают необходимость поддержания собственной ликвидности и достижения требуемого уровня рентабельности капитала и активов банка.

Основными кредитными продуктами, получившими развитие в российской практике, являются разовые срочные обеспеченные ссуды, кредитные линии, овердрафты, синдицированные кредиты, вексельные кредиты.

Разовые срочные кредиты, как правило, имеют целевой характер и предоставляются под залог имущества заемщика. Каждый кредит оформляется индивидуальным кредитным договором с указанием цели и суммы кредита, срока его возврата, процентной ставки и обеспечения. Для решения банком вопроса о таком кредите заемщик должен каждый раз представлять ему необходимый в таких случаях для его оформления пакет документов. Разовая ссуда всегда выдается единовременно с простого ссудного счета, с зачислением суммы кредита на расчетный счет заемщика. Погашение разовых кредитов может производиться заемщиком как единовременно разовым платежом по окончании

установленного договором срока кредита, так и периодически в согласованные с банком сроки и в размере оговоренной суммы. Разовые кредиты используются для кредитования новых клиентов, не имеющих кредитной истории. Они могут предоставляться и на формирование сезонных запасов, и для пополнения оборотного капитала, и для приобретения машин и оборудования.

Открытая кредитная линия представляет собой обязательство коммерческого банка предоставить заемщику ссуду в пределах заранее установленного ему на определенный срок лимита, который может быть использован клиентом на основании кредитного договора по мере возникновения потребности в дополнительных средствах в пределах оговоренного срока без дополнительных переговоров с банком и каких-либо документальных оформлений. Открытая кредитная линия позволяет оплатить за счет кредита любые расчетно-денежные документы, предусмотренные в кредитном соглашении, заключаемом между клиентом и банком. Кредитная линия открывается в основном на один год, но может иметь и более короткий период. По просьбе клиента и при наличии достаточных оснований лимит кредитной линии может пересматриваться.

Кредитные линии могут быть нескольких видов, в качестве самостоятельных кредитных продуктов обычно выделяют возобновляемую и невозобновляемую кредитные линии.

Под *возобновляемой* кредитной линией понимается соглашение о предоставлении заемщику ссуды, в котором определяется максимальный размер единовременной задолженности клиента – заемщика по полученным кредитам (лимит задолженности) и предусматривается возможность ее полного или частичного погашения на протяжении срока действия соглашения.

Под *невозобновляемой* кредитной линией понимается соглашение, по которому предусмотрена выдача кредита несколькими суммами (траншами) в пределах общей суммы договора лимита выдач независимо от частичного погашения. Невозобновляемая кредитная линия используется при кредитовании закупок машин и оборудования, в том числе комплексного, а также при кредитовании монтажа оборудования и других новых мощностей.

Овердрафт – это особая форма краткосрочного кредита, при которой банк осуществляет кредитование расчетного или текущего счета клиента. Под кредитованием счета понимается осуществление банком платежей со счета, несмотря на отсутствие на нем денежных средств. Оно может осуществляться только в том случае, если это предусмотрено в договоре банковского счета. Овердрафт следует рассматривать как льготную форму кредитования, т.е. он используется в отношениях с финансово устойчивыми заемщиками при временном недостатке или кратковременном отсутствии у них на счетах средств для совершения платежей. Он предоставляется на непродолжительный срок.

При кредитовании по овердрафту устанавливается лимит – максимальная сумма, на которую могут быть проведены операции по счету сверх остатка средств на нем, а также срок, в течение которого должны быть погашены возникшие кредитные обязательства клиента перед банком.

Кредиты на синдицированной основе предоставляются заемщику за счет объединения ресурсов нескольких банков. Они используются как для краткосрочного, так и для долгосрочного кредитования, если объем кредита или кредитный риск слишком велики для одного банка. Кредитование может осуществляться в рублях и иностранной валюте. Таким образом, субъектами кредитных отношений, с одной стороны, выступают как минимум два банка, а с другой – один или несколько заемщиков, непосредственно причастных к осуществлению кредитуемого мероприятия. Отношения по поводу кредита между указанными сторонами оформляются либо одним общим кредитным договором, либо договорами с каждым банком в отдельности. Задолженность по ссуде погашается заемщиком

всем банкам-участникам одновременно и прямо пропорционально выданным долям кредита (исходя из установленной доли участия).

Вексельные кредиты подразделяются на векселедательские и предъявительские.

Векселедательским кредитом пользуются предприятия (хозяйствующие субъекты), выступающие в роли покупателей, при нехватке оборотных средств для расчетов с поставщиками продукции, товаров, услуг. В этом случае банк заключает с клиентом кредитный договор, в соответствии с которым заемщик в качестве кредита получает пакет собственных векселей банка-кредитора, выписанных им на заемщика на общую сумму, указанную в договоре. Процентная ставка по векселедательским кредитам устанавливается ниже ставки за обычный банковский кредит в связи с более низкой ликвидностью векселей по сравнению с деньгами.

Предъявительские вексельные кредиты бывают двух видов: учетные и залоговые.

Учет векселей – это покупка их банком, в результате чего они полностью переходят в его распоряжение, а вместе с ними и право требования платежа от векселедателей.

Новым кредитным продуктом, получившим широкое распространение в зарубежной практике, является факторинг. В самом общем виде факторинг можно определить как деятельность банка-посредника или специализированного учреждения (факторинговой компании) по взысканию денежных средств с должников своего клиента (промышленной и торговой компании) и управлению его долговыми требованиями. Деятельность фактор-посредников призвана решать проблемы рисков и сроков платежей в отношениях между поставщиками и покупателями и придавать этим отношениям большую устойчивость.

Выбор банковских продуктов и их адаптация к потребностям целевых групп клиентов производятся банком при разработке кредитной политики.

Функции кредита. Посредством использования функций кредита, предприятия различных форм собственности и общество в целом добиваются эффективности производства, ускорения обращения и роста доходов. Выяснение функций кредита имеет большое практическое значение, поскольку это позволяет использовать его наиболее эффективно.

Кредит выполняет следующие три основные функции:

1) распределительную;
2) эмиссионную;
3) контрольную [3, с. 45].

Распределительная функция кредита заключается в распределении денежных средств на основе возвратности. Конкретно эта функция проявляется в процессе временного предоставления средств организациям и предприятиям для удовлетворения своих потребностей в денежных ресурсах.

Содержание эмиссионной функции заключается в создании кредитных средств обращения и замещения наличных денег. Она проявляется в том, что в процессе кредитования создаются платежные средства, т.е. в оборот наряду с деньгами в наличной форме входят также деньги в безналичной форме.

Содержание контрольной функции состоит в осуществлении контроля над эффективностью деятельности экономических субъектов. Действие этой функции проявляется в том, что в хозяйстве, получившем кредит, осуществляется всесторонний контроль рублем.

Эти основные функции кредита являются, по мнению некоторых авторов, наиболее значимыми в экономике, так как они играют главную роль. Но не менее важными являются и так называемые «производные» функции кредита: экономия издержек обращения, ускорение концентрации капитала, обслуживание товарооборота, ускорение научно-технического прогресса [2, с. 116].

Принципы кредитования. В современных условиях особое значение приобретают принципы рационального кредитования, требующие надежной оценки не только объекта, субъекта и качества обеспечения, но и уровня маржи, доходности кредитных операций, снижения риска.

Банки, являясь, по сути, коммерческими предприятиями, накладывают коммерческий характер и на всю систему их деятельности по кредитованию. Прежде всего, исходя из принципа прибыльности банковского хозяйства, банковские ссуды являются платными. Существенным признаком современной системы кредитования является ее договорная основа [2, с.117].

Как указывает Г.Г. Коробова, большинство экономистов признают такие принципы банковского кредитования, как целевое использование, срочность, обеспеченность. В качестве дополнительных принципов кредитования выдвигают дифференцированность, платность, эффективность, опосредование кредитом платежного оборота и др. Также следует отметить, что принципы краткосрочного и долгосрочного кредитования должны быть едиными, поскольку они отражают сущность и законы единого кредита - банковского. Что же касается его разновидностей, то специфика заключается в особенностях содержания механизма кредитования по отношению к конкретным объектам, в особенностях реализации отдельных принципов кредитования, но не затрагивает самих принципов банковского кредитования как исходных его элементов [2, с. 212].

Условия кредитования. Под условиями кредитования понимаются своего рода требования, которые предъявляются к базовым элементам кредитования – субъектам, объектам и обеспечению. Кредитование должно отражать интересы обеих сторон кредитной сделки. Условия кредитования связаны также с принципами кредитования – целевым характером, срочностью и обеспеченностью кредита. Если клиент потенциально может нарушить одно из них, то кредитная сделка не состоится.

Таким образом, согласно О.И. Лаврушину, можно выделить следующие условия кредитования:

- соблюдение требований, предъявляемых к базовым элементам кредитования;
- совпадение интересов обеих сторон кредитной сделки;
- наличие возможностей как у банка-кредитора, так и у заемщика выполнять свои обязательства;
- соблюдение принципов кредитования;
- возможность реализации залога и наличие гарантий;
- обеспечение коммерческих интересов банка;
- планирование взаимоотношений сторон кредитной сделки [1, с. 327].

Этапы кредитования. Непосредственно кредитный процесс начинается со дня первой выдачи ссуды. Однако до этого момента и вслед за ним проходит целая полоса значительной работы, выполняемой как банком-кредитором, так и клиентом - заемщиком.

Переговоры о кредите начинаются задолго до принятия конкретного решения. В современной отечественной практике наблюдается тенденция того, что коммерческим банкам не приходится искать клиента, которому надо дать кредит, поскольку в настоящее время кредиты нужны всем - начиная от предпринимателя и заканчивая правительством. Но данная тенденция не освобождает банки от другого более сложного этапа - этапа рассмотрения конкретного проекта.

В коммерческих банках решение этой задачи, как правило, возлагается на кредитный отдел (управление). В отдельных банках выделяются специальные аналитические подразделения, функцией которых является всесторонняя оценка кредитуемого предприятия. Далее наступает этап оформления кредитной документации.

Работники банка оформляют кредитный договор, выписывают распоряжения по банку о выдаче кредита, заводят досье на клиента-заемщика (кредитное дело).

На следующем этапе – этапе использования кредита – осуществляется контроль за кредитными операциями: соблюдением лимита кредитования, целевым использованием кредита, уплатой процентов, полным и своевременным возвратом ссуд.

Таким образом, при всем многообразии объектов и субъектов кредитования, различных видов ссуд, предоставляемых юридическим лицам, система кредитования представляет собой некую единую схему, включающую:

- методы кредитования и формы ссудных счетов;
- кредитную документацию, представляемую банку;
- процедуру по выдаче кредита;
- порядок погашения ссуды;
- контроль в процессе кредитования [1, с.179].

Список литературы

1. Банковское дело: учебник / О.И. Лаврушин, И.Д. Мамонова, Н.И. Валенцева. – М.: КНОРУС, 2011. – 768 с.

2. Банковское дело: учебник / Г.Г. Коробова [и др.]; под ред. Г.Г. Коробовой. – Москва: Экономистъ, 2008. – 766 с.

3. Бибикова, Е.А. Кредитный портфель коммерческого банка [Текст]: учебное пособие / Е.А. Бибикова, С.Е. Дубова. – М.: Флинта Наука, 2012. – 125 с. Васильев, М.А. Деньги, кредит, банки. – М.: Издательство РИОР, 2011. – 428 с.

4. Насонова, И. В. Современные методы оценки кредитоспособности и их роль в развитии банковского кредитования / И. В. Насонова // Планово-экономический отдел. - 2015. - № 12. – С. 82-92.

Колесникова Татьяна Анатольевна, магистрант 1 курса специальности «Финансы, денежное обращение и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: tatsiana.18@mail.ru.

Научный руководитель – ***Витун Светлана Емельяновна*** – заместитель декана по научной работе факультета экономики и управления, кандидат экономических наук, доцент, Гродно, Беларусь. E-mail: s.vitun@grsu.by

УДК 336.027

Е. А. Кузьмицкая

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ МАКСИМИЗАЦИИ ПРИБЫЛИ КАК ОСНОВНОГО ИСТОЧНИКА ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ ОРГАНИЗАЦИИ

Рассмотрено понятие прибыли, ее основные категории. Проведен анализ финансовой устойчивости и платежеспособности на примере организации, которое осуществляет производство продукции из пластмасс и изготовление пресс-форм. Предложены пути максимизации прибыли данного предприятия.

Важная роль в укреплении и развитии экономики предприятий принадлежит получаемой ими прибыли от своей хозяйственно-финансовой деятельности. Понятие прибыли по мере развития экономической теории постоянно усложнялось. Причем трактовки прибыли были и остаются до сих пор довольно простыми [1, с.132].

Прибыль - один основных финансовых показателей плана и оценки хозяйственной деятельности организации. За счет прибыли осуществляется финансирование мероприятий по научно-техническому и социально-экономическому развитию, увеличению фонда оплаты труда.

Прибыль является не только источником обеспечения внутрихозяйственных потребностей предприятий, но приобретает все большее значение в формировании бюджетных ресурсов, внебюджетных и благотворительных фондов.

Прибыль, как конечный результат деятельности предприятия, представляет собой разницу между общей суммой доходов и затрат на производство и продажи продукции с учетом убытков от различных хозяйственных операций.

Прибыль является стандартом успешной работы всего предприятия. Величина прибыли зависит от производственной, снабженческой, сбытовой и коммерческой деятельности предприятия. Ее рост создает финансовую базу для экономического развития предприятия. За счет прибыли погашаются долговые обязательства предприятия перед кредиторами и инвесторами [2, с.212].

Поставив цель максимизации прибыли, хозяйствующие субъекты как самостоятельный этап решения этой задачи в обязательном порядке проводят анализ полученных результатов. Он включает оценку следующих показателей прибыли: валовой, прибыли от продаж, прибыли до налогообложения, чистой прибыли предприятия. При этом нужно не только изучить динамику основных показателей, но и установить факторы, которые повлияли на величину этих показателей, а также выявить степень влияния этих факторов.

Прибыль – это доход от предпринимательской деятельности на вложенный капитал выраженный в денежной форме, который характеризует вознаграждение за риск осуществления предпринимательской деятельности, представляющий собой разность между полученными совокупным доходом и совершенными совокупными затратами в процессе этой деятельности.

Сущность категории прибыль:

– основной внутренний источник текущего и долгосрочного развития организации;

– индикатор кредитоспособности организации, гарант выполнения организацией своих обязательств перед государством;

– главный источник возрастания рыночной стоимости организации (предприятия);

– главный интерес собственника, поскольку он обеспечивает возможность возрастания капитала и бизнеса;

– индикатор конкурентоспособности организации (предприятия) при наличии стабильного и устойчивого уровня прибыли [3, с.154].

Проведем анализ финансовой устойчивости и платежеспособности на примере организации, которая осуществляет производство продукции из пластмасс и изготовление пресс-форм.

В процессе анализа необходимо оценить размеры, динамику и структуру вложений капитала организации в основные средства, выявить главные функциональные особенности основной деятельности предприятия.

Рассмотрим таблицу 1.

Таблица 1 – Анализ оценки финансовой устойчивости

Наименование показателей	2014 год	2015 год	2016 год	Темп роста 14/13 года,%	Темп роста 15/14 года,%
1.Коэффициент независимости	0,29	0,3	0,28	103	93,3
2.Коэффициент финансовой зависимости	0,71	0,7	0,72	98,6	102,9
3.Коэффициент финансовой устойчивости	2,45	2,37	2,57	96,7	108,4
4.Коэффициент маневренности	0,52	0,61	0,83	117,3	136

Источник: собственная разработка на основании данных организации

Коэффициент финансовой независимости показывает долю активов организации, которые покрываются за счет собственного капитала. Оставшаяся доля активов покрывается за счет заемных средств.

Инвесторы и банки, выдающие кредиты, обращают внимание на значение этого коэффициента. Чем выше значение коэффициента, тем с большей вероятностью организация может погасить долги за счет собственных средств. Чем больше показатель, тем независимее предприятие. Коэффициент независимости уменьшается, что означает не лучшее состояние предприятия [4, с.115].

Коэффициент финансовой зависимости – показывает, в какой степени организация зависит от внешних источников финансирования, сколько заемных средств привлекла организация на 1 руб. собственного капитала. Он показывает также меру способности организации, ликвидировав свои активы, полностью погасить кредиторскую задолженность.

Рассмотрим таблицу 2

Таблица 2 – Анализ оценки платежеспособности

Наименование показателей	2014 год	2015 год	2016 год
1.Коэффициент текущей ликвидности	1,07	0,76	0,9

Продолжение таблицы 2

2.Коэффициент промежуточной ликвидности	0,006	0,002	0,03
3.Коэффициент абсолютной ликвидности	0,01	0,001	0,032

Источник: собственная разработка на основании данных организации

Коэффициент текущей ликвидности показывает способность компании погашать текущие (краткосрочные) обязательства за счёт только оборотных активов. Чем значение коэффициента больше, тем лучше платежеспособность предприятия. В 2014 году платежеспособность предприятия была лучше, чем в 2015 году но уже на 2016 год он увеличился.

Коэффициент промежуточной ликвидности показывает на сколько возможно будет погасить текущие обязательства, если положение станет действительно критическим, при этом исходят из предположения, что товарно-материальные запасы вообще не имеют никакой ликвидационной стоимости.

Коэффициент абсолютной ликвидности показывает, какая доля краткосрочных долговых обязательств может быть покрыта за счет денежных средств и их эквивалентов в виде рыночных ценных бумаг и депозитов, т.е. практически абсолютно ликвидными активами [5].

Анализ отчета о прибылях и убытках отражен в таблице 3.

Таблица 3 – Отчет о прибылях и убытках организации за 2014 -2016 гг.

Наименование показателей	2014 год	2015 год	2016 год	Темп роста 14/13 года,%	Темп роста 15/14 года,%
Выручка от реализации продукции	1 296	1 621	1 728	125	107
с/с реализованной продукции	(953)	(1 215)	(1 416)	127	117
Валовая прибыль	0,342	0,405	0,312	118	77
Управленческие расходы	(135)	(145)	(130)	108	90
Расходы на реализацию	(40)	(86)	(90)	213	104
Прибыль (убыток) от реализации продукции	166	174	92	104	53
Прочие доходы по текущей деятельности	421	471	1 621	112	344
Прочие расходы по текущей деятельности	(447)	(455)	(1 255)	102	276
Прибыль (убыток) от текущей деятельности	142	191	457	135	240
Доходы по финансовой деятельности	86	07	509	124	477

Продолжение таблицы 3

Расходы по финансовой деятельности	(223)	(263)	(936)	118	355
Прочие расходы по текущей деятельности	(447)	(455)	(1 255)	102	276
Прибыль (убыток) от текущей деятельности	142	191	457	135	240
Доходы по финансовой деятельности	86	07	509	124	477
Расходы по финансовой деятельности	(223)	(263)	(936)	118	355
Прибыль (убыток) до налогообложения	6	35	30	215	86
Налог на прибыль	(6)	(13)	(8)		
Чистая прибыль (убыток)	1	31	22		73
Совокупная прибыль	51	58	22	114	51

Источник: собственная разработка на основании данных организации

По таблице 3 мы видим, что выручка от реализации продукции с каждым годом увеличивается. Управленческие расходы в 2015 году увеличились на 8% по сравнению с 2014, но мы сразу же наблюдаем, что в 2016 году они уменьшились. Прибыль (убыток) от реализации продукции также увеличился в 2015 году, но в 2016 – резко упала. Доходы по финансовой деятельности увеличиваются с каждым годом и мы видим что в 2016 году они составили 509 тыс. руб. Но расходы по финансовой деятельности резко выросли в 2016 году. Чистая прибыль увеличилась в 2015 году на 30 тыс. руб. по сравнению с 2014, но в 2016 году она уменьшилась на 9 тыс. руб. по сравнению с 2015 годом .

Необходимо сделать ряд предложений по улучшению финансовых результатов организации:

– рассмотреть и устранить причины возникновения перерасхода финансовых ресурсов на управленческие и коммерческие расходы;

– осуществлять эффективную ценовую политику, дифференцированную по отношению к отдельным категориям покупателей;

– совершенствовать рекламную деятельность, повышать эффективность отдельных рекламных мероприятий;

– разработать и ввести эффективную систему материального стимулирования персонала, тесно увязанную с основными результатами хозяйственной деятельности предприятия и экономией ресурсов;

– осуществлять постоянный контроль за условиями хранения и транспортировки сырья и готовой продукции.

Выполнение этих предложений значительно повысит получаемую предприятием прибыль.

Список литературы

1. Бариленко, В.И. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие. / В.И. Бариленко – М.: КНОРУС, 2015 – с. 341
2. Витун, С.Е. Финансы предприятий: учебное пособие./ С.Е. Витун, А.И. Чигрина. – Гродно: ГрГУ, 2010. – 305 с.
3. Ермолович, Л.Л. Анализ хозяйственной деятельности предприятий / Л.Л. Ермолович. – Минск.: Соврем. шк., 2012. – 736с.
4. Жулега, И.А. Методология анализа финансового состояния предприятия: монография / И. А. Жулега; СПб. – ГУАП., 2013. – 235 с.
5. Официальный сайт Министерства экономики Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://economy.gov.by/ru .– Дата доступа: 12.01.2018.

Кузьмицкая Екатерина Александровна, студентка 4 курса специальности «Финансы и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: kuzmickaya.ekaterina18@mail.ru .

Научный руководитель – ***Чигрина Анастасия Игоревна***, магистр экономических наук, старший преподаватель кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: chigrina_ai@grsu.by

УДК 338.5

И. И. Кузьмицкая

РЕЗЕРВЫ РОСТА ПРИБЫЛИ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ

В статье рассмотрено понятие прибыли в условиях конкурентной среды, особенности процесса управления прибылью на предприятии. На примере ОАО «Силуэт» проанализирована производственная и финансовая деятельность, исследованы механизм и факторы влияющие на формирование прибыли, выявлены резервы роста прибыли на предприятии.

Прибыль представляет собой одну из форм денежных накоплений, создаваемых на предприятиях, отраслях экономики, государства. Прибыль – это экономическая категория, характеризующая конечный финансовый результат коммерческой деятельности организаций [1, с. 113].

Ведущее значение прибыли в качестве финансового показателя предпринимательской деятельности фирмы вместе с тем не означает его уникальности и универсальности. Анализ стимулирующей роли прибыли показывает, что в отдельных хозяйствующих субъектах преобладает стремление извлечь высокую прибыль в целях увеличения фонда оплаты труда в ущерб производственному и социальному развитию коллектива. Более того, выявлены факты получения «незаработанной» прибыли, т.е. образующейся не в результате эффективной хозяйственной деятельности, а путем изменения, например, структуры выпускаемой продукции. Вместо производства низкорентабельной, но имеющей большой спрос продукции предприятия увеличивают производство более выгодной для них и более дорогой высокорентабельной продукции. В ряде случаев рост прибыли обусловлен необоснованным повышением цен на продукцию [2].

Управление прибылью организации сводится к разработке механизма организационно-экономического воздействия на результаты работы предприятия, на повышение его эффективности по сравнению с затратами, поиску комплекса инструментов, позволяющих из

стихийного получения доходов перейти к регулируемым доходам. В то же время, недостаточно обеспечить только прибыльность предприятия. Прибыль должна быть настолько весомой, чтобы обеспечивать все расширенное воспроизводство, решение стоящих перед предприятием задач.

В современный период рыночная конкуренция должна быть более жесткой, но не за счет фактора цены, а в результате появления более изощренных, тонких методов и форм соперничества предприятий на рынке. Выживание предприятия все чаще обуславливается действием факторов более долгосрочного порядка, нежели просто экономия на каких-либо видах прямых или накладных расходов. Необходимо, чтобы предприятие гораздо больше времени уделяло таким сферам, как реализация и сбыт продукции, увеличение доходов, чем собственно управлению производством с целью снижения издержек. Так как нужды и запросы потребителей быстро распространяются по всему свету, то они становятся чрезвычайно индивидуализированными, а рынки очень разнообразными по своей структуре. Руководство предприятия, если оно стремится к преуспеванию на рынке, должно неукоснительно следовать правилу: делать, прежде всего, ставку на увеличение доходов, а не на снижение издержек (хотя они и взаимосвязаны).

Как уже упоминалось, максимальное получение прибыли в основном связывается со снижением производственных издержек. Однако, в условиях, когда затратами предприятие может управлять в основном только через расход их количества, а цена на каждый входной материал (ресурс) практически неуправляемая, то в условиях не замедляющейся инфляции и бесконтрольности предприятие крайне ограничено в возможности снижать производственные издержки, добиваясь таким путем увеличения прибыли. Поэтому, здесь возникает необходимость переоценки других качественных характеристик, влияющих на увеличение доходов предприятия.

Под резервами понимаются неиспользованные возможности снижения удельного (т.е. приходящегося на единицу выпуска и реализации продукции) расхода материальных ресурсов, труда, капитальных затрат. Поиск резервов необходим для увеличения объема выпуска и реализации продукции, достижения уровня рентабельности, необходимого для сохранения конкурентных позиций и повышения стоимости бизнеса. Для поиска и оценки резервов требуется количественное измерение возможного увеличения выпуска в результате повышения эффективности использования ресурсов.

Конечные результаты финансово-хозяйственной деятельности организации отражают в целом эффективность использования ее экономического потенциала, который включает кадровый, технический, производственный и финансовый потенциал и характеризует общие возможности, а также конкретные виды экономической деятельности предприятий.

Рост прибыли ОАО "Силуэт" можно рассматривать с двух сторон: рост доходов и снижение расходов. В настоящий момент все денежные фонды формируются за счет собственных средств ОАО "Силуэт", в связи с чем необходимо рассмотреть мероприятия по увеличению прибыли. Основными факторами, повлиявшими на рост прибыли от реализации являются: рост цен на реализованную продукцию, увеличение объема реализации, уменьшение удельного веса себестоимости реализованной продукции в выручке от реализации.

Основными видами выпускаемой ОАО "Силуэт" продукции являются: спецодежда, одежда индивидуального заказа и трикотажные изделия. Специфика выпускаемой продукции такова, что не всегда качество полностью зависит от производителя, то есть от ОАО "Силуэт". Часто качество продукции зависит от качества сырья. Однако, соблюдение технологической дисциплины, контроль за работой оборудования, своевременная его наладка, условия хранения и транспортировки сырья и готовой продукции являются важнейшими факторами повышения качества готовой продукции.

В 2016 году продукция высшей категории качества в общем объеме реализации продукции ОАО "Силуэт" составляла 65 %, первой категории качества – 35 %. Отпускная цена продукции первой категории качества на 20 % ниже цены продукции высшего качества. Предприятие имеет возможность изменить структуру продукции таким образом: на 5 % увеличить удельный вес продукции высшего качества и на столько же снизить удельный вес продукции первого качества.

В результате проведенных нами расчетов, при данном варианте, средняя цена возрастает на 100 бел. руб. за условную единицу количества, а за возможный объем реализации сумма прибыли увеличивается на 10000 бел. руб.

Важным показателем, характеризующим работу предприятия, является себестоимость продукции, работ и услуг. От её уровня зависят финансовые результаты деятельности предприятия. Анализируя состав затрат на производство, можно сказать, что наибольший удельный вес в себестоимости занимают затраты на оплату труда – 47,7 %, материальные затраты – 28,1 %, в том числе: сырьё и материалы – 23,1 %, покупные комплектующие – 0,5%, ТЭР – 4,5 %, амортизация основных средств и нематериальных активов – 5,9 %.

При анализе фонда заработной платы необходимо также установить соответствие между темпами роста средней заработной платы и производительностью труда. Как показывают проведенные расчеты, темп роста равен 104%. Очевидно нарушение принципа расширенного воспроизводства, получения прибыли и рентабельности: темп роста заработной платы рабочих опережает темп роста производительности труда. В результате происходит перерасход заработной платы, рост себестоимости и, соответственно, уменьшение суммы прибыли.

Поэтому, представляется первоочередным, провести оптимизацию фонда заработной платы, предполагающую следующие направления его реформирования:

– рост загруженности работников предприятия с целью исключения оплаты неотработанного времени;

– изменение структуры выплат, включаемых в себестоимость продукции и выплачиваемых из прибыли;

– ликвидация потерь рабочего времени (они вызваны как отсутствием материальных ресурсов, так и недостатком средств на их приобретение);

– экономия фонда заработной платы за счет увеличения норм выработки и зон обслуживания;

– увеличение норм выработки влечет за собой рост производительности труда, и в результате предприятие может увеличивать заработную плату работникам.

Рационализация структуры позволит не только исключить необоснованные финансовыми ресурсами выплаты, но и получить экономию по фонду заработной платы в сумме 10000 бел. руб. Также в рамках улучшения системы мотивации персонала можно предложить внедрение социального пакета, включающего три подвида: обязательный, мотивационный и компенсационный.

Оптимальным уровнем показателя экономии ресурсов считается допустимое значение не менее «-1». Рациональное снижение уровня затрат на производство и реализацию продукции (работ, услуг) предполагает в будущих периодах получить прирост прибыли от реализации продукции, чистой прибыли и не допустить перерасход издержек производства, а также расходов на реализацию в соответствии с запланированными финансово-экономическими показателями на 2017 год.

На основе анализа затрат на производство и реализацию товаров, работ, услуг приведенного нами в 2016 году, объем произведенной продукции увеличился на 110,4 %, затраты на производство и реализацию товаров, работ, услуг увеличились на 120,6 % в частности за счет роста темпов заработной платы и отчисления в фонд соцзащиты – на 133,3

% соответственно, в связи с увеличением ставки 1 разряда – на 115,5 % в 2016 году, а также ростом амортизации – на 137 % (в связи с вводом нового оборудования докупленного для нового структурного подразделения). Соотношение оплаты труда (с учетом отчислений) и объема производства составляет 50,8 %, снижение уровня затрат на производство продукции, работ, услуг – на 5,7 %. На основе проведенного анализа сделаем выводы о снижении финансовых показателей производства и реализации товаров, работ, услуг за 2016 год.

В 2017 увеличены объемы производства на 105 %. При этом допустимый рост затрат составил 103 %, соотношение оплаты труда (с учетом отчислений) и объема производства составили 49,8 %, снизился уровень затрат на производство продукции, работ, услуг и получен положительный финансовый результат.

В дальнейшем предполагается снизить затраты на производство и реализацию товаров, работ, услуг за счет:

– использования давальческого сырья, снижения материалоемкости продукции, за счет оптимизации технологических режимов, совершенствования норм расхода сырья и уменьшения технологических потерь и, как результат, снижение материальных затрат на 18,8 %;

– оптимизации численности и снижению затрат на управленческий персонал, как следствие – снижение роста темпов заработной платы и отчислений в фонд соцзащиты населения;

– реализации оборудования не используемого или неэффективно используемого в процессе производства.

Таким образом, учитывая наличие проблем управления прибылью и рентабельностью, подход к механизму управления должен носить комплексный характер. В первую очередь, это непосредственно связано с эффективным управлением операционной системой предприятия в целом. Для обеспечения снижения себестоимости продукции ОАО "Силуэт" следует осуществлять следующие меры (при выполнении общего правила – прибыль должна быть обеспечена при любых затратах): совершенствовать организацию производства путем сокращения сроков доставки сырья, развития схемы сбыта под заказ, иными путями; снижать расходы заработной платы на единицу произведенной продукции, ее удельный вес в структуре производственных издержек путем опережающего роста производительности труда, опережающего роста оборота; повышать уровень культуры обслуживания населения, покупателей; постоянно анализировать состояние дел у конкурентов; повышать производительность труда персонала через развитие системы мотивации.

Список литературы

1. Баскакова, О.В. Экономика предприятия (организации) / О. В. Баскакова, Л. Ф. Сейко. – М: Дашков и К, 2013. – 372 с.

2. Об утверждении Национального стандарта бухгалтерского учета и отчетности «Учетная политика организации, изменения в учетных ценах, ошибки» от 10 декабря 2013 г. № 80 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015. – Режим доступа: http://www.urspectr.info/ – Дата доступа: 25.02.2018.

The article deals with the concept of profit in a competitive environment, features of the profit management process at the enterprise. The example of «Silhouette» analyzed production and financial activities, investigated the mechanism and factors affecting the formation of profits, identified the reserves of profit growth at the enterprise.

Кузьмицкая Ирина Ивановна, магистрант 1 курса специальности «Финансы, денежное обращение и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: ms.irson.irisha@mail.ru .

Научный руководитель – ***Платоненко Елена Ивановна,*** кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой финансов и бухгалтерского учета факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: platonenko_ei@grsu.by.

УДК 657.2

Н. А. Макаревич

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УЧЕТА РАСЧЕТОВ С ПЕРСОНАЛОМ ПО ОПЛАТЕ ТРУДА В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

В статье рассматриваются теоретические аспекты учета расчетов с персоналом по оплате труда: на основе анализа положений Трудового кодекса Республики Беларусь исследованы формы и системы оплаты труда, применяемые в Республике Беларусь, представлена методика расчета заработной платы при повременной и сдельной системах оплаты труда работников.

Учет расчетов с персоналом по оплате труда является одним из самых ответственных и трудоемких участков бухгалтерской работы. Это объясняется, прежде всего, необходимостью организации четкого контроля за мерой труда, правильным начислением заработной платы, сумм налогов и страховых взносов, своевременной подготовкой отчетности по показателям оплаты труда. С одной стороны, заработная плата является одной из основных статей затрат при формировании себестоимости продукции, работ, услуг. С другой стороны, правильное начисление заработной платы влияет на уровень полученных доходов персонала.

В соответствии со ст. 57 Трудового кодекса Республики Беларусь заработная плата – это вознаграждение за труд, которое наниматель обязан выплатить работнику за выполненную работу в зависимости от ее сложности, количества, качества, условий труда и квалификации работника с учетом фактически отработанного времени, а также за периоды, включаемые в рабочее время [1].

При расчетах с работниками организации могут применяться следующие виды оплаты труда: денежная и натуральная. В соответствии с ч. 2 ст. 74 ТК с согласия работника допускается замена денежной оплаты натуральной полностью (натуральная форма оплаты труда) или частично (смешанная форма оплаты труда) [1].

Система оплаты труда – механизм начисления заработной платы, обеспечивающий учет количества труда, затраченного работниками.

К основным системам оплаты труда относят: повременную, сдельную, а также их производные варианты (повременно-премиальную, сдельно-премиальную и др.) [3, с. 53].

Повременная заработная плата определяется квалификацией работника и количеством отработанного времени. При повременной оплате труда используются следующие подсистемы оплаты:

- простая повременная;
- повременно-премиальная;
- оплата по должностным окладам;
- оклад устанавливается работнику согласно штатному расписанию.

Сдельной называется заработная плата, которую получает работник в зависимости от количества выполненной работы по установленным сдельным расценкам с учетом качества труда. При применении сдельной оплаты труда используются следующие подсистемы оплаты:

– прямая сдельная;

– сдельно-премиальная;

– сдельно-прогрессивная, когда выполнение заданий сверх норм оплачивается по повышенным расценкам;

– косвенно-сдельная, когда заработнаяплата рабочих вспомогательных производств зависит от оплаты труда рабочих основного производства;

– аккордная (бригадная), когда оплата производится за выполненный коллективом (бригадой) объем работ в установленные сроки.

При повременной оплате труда месячная зарплата работника определяется исходя из отработанного им в этом месяце времени и установленного ему размера часовых и (или) месячных тарифных ставок (окладов) (ст. 61 ТК) [1].

Отработанные работником дни (часы) отмечаются в табеле использования рабочего времени, форма и порядок заполнения которого утверждаются нанимателем [4].

Рассмотрим порядок расчета заработной платы работнику при повременной форме оплаты труда.

Вариант 1. Работнику установлена месячная тарифная ставка (оклад).

Если работник отработал все рабочие дни в месяце, ему полагается зарплата в полном размере по формулам (1) (2):

Зарплата работника за полностью отработанный месяц = **Размер месячной тарифной ставки (оклад)**

Если работник отработал не все рабочие дни (часы) в месяце, то его зарплата за этот месяц рассчитывается, исходя из фактически отработанного времени по формуле:

Зарплата работника за не полностью отработанный месяц = **Размер месячной тарифной ставки (оклад)** / **Количество рабочих дней (часов) в месяце** x **Количество отработанных дней (часов) в месяце**

Вариант 2. Работнику установлена часовая тарифная ставка.

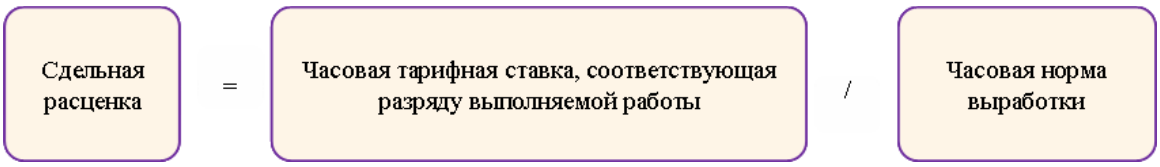
В данном случае зарплата за месяц рассчитывается по формуле (3):

Зарплата работника, которому установлена часовая тарифная ставка, за месяц = **Часовая тарифная ставка** x **Количество отработанных часов в месяце**

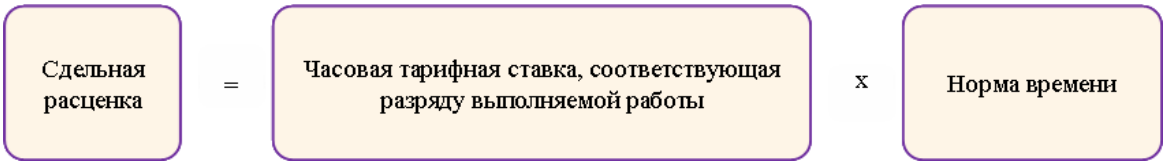
При сдельной оплате труда сумма зарплаты работника за месяц зависит от количества единиц произведенной им продукции (операций, работ, услуг), а не от отработанного им времени, как при повременной оплате труда [5] по формуле (4):

Зарплата работника-сдельщика за месяц = **Сдельная расценка за единицу произведенной продукции (операций, работ, услуг)** x **Количество единиц продукции (операций, работ, услуг), произведенных за месяц**

Сдельные расценки определяются исходя из установленных разрядов работы, тарифных ставок (окладов) и норм выработки (норм времени) и могут быть рассчитаны двумя способами (ст. 88 ТК) [1] формула (5):



или формула (6)



где норма выработки – это установленный объем работы (количество единиц продукции), который работник или группа работников соответствующей квалификации обязаны выполнить (изготовить, перевезти и т.д.) в единицу рабочего времени в определенных организационно-технических условиях;

норма времени – это величина затрат рабочего времени, установленная для выполнения единицы работы одним работником или группой работников соответствующей квалификации в определенных организационно-технических условиях.

Сдельные расценки устанавливаются в локальных нормативных правовых актах (например, в коллективном договоре, положении об оплате труда).

Количество произведенной работником продукции (выполненных операций, работ, услуг) определяется по данным первичных учетных документов (нарядов, ведомостей и т.п.). Причем, формы первичных учетных документов, не включенных в перечень, организация вправе разрабатывать самостоятельно с указанием в них всех обязательных сведений (п. 3, 4 ст. 10 Закона «О бухгалтерском учете и отчетности») [2].

Зарплата работника, за работу в нормальных условиях в течение нормальной продолжительности рабочего времени, при выполнении своих трудовых обязанностей с учетом отработанного рабочего времени, не должна быть ниже размера минимальной заработной платы (месячной и часовой) (ст. 59 ТК) [1].

При этом, доплата до минимальной заработной платы (месячной и часовой) не производится, если в расчетном периоде работник не выполнил установленные нанимателем месячные или часовые нормы труда, в том числе, без уважительной причины не отработал установленную норму рабочего времени (прогул, брак по вине работника и т.д.).

При невыполнении норм выработки, браке и простое не по вине работника ему надо выплатить зарплату не ниже двух третей его тарифной ставки (оклада) (ч. 1 ст. 71 ТК) [1].

Зарплата работника-сдельщика также может включать в себя:

– компенсационные выплаты за условия труда, отклоняющиеся от нормальных (например, оплату работы в выходной или праздничный день);

– стимулирующие выплаты (в том числе премии).

Сумма зарплаты (включая все компенсационные и стимулирующие выплаты), причитающаяся работникам за месяц начисляется в последний день месяца независимо от даты фактической выплаты проводкой: Д-т 20 (23, 25, 26, 29, 44) - К-т 70.

Для того, чтобы система оплаты труда продолжала оставаться эффективной, следует время от времени анализировать достигнутые результаты работы организации (структурных подразделений, отдельных работников) и уровень удовлетворенности работников. На основании этих данных необходимо оптимизировать систему оплаты труда. Для анализа целесообразно задействовать специалистов различных структурных подразделений: отдела персонала, финансовых служб организации и др. [6].

Самой простой в разработке и применении является система, при которой каждому работнику устанавливается персональная тарифная ставка (оклад). Система персональных тарифных ставок далеко не всегда является эффективной, т.к. не позволяет ставить тарифную часть заработной платы в зависимость от реальных показателей работы сотрудника. Это может снизить общий уровень мотивации в коллективе, вызвать завышение затрат на выплату заработной платы (в случаях, если работники получают гораздо больше, чем польза, которую они приносят организации), что, скорее всего, негативным образом скажется на финансовых показателях деятельности в целом по субъекту хозяйствования.

В соответствии с п. 4 ч. 1 ст. 55 ТК наниматель обязан выдавать заработную плату в сроки и размерах, установленных законодательством, коллективным договором, соглашением или трудовым договором (контрактом) [1].

В организации заработная плата выполняет две роли: для работника она является доходом, который он получает за свой труд, для нанимателя – частью затрат на производство продукции или услуг. В этих условиях работник заинтересован в увеличении своего дохода. Наниматель со своей стороны стремится к ее минимизации в расчете на единицу продукции или услуг.

Следует отметить, что выбор той или иной формы оплаты труда зависит от особенностей технологического процесса, характера применяемых средств труда и форм его организации, степени требовательности к качеству вырабатываемой продукции или выполняемой работы. Эти условия учитываются только непосредственно в организации. Поэтому выбор форм и систем оплаты труда – прерогатива организации, т.е. работодателя.

Таким образом, заработная плата рассматривается, как объем поступающих в распоряжение работника жизненных благ, обеспечивающих объективно необходимое воспроизводство рабочей силы и включаемых в издержки производства. Поэтому, все расходы на оплату труда должны гарантировать не только воспроизводство рабочей силы, но и поощрять более эффективное использование материальных и трудовых ресурсов, в результате чего предприятие может получить прибыль в объеме, необходимом для расширения производства, модернизации и замены применяемых техники и технологии.

Список литературы

1. 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.

2. О бухгалтерском учете и отчетности [Электронный ресурс]: Закон Республики Беларусь от 12.07.2013 г. № 57-З (в ред. от 06.06.2015 г.) // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.

3. Левкович, О. А. Бухгалтерский учет: учеб. пособие / О. А. Левкович, И. Н. Бурцева. –11- е изд., перераб. и доп. – Минск : Амалфея, 2017. – 608 с.

4. Как начислить и учесть зарплату при повременной системе оплаты труда? [Электронный ресурс] – Материалы с использованием правовых актов по состоянию на 31 января 2018г., подготовленные специалистами «ЮрСпектр» – Доступ из справ.-правовой системы

«КонсультантПлюс».

5. Как начислить зарплату при сдельной системе оплаты труда? [Электронный ресурс] – Материалы с использованием правовых актов по состоянию на 31 января 2018г., подготовленные специалистами «ЮрСпектр» – Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

6. Путеводитель по кадровым вопросам? [Электронный ресурс] – Материалы с использованием правовых актов по состоянию на 3 января 2018г., подготовленные специалистами «ЮрСпектр» – Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

The article deals with the theoretical aspects of accounting for payments to personnel for remuneration of labor: based on the analysis of the provisions of the Labor Code of the Republic of Belarus, the forms and systems of remuneration used in the Republic of Belarus are investigated, and the methodology for calculating wages is provided for time-based and piecework wage systems for employees.

Макаревич Наталья Александровна, студентка 2 курса специальности «Бухгалтерский учет анализ аудит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: natashamakbel99@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. E-mail: tarasova_ls@grsu.by.

УДК 657.622

Т. С. Маслова

НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье раскрывается понятие финансовой устойчивости, приводится анализ показателей финансовой устойчивости одного из промышленных предприятий Республики Беларусь. Предложены мероприятия по повышению финансовой устойчивости и укреплению финансового состояния анализируемого предприятия.

Финансовое состояние предприятия является основой его эффективного функционирования и успешного развития. Одним из направлений анализа финансового состояния является определение его финансовой устойчивости, что особенно актуально в условиях нестабильной экономической ситуации. Достижение финансовой устойчивости предприятием является залогом сохранения результативной, бесперебойной его деятельности, стойкости перед непредвиденными изменениями внутренней и внешней среды и обеспечивает преимущества предприятия перед другими, менее стабильными, сильными, устойчивыми.

Финансовая устойчивость отражает такое состояние финансовых ресурсов, при котором предприятие, свободно маневрируя денежными средствами, способно путем эффективного их использования обеспечить бесперебойный процесс производства и реализации продукции, а также его расширение [3, с. 93]. Иными словами, финансовая устойчивость представляет собой стабильность финансового положения предприятия, которая обеспечивается достаточной долей собственного капитала в составе источников финансирования.

Анализ устойчивости финансового состояния позволяет определить, насколько рационально организация управляла финансовыми ресурсами в течение предшествующего

периода. Состояние финансовых ресурсов должно соответствовать требованиям рынка и отвечать потребностям развития организации, поскольку недостаточная финансовая устойчивость может привести к неплатежеспособности организации и отсутствию у него средств для развития производства, а избыточная – препятствовать развитию. Отсюда, сущность финансовой устойчивости проявляется в эффективном формировании, распределении и использовании финансовых ресурсов, а платежеспособность выступает ее внешним проявлением.

Финансовая устойчивость предприятия характеризуется финансовой независимостью от внешних источников, способностью предприятия маневрировать финансовыми ресурсами и наличием необходимой суммы собственных средств для обеспечения основных видов деятельности [4, с. 29].

При проведении анализа финансовой устойчивости промышленного предприятия Республики Беларусь ОАО «Минский тракторный завод» рассмотрена структура источников капитала предприятия в динамике за 3 года, а также оценена степень финансовой устойчивости и финансового риска на основе коэффициентного метода. Расчеты выполнены на основе данных бухгалтерских балансов предприятия и приведены в таблице.

Таблица – Анализ относительных показателей финансовой устойчивости ОАО «Минский тракторный завод»

Показатель	Формула расчета	2014	2015	2016	Изменение (2016-2015)	Оптимальное значение
Коэффициент автономии	СК / ВБ	0,54	0,41	0,45	0,04	≥0,4-0,6
Коэффициент финансовой зависимости	ЗК / ВБ	0,46	0,59	0,55	-0,04	≤0,5
Коэффициент финансирования	СК / ЗК	1,15	0,70	0,82	0,12	≥2
Коэффициент капитализации (финансового риска)	ЗК / СК	0,87	1,43	1,22	-0,21	≤1
Коэффициент долгосрочной финансовой независимости (финансовой устойчивости)	(СК + ДО) / ВБ	0,56	0,63	0,74	0,11	≥0,4-0,6
Коэффициент маневренности	(СК+ДО- ДА) / СК	0,31	0,72	0,92	0,20	-
Коэффициент текущей задолженности	КО / ВБ	0,44	0,37	0,26	-0,11	0,1-0,2
Коэффициент обеспеченности запасов собственными оборотными средствами	(СК+ДО- ДА) / З	0,64	1,91	2,78	0,87	-

Источник: собственная разработка автора

Проведенный анализ финансовой устойчивости ОАО «МТЗ» показал, что предприятие имеет недостаток собственных оборотных средств для производства продукции, поэтому прибегает к финансированию активов за счет значительной доли заемного капитала. Об этом свидетельствует резкое увеличение коэффициента финансовой зависимости в 2015 году – на 0,13 п.п. (с 0,49 до 0,59). Данная ситуация сложилась вследствие увеличения заемного капитала (в частности, привлечения долгосрочного заемного финансирования в виде кредитов и займов) в 1,7 раза, по сравнению с предыдущим периодом. Погашение кредитов и, соответственно, сокращение заемного капитала позволило снизить финансовую зависимость предприятия к концу 2016 года.

Коэффициент финансовой устойчивости, или долгосрочной финансовой независимости, в течение всего рассматриваемого периода показал устойчивый рост. Это говорит о том, что у предприятия увеличивались средства для финансирования своей деятельности. Однако необходимо рассмотреть причины этого роста. Анализируя бухгалтерский баланс предприятия, было обнаружено, что существенное влияние на данный показатель оказало значительное увеличение долгосрочных обязательств, по сравнению с собственным капиталом. Таким образом, нельзя говорить о положительном влиянии в динамке роста данного показателя.

Исходя из данных таблицы 1, можно отметить, что большинство показателей финансовой устойчивости не соответствуют оптимальным значениям, следовательно, предприятию необходимы дополнительные резервы, с помощью которых оно увеличит собственный капитал и уменьшит заемный.

Достичь более высокого показателя финансовой устойчивости предприятия путем увеличения доли собственного капитала можно с помощью следующих способов:

– получение прибыли;
– получение финансовой поддержки;
– проведение переоценки основных средств;
– выпуск ценных бумаг (акций) [2].

Механизм увеличения собственного капитала путем получения прибыли является наиболее распространенным. Прибыль предприятия рассчитывается как разница между выручкой от реализации продукции и затратами, связанными с ее выпуском. Увеличение объема выручки зачастую является невозможным ввиду ограниченности ресурсов, поэтому пути минимизации затрат являются наиболее реалистичными для предприятия с экономической точки зрения.

Для сокращения затрат предприятие может использовать механизмы по управлению себестоимостью (снижение трудоемкости, материалоемкости, энергоемкости выпускаемой продукции), совершенствовать структуру управления, а также минимизировать амортизационные отчисления.

Финансовая помощь может быть оказана государственными органами республиканского или местного назначения, а также собственниками компании и его кредиторами, путем финансирования его текущих и капитальных расходов. Данный способ является самым быстрым для увеличения собственного капитала, потому как происходит его увеличение без соответствующего увеличения доли обязательств.

Акционерные общества также могут осуществлять эмиссию акций, которая проводится для быстрого привлечения средств и непосредственного влияния на увеличение уставного капитала.

К мероприятиям, направленным на снижение заемного капитала, которые могут привести повышению финансовой устойчивости компании, относятся:

– реструктуризация обязательств (с применением механизмов замены денежных выплат на акции, пролонгации заемного капитала, замены одного обязательства другим);

– мобилизация денежного потока на покрытие обязательств (путем ускорения оборота дебиторской задолженности).

Рассмотренные выше способы управления активами предприятия могут привести к увеличению собственного капитала либо снижению заемного, следовательно, улучшат показатели финансовой устойчивости предприятия. Безусловно, невозможно определить единственный и самый эффективный способ, так как все организации отличаются видом деятельности, условиями функционирования. Таким образом, выбор пути повышения финансовой устойчивости индивидуален и должен основываться на возможностях организации.

Список литературы

1. Об утверждении Инструкции о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования [Электронный ресурс] : постановление Мин. финансов Респ. Беларусь, Мин. экономики Респ. Беларусь, 27 дек. 2011 г., № 140/206 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.

2. Вектор экономики [Электронный ресурс]: научно-исслед. журнал / Анализ финансовой устойчивости предприятия и пути ее повышения на основе управления активами. – Режим доступа : http://www.vectoreconomy.ru/images/publications/2017/4/accounting/Pavlenko.pdf. – Дата доступа: 20.02.2018.

3. Финогентова, А.В. Теоретические аспекты финансовой устойчивости предприятия / А.В. Финогентова // Успехи современной науки. – 2017. Т.3, №2. – С. 93-99.

4. Чернова, В. Э. Анализ финансового состояния предприятия: учеб.пособие / В. Э. Чернова, Т. В. Шмулевич. – 2-е изд.– СПб. – ГТУРП, 2011. – 95 с.

The article reveals the concept of financial stability, provides an analysis of financial stability indicators of one of the industrial enterprises of the Republic of Belarus. The measures to improve financial stability and strengthening of a financial condition of the analyzed enterprise are proposed.

Маслова Татьяна Сергеевна, студентка 4 курса специальности «Государственное управление и экономика» факультета управления Академии управления при Президенте Республики Беларусь, Минск, Беларусь. E-mail: tatyana_maslova09@mail.ru.

Научный руководитель – ***Тарасевич Ольга Александровна,*** старший преподаватель кафедры экономики предприятий факультета управления Академии управления при Президенте Республики Беларусь, Минск, Беларусь. E-mail: tarasevich1977@mail.ru.

УДК 336.663

А. А. Матвейчик

АНАЛИЗ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ И ПОТОКОВ В ЧАСТНОМ ПРЕДПРИЯТИИ «ИГОЛЕНЬКА»

Определена сущность движения денежных средств, а также приведены основные методы расчета потока денежных средств. Проведен анализ состава и структуры денежных средств и потоков частного предприятия «Иголенька». Проанализирована платежеспособность организации, а также осуществлен прогноз потока денежных средств анализируемого предприятия.

Успешное функционирование предприятия в рыночных условиях обеспечивается непрерывным движением денежных средств – их поступление (приток), расход (отток),

наличие определенного свободного остатка на счетах в банке. От объемов и скорости движения денежного оборота, эффективности управления им находятся в непосредственной зависимости платежеспособность и ликвидности организации. Поэтому, анализ денежных потоков служит основой оценки и прогнозирования платежеспособности предприятия.

Существует два метода расчета потока денежных средств: прямой и косвенный. При прямом методе, расчет осуществляется на основе счетов бухгалтерского учета организации, а при косвенном – на основе показателей баланса организации и отчета о прибылях и убытках [1, с.479].

Отчетную форму № 4 «Отчет о движении денежных средств» ЧП «Иголенька» следует дополнить расчетами относительных показателей структуры притока и оттока денежных средств по видам деятельности (таблицы 1 и 2).

Таблица 1 – Структура денежных средств ЧП «Иголенька» за 2016 г.

Показатель наименование	Текущая деятельность		Инвестиционная деятельность		Финансовая деятельность		Всего, тыс. руб.
	сумма, тыс.руб	уд. вес, %	сумма, тыс. руб	уд. вес, %	сумма, тыс. руб	уд. вес, %	
Остаток денежных средств на начало года	X	-	X	-	X	-	3
Поступило денежных средств – всего	4136	94,09	-	-	260	5,91	4396
В том числе: от покупателей продукции, товаров, заказчиков работ, услуг	4134	100	-	-	-	-	4134
кредиты и займы	-	-	-	-	260	100	260
прочие поступления	2	100	-	-	-	-	2
Направлено денежных средств – всего	4067	93,88	-	-	265	6,12	4332
В том числе: на приобретение запасов, работ, услуг	4012	100	-	-	-	-	4012
на оплату труда	38		-	-	-	-	38
на уплату налогов и сборов	16		-	-	-	-	16
на погашение кредитов и займов	-	-	-	-	265	100	265
Остаток денежных средств на конец года – всего	X	-	X	-	X	-	67

Источник: собственная разработка автора на основании данных ЧП «Иголенька»

Как видно из данных таблицы 1, в ЧП «Иголенька» остатки денежных средств на начало 2016 г. составляли 3 тыс. руб., на конец периода – 67 тыс. руб. За анализируемый период поступление денежных средств от текущей деятельности составило 4136 тыс. руб.; от финансовой деятельности – 260 тыс. руб.

Таблица 2 – Структура денежных средств ЧП «Иголенька» за 2015 г.

Показатель наименование	Текущая деятельность		Инвестиционная деятельность		Финансовая деятельность		Всего, тыс. руб.
	сумма, тыс. руб	уд. вес, %	сумма, тыс. руб	уд. вес, %	сумма, тыс. руб	уд. вес, %	
Остаток денежных средств на начало года	X	-	X	-	X	-	0
Поступило денежных средств – всего	2932	94,37	-	-	175	5,63	3107
В том числе: от покупателей продукции, товаров, заказчиков работ, услуг	2920	100	-	-	-	-	2920
кредиты и займы	-	-	-	-	175	100	175
прочие поступления	12	100	-	-	-	-	12
Направлено денежных средств – всего	2960	95,36	-	-	144	4,64	3104
В том числе:							
на приобретение запасов, работ, услуг	2916	100	-	-	-	-	2916
на оплату труда	29	100	-	-	-	-	29
на уплату налогов и сборов	15	100	-	-	-	-	15
на погашение кредитов и займов	-	-	-	-	144	100	144
Остаток денежных средств на конец года – всего	X	-	X	-	X	-	3

Источник: собственная разработка автора на основании данных ЧП «Иголенька»

Остатки денежных средств на конец 2015 г. составляли 3 тыс. руб. За анализируемый период поступления денежных средств ЧП «Иголенька» от текущей деятельности составили 2932 тыс. руб. или 94,37 %. Поступления денежных средств за счет финансовой деятельности – 175 тыс. руб., или 5,63 %.

Итак, остаток денежных средств в 2016 г. увеличился на 64 тыс. руб. Общая сумма поступлений денежных средств в 2016 г., по сравнению с 2015 г., увеличилась на 1289 тыс. руб. и составила 4396 тыс. руб. Присутствие остатков денежных средств говорит о средней организации денежного оборота и о наличии наиболее ликвидного капитала.

По операционной деятельности чистый денежный поток в ЧП «Иголенька» исчисляемый прямым методом, в 2016 г. составил 69 тыс. руб., в 2015 г. – 28 тыс. руб. и в 2014 г. – 65 тыс. руб., а при исчислении косвенным методом – 108 тыс. руб., 146 тыс. руб., 56 тыс. руб. соответственно.

Факторы, способствующие изменению денежного потока по операционной деятельности в ЧП «Иголенька»: рост чистой прибыли в 2016 г. по сравнению с 2015 г. на 6 тыс. руб.; уменьшение чистой прибыли в 2015 г. по сравнению с 2014 г. на 2 тыс. руб.; отсутствие дебиторской задолженности в анализируемых периодах; прирост запасов и НДС по приобретенным ценностям в 2015г. по сравнению с 2014 г. на 32 тыс. руб. и уменьшение в 2016 г. по сравнению с 2015 г. на 76 тыс. руб.; прирост остатков краткосрочных финансовых обязательств в 2015 г. по сравнению с 2014 г. на 60 тыс. руб., и в 2016 г. по сравнению с 2015г. на 32 тыс. руб.

Сумма чистого денежного потока по инвестиционной деятельности в ЧП «Иголенька» отсутствует, в связи с отсутствием данного вида деятельности.

По финансовой деятельности принято отражать притоки и оттоки денежных средств, связанные с использованием внешнего финансирования. Чистый денежный поток по финансовой деятельности в 2016 г. составил – 5 тыс. руб., в 2015 г. – 30 тыс. руб., в 2014 году – 65 тыс. руб. Главным фактором формирования чистого денежного потока по финансовой деятельности является увеличение полученных кредитов и займов от банка в 2016 г. на 86 тыс. руб.

Результаты расчета суммы чистого денежного потока по операционной, инвестиционной и финансовой деятельности позволяют определить общий его размер по предприятию. Общий чистый денежный поток в ЧП «Иголенька» за 2016 г. составил 103 тыс. руб., в 2015 г. – 176 тыс. руб., в 2014 г. – 121 тыс. руб.

Преимущество косвенного метода определения чистого денежного потока в том, что он позволяет выявить динамику всех факторов, формирующих величину чистого денежного потока, а достоинством прямого метода является то, что он позволяет получить более точные данные об объеме и составе денежных потоков.

Общая платежеспособность организации определяется как способность покрыть все обязательства организации (краткосрочные и долгосрочные) всеми ее активами. Коэффициент общей платежеспособности (kоп) рассчитывается отношением активов предприятия (за вычетом долгов учредителей и оценочных резервов) к обязательствам предприятия (статьи раздела IV и V баланса) [2, с.173].

$$К_{оп}\ 2016 = 454 / 405 = 1,12$$
$$К_{оп}\ 2015 = 297 / 252 = 1,18$$
$$К_{оп}\ 2014 = 164 / 148 = 1,11$$

Естественным является следующее нормальное ограничение для коэффициента: kоп ≥ 2 (вытекающее из ограничения kз/с $\leq$ 1), т.е. коэффициент общей платежеспособности свидетельствует о том, что ЧП «Иголенька» зависит от внешних источников заимствования. Как следствие, предприятие относится к категории неустойчивых. Но, в некоторых случаях все-таки способно сохранять устойчивость даже при низком коэффициенте платежеспособности, т.к. организация отличается высокой оборачиваемостью активов, максимальным уровнем спроса, оптимальными каналами сбыта и снабжения, также минимальным уровнем затрат. Основным фактором, обусловливающим общую платежеспособность, является наличие у предприятия реального собственного капитала, превышающего величину обязательств.

Степень платежеспособности общая ($С_{пл.\ общ.}$) определяется как частное от деления суммы заемных средств (обязательств) организации на среднемесячную валовую выручку от продаж [2, с.174].

$$С_{пл.\ общ.}\ 2016 = (205 + 200) / 272 = 1,49 \text{ мес.}$$
$$С_{пл.\ общ.}\ 2015 = (103 + 149) / 219 = 1,15 \text{ мес.}$$
$$С_{пл.\ общ.}\ 2014 = (59 + 89) / 149 = 0,99 \text{ мес.}$$

Коэффициент задолженности по кредитам банков и займам в 2016 г. составил 0,74; в 2015 г. – 0,68; в 2014 г. – 0,65 соответственно.

Коэффициент задолженности другим организациям в 2016 г. составил 0,74; в 2015 г. – 0,45; в 2014 г. – 0,32 соответственно.

Коэффициент задолженности фискальной системе в 2016 г. составил 0,004; в 2015 г. – 0,005; в 2014 г. – 0,001 соответственно.

Коэффициент внутреннего долга в 2016г. составил 0,18; в 2015 г. – 0,18; в 2014 г. – 0,05 соответственно.

Коэффициент общей платежеспособности свидетельствует о том, что ЧП «Иголенька» может покрыть все обязательства организации (краткосрочные и долгосрочные) всеми ее активами благодаря высокой оборачиваемостью активов. Степень платежеспособности по текущим обязательствам позволяет отнести ЧП «Иголенька» к платежеспособным организациям, у которых значение указанного показателя не превышает 3 месяцев. По всем коэффициентам задолженности наблюдается незначительное увеличение, т.е. задолженность стала выше за анализируемый период, за счет увеличения кредитования. ЧП «Иголенька» можно отнести к предприятиям с абсолютной и нормальной устойчивостью финансового состояния, которая характеризуется отсутствием просроченных обязательств и причин их возникновения.

Результаты проведенного анализа необходимы для выявления резервов оптимизации денежных потоков и их планирования на предстоящий период. Предприятия для предстоящего регулирования движения денежных средств проводят прогнозирование денежных потоков (таблица 3).

Таблица 3 – Варианты для составления прогноза на 2018 год

Операции	Пессимистичный вариант	Реалистичный вариант	Оптимистичный вариант
Выручка от реализации продукции	Как в прошлом году	Увеличение на 20%	Увеличение на 30%
Поступления денежных средств	85% – за продукцию данного периода; 15% – за продукцию предшествующего периода.	85% – за продукцию данного периода; 15% – за продукцию предшествующего периода.	85% – за продукцию данного периода; 15% – за продукцию предшествующего периода.
Расходы	Как в прошлом году	Уменьшение на 3%	Уменьшение на 5%

Источник: собственная разработка автора на основании данных ЧП «Иголенька»

По данным прогноза можно составить примерный план денежных потоков от текущей деятельности на 2017 год для 3-х вариантов (таблица 4).

Таблица 4 – Планирование денежных потоков от текущей деятельности ЧП «Иголенька» на 2018 г., руб.

Показатель	Пессимистичный вариант	Реалистичный вариант	Оптимистичный вариант
1. Денежные поступления	5986700	7276628	7921571
Поступление денежных	4136000	4963200	5376800
средств от покупателей			
Авансы полученные	1848744	2310930	2542023

Продолжение таблицы 4

Прочие доходы	1956	2498	2748
2. Денежные выплаты	4551346	5689183	6258102
Оплата приобретенных товаров	4446092	5557616	6113377
Оплата труда	44773	55966	61563
Расчеты по налогам и сборам	4149	5185	5704
Отчисления в государственные внебюджетные фонды	14256	17820	19602
Прочие расходы	42076	52596	57856
3. Чистые денежные средства от текущей деятельности	1435354	1587445	1663469

Источник: собственная разработка автора на основании данных ЧП «Иголенька»

Исходя из данных, представленных в таблице 4, для ЧП «Иголенька» подходит реалистичный вариант.

Прогноз денежных потоков дает возможность:

1) синхронизировать денежные потоки во времени и пространстве;

2) сформулировать прогнозные значения плана поступления и расходования денежных средств в едином документе на краткосрочную перспективу;

3) обеспечить приоритетность платежей предприятия, исходя из их значения для финансово-хозяйственной деятельности предприятия;

4) достичь ликвидного денежного потока, чтобы обеспечить максимальную платежеспособность в краткосрочной перспективе;

5) интегрировать управление денежными потоками с системой оперативного контроллинга финансово-хозяйственной деятельности предприятия;

Таким образом, на основе оперативных финансовых сведений и документов, имеющихся в бухгалтерии, составляется отчет об исполнении плана денежных потоков. Данные об исполнении позволяют руководству принимать оперативные меры по устранению недостатков в деятельности предприятия, повышению платежеспособности. При ежемесячном составлении плана денежных потоков и отчета об его исполнении у предприятия накапливаются динамические ряды показателей, как по доходам, так и расходам, которые в дальнейшем используются в финансовом анализе наряду с бухгалтерскими данными.

Список литературы

1. Савицкая, Г.В. Экономический анализ: учебник / Г.В.Савицкая. – М.: Новое знание, 2003. – 640 с.

2. Шеремет, А.Д., Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций А. Д. Шеремет, Е. В.Негашев. – 2-е изд., перераб. и доп. – Минск: ИНФРА-М, 2008. – 208 с.

The composition and structure of cash and cash flows are analyzed. The solvency of the organization has been analyzed. The cash flow forecast has been implemented.

Матвейчик Ангелина Александровна, студентка 3 курса специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: lady.snow123@yandex.ru.

Научный руководитель – ***Авдейчик Ольга Васильевна,*** старший преподаватель кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: avdejchik_ov@grsu.by.

УДК 338.467.5

Л. В. Мироненко, А. И. Трофимова

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ РЫНКА КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Проанализировано современное состояние рынка консалтинговых услуг в Европе и в Республике Беларусь, изучены тенденции развития рынка консалтинговых услуг с учетом современных тенденций и выявлены факторы, препятствующие распространению консалтинга. Предложены пути совершенствования рынка консалтинговых услуг в Республике Беларусь.

В современной рыночной экономике консалтинговые услуги являются важнейшим элементом поддерживающей ее функционирование инфраструктуры. Использование консалтинговых услуг становится важным фактором повышения эффективности производства и усиления позиций в конкурентной борьбе для организаций реального сектора экономики. Исходя из этого, для определения стадии развития рынка консалтинговых услуг в Республике Беларусь необходимо провести анализ зарубежного рынка консалтинговых услуг [1, с. 25].

Согласно данным Европейской федерации ассоциаций управленческого консалтинга (FEACO) управленческий консалтинг добился значительного роста с точки зрения оборота и высококвалифицированной занятости на европейском рынке. Это позитивный результат не только для данной отрасли, но и для европейской экономики в целом. Во многом это связано с ведущей ролью консалтинговых фирм в продвижении процессов цифровой трансформации. Все больше внимания уделяется использованию социальных сетей, мобильных технологий. Во всех странах, охваченных исследованиями, в 2016 году увеличилось количество консультаций, связанных с цифровыми преобразованиями. Такая тенденция напрямую связана с растущей актуальностью технологического консалтинга, но также пронизывает все другие линии обслуживания, в частности, стратегии и операции.

Цифровая трансформация изменила потребности клиентов консалтинговых компаний. Управленческому консалтингу необходимо будет приобрести новые возможности для соответствия сложным запросам, поступающим от своих клиентов. Сервисные отрасли, прежде всего финансовые услуги, являются основными покупателями консалтинговых услуг; однако в секторе производства также требуется все больше консультаций, во многих случаях в отношении инициатив в области промышленности. После нескольких лет непрерывного снижения консалтинг, направленный в государственный сектор, снова набирает обороты.

Актуальность цифровой трансформации порождает новых игроков, которые планируют выход на рынок с новыми бизнес-моделями. Процесс отбора среди тех консалтинговых фирм, которые будут процветать, и тех, которые должны будут закрыться, будет продолжаться и, возможно, даже ускорится, несмотря на общее восстановление рынка промышленности.

По данным FEACO в 2016 году индустрия управленческого консалтинга возросла на 7,5 % по сравнению с 2015 годом, а занятость в сфере оказания консалтинговых услуг – на 6,5 %.

Управленческий консалтинг является ключевым для всей европейской экономики. За последние пять лет оборот ЕС в Европе увеличивался в среднем на 6,4% в год, а европейский ВВП вырос на 2,2 % в год. Эти тенденции представлены на рисунке 1.

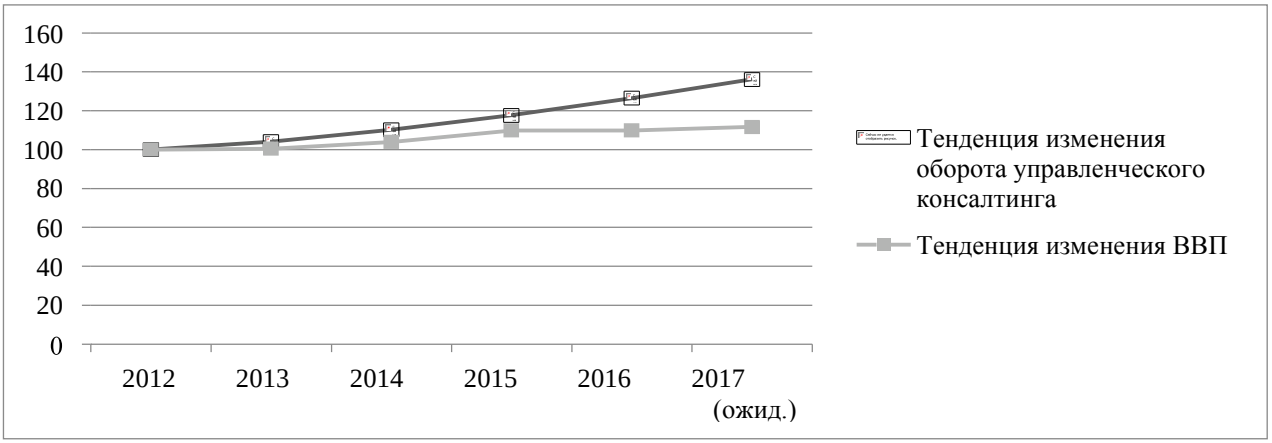


Рисунок 1 – Тенденция изменения ВВП и оборота управленческого консалтинга в Европе в период с 2012 по 2017 гг.

Источник: собственная разработка автора на основании данных [2]

Что касается занятости в Европе в сфере управленческого консалтинга, то она растёт в среднем на 6 % в год, тогда как рост общей занятости по Европе составляет 0,8 % в год. Это говорит о перспективности развития данной отрасли и даёт основание спрогнозировать дальнейший рост занятости в данной сфере. Статистика по этим показателям за последние 6 лет представлена на рисунке 2.

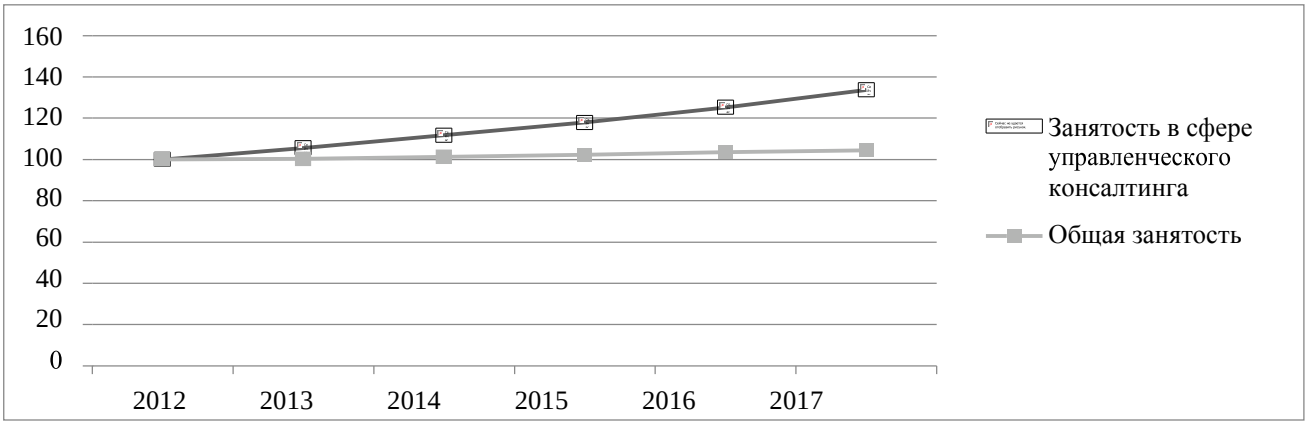


Рисунок 2 – Тенденция изменения занятости в сфере управленческого консалтинга и общей занятости в Европе в период с 2012 по 2017 гг.

Источник: собственная разработка автора на основании данных [2]

В 2016 г. оборот европейского управленческого консалтинга возрос на 7,5 % по сравнению с 2015 годом, ожидаемый рост за 2017 год по отношению к 2016 году составил 7,6 %. В 2016 году все страны в европейской группе достигли значительного роста, за исключением Греции, которая оставалась стабильной. В Германии по-прежнему наблюдается незначительный прирост, в то время как Франция и Испания добились резкого увеличения оборота. Очень высокий рост в Венгрии является результатом восстановления

после кризиса. Великобритания снизила темпы роста в связи с Brexit, в то же время Ирландия, несмотря на негативное влияние на экономику, увеличивает оборот. Тенденции изменения оборота европейского управленческого консалтинга в разрезе отдельных стран за период с 2013 по 2017 гг. представлены в таблице [2].

Таблица – Тенденции изменения оборота европейского управленческого консалтинга в разрезе отдельных стран за период с 2013 по 2017 гг., %

Страна	2013	2014	2015	2016	2017 (ожид.)
Австрия	9	6,6	6,7	8	7,3
Финляндия	4	5	5	4,3	4,5
Франция	0,8	2,9	6,3	8,5	6
Германия	6,3	6,3	7,1	7,4	7,1
Греция	2,8	3,1	2,9	0	2,4
Венгрия	-	-	8,4	13	9,8
Ирландия	5,7	4,9	11	11,1	8,3
Италия	-0,3	5,7	6,9	8	5,2
Норвегия	3,3	20,9	1,7	4,6	6,9
Словения	-2,3	-1,1	2,1	4,7	1,5
Испания	3,7	-2,3	2	11,9	4,9
Швейцария	0	11,4	14,1	9	7,9
Великобритания	8	8,4	8,1	4,8	7,3
Средний показатель в целом по Европе:	4,1	5,9	6,8	7,5	7,6

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

Восстановление отрасли управленческого консалтинга было связано с цифровыми преобразованиями. В 2016 году все страны, включенные в этот анализ, сообщили об увеличении доли цифрового консалтинга. Более того, учитывая, что консалтинг по цифровым преобразованиям, как представляется, требует, как новых навыков, так и готовности, и доступности для инвестиций, похоже, что в большинстве стран восстановление управленческого консалтинга было спровоцировано крупными и очень крупными консалтинговыми компаниями (соответственно, с более чем 50 сотрудниками и более 250 сотрудников).

Анализ тенденции оборота управленческого консалтинга за последние пять лет свидетельствует о неуклонно растущем пути развития отрасли управленческого консалтинга после предыдущего периода кризиса / стагнации. Рынок управленческого консалтинга вырос в среднем на 6,4% в год, тогда как европейский ВВП вырос в среднем на 2,2% в год [2].

В Беларуси первые консалтинговые агентства начали появляться в середине 90-х годов XX века, но наиболее бурное развитие началось только 10–13 лет назад. На рынке консалтинговых услуг появились агентства, не обладающие достаточной квалификацией в области консалтинга. В результате доверие к консультантам упало.

В связи с этим, Белорусским государственным университетом совместно с Министерством экономики Республики Беларусь была разработана анкета для оценки состояния рынка консалтинговых услуг. К основным причинам нежелания пользоваться услугами консультантов, согласно результатам анкетирования, относят: высокую цену услуг – 41 %; низкое качество оказываемых услуг – 19 %; недостаток средств – 31 %; слабую информированность о рынке консалтинговых услуг – 9 % [1, с. 56].

Наибольшая часть рынка сосредоточена у таких крупных компаний, как «ИПМ-Консалт», консалтинговый центр «БКЦ», консалтинговая группа «Здесь и сейчас». Годовой объем рынка консалтинговых услуг в Беларуси по оценкам экспертов составляет 2-3 млн. долл. США. Из международных организаций, входящих в «большую четвёрку», в Беларуси работают три компании: Deloitte&Touche, KPMG и Ernst&Young.

В Гродно действует ОДО "Консалт". На сегодняшний день это единственная организация в Гродно, которая предоставляет: бухгалтерские услуги, кадровый консалтинг, финансовый консалтинг, охрана труда, центр поддержки предпринимательства, составление бизнес-планов и ТЭО. Также компания является лидером на рынке консалтинговых услуг для бизнеса; в РБ – по количеству сотрудников в штате и количеству клиентов [3].

Основной упор консалтинговые фирмы, действующие на территории Республики Беларусь, делают на свои отличительные черты: индивидуальный подход к каждому клиенту, цены, отработанные методики исследований в разных отраслях, наукоемкость, практический опыт управления компаниями. Основными клиентами консалтинговых фирм являются предприятия малого и среднего бизнеса в промышленности, торговле, финансах, банковском деле со штатом сотрудников до трех тысяч человек. Сегодня наиболее востребованы кадровый подбор, консультирование в сфере информационных технологий, юриспруденции и маркетинговые исследования. Структура консалтинговых компаний Республики Беларусь по видам предоставляемых услуг представлена на рисунке 3.

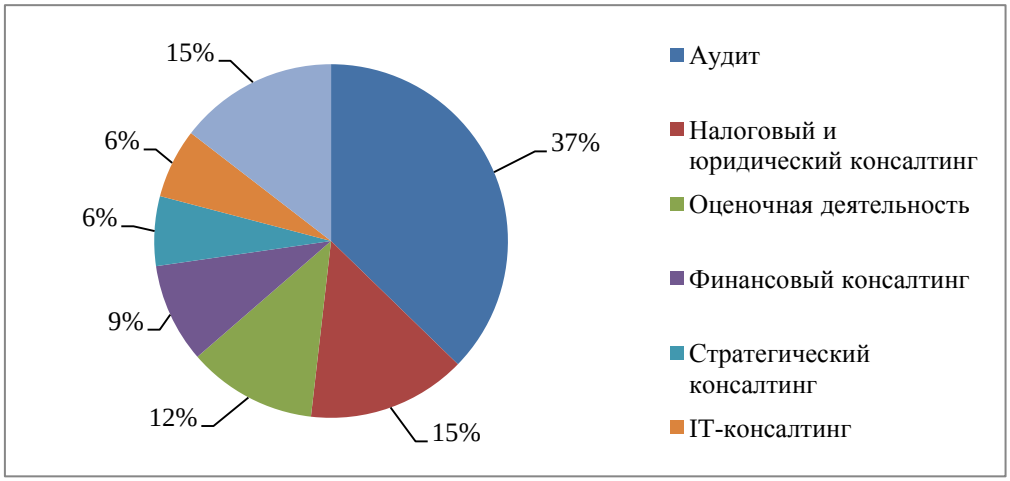


Рисунок 3 – Структура консалтинговых услуг в РБ в 2017 г.

Источник: [2]

Однако официальной статистики по деятельности консалтинговых фирм в Республике Беларусь не ведется. Из этого можно сделать вывод, что отечественный рынок еще не сформировался и его участники не позиционируют свое положение. Таким образом, пока белорусский рынок только формируется и положение многих компаний нестабильно, информация о конкурентах не оказывает решающего значения.

Основным направлением развития рынка консалтинговых услуг в Республике Беларусь является стимулирование повышения спроса на данный вид услуг посредством следующих мероприятий:

1) систематизация информации о рынке консалтинговых услуг, создание рейтингов организаций, оказывающих консалтинговые услуги, организация статистических наблюдений за рынком консалтинга;

2) организация площадки по обмену опытом в сфере консалтинга путем проведения

конференций, выставок, симпозиумов;

3) выделение консалтинга в обособленный вид деятельности сферы услуг;

4) организация системы образовательных программ в сфере консалтинга.

Реализация предложенных мероприятий будет способствовать развитию рынка консалтинговых услуг в Республике Беларусь, что положительно отразится на развитии экономики.

Список литературы

1. Сивенков, О. В. Развитие европейского рынка управленческого консалтинга / О.В. Сивенков // Экономика, право и проблемы управления. – 2012. – № 1. – С. 138-145.

2. The FEACO report on the European management Consulting Market 2016–2017 // European Federation of Management Consultancies Associations [Electronic resource]. – 2017. – Mode of access: http://www.feaco.org/sites/default/files/sitepagefiles/Feaco%20Survey.2016-2017.pdf. – Date of access: 11.02.2018.

3. Консалтинговые услуги для бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.konsalt.by. – Дата доступа: 21.02.2018.

Examines the European market of management consulting and analyzes the current market situation and specifics of the structure and development of the market for functional and geographic lines. On the basis of this, the ways of improving the market of consulting services in the Republic of Belarus are proposed.

Мироненко Лариса Викторовна, студентка 4 курса специальности «Финансы и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: morandas@mail.ru.

Трофимова Антонина Игоревна, студентка 4 курса специальности «Финансы и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: trofimova-tonya@mail.ru

Научный руководитель – ***Карпицкая Марина Евгеньевна,*** кандидат экономических наук, доцент, декан факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: m.karpickaya@grsu.by.

УДК 657.2

З. В. Мисюк

МЕТОДИКА БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ЭКСПОРТНЫХ ОПЕРАЦИЙ В ООО «ЛЕВЕТ-АГРО»

В статье исследованы отдельные аспекты методики бухгалтерского учета экспортных операций в Республике Беларусь: представлен анализ положений нормативно-правовых актов, регламентирующих внешнеэкономическую деятельность и порядок отражения в учете экспортных операций, выявлены особенности и представлен учетный механизм, обеспечивающий эффективность управления, контроля и определения результатов экспортной деятельности субъектов хозяйствования (на примере ООО «Левет-Агро»).

Развитие внешнеэкономической деятельности в Республике Беларусь выдвигает дополнительные требования к совершенствованию порядка ведения бухгалтерского учета экспортных операций субъектами хозяйствования. Это обусловлено, с одной стороны, спецификой законодательства, регулирующего экспортные операции, разнообразием форм

экспортных операций, а также повышенным вниманием государства за деятельностью организаций-экспортеров; с другой стороны, методика бухгалтерского учета экспортных операций должна обеспечивать полноту и достоверность сведений, используемых как для статистического, так и для управленческого анализа эффективности внешнеэкономической деятельности организаций. Необходимость приведения системы бухгалтерского учета экспортных операций к современным условиям рыночной экономики, практическая востребованность белорусскими субъектами хозяйствования исследований различных аспектов теории, методологии и практики учета экспортных операций свидетельствует об актуальности данной проблемы.

В соответствии с законодательством Республики Беларусь, экспорт – передача резидентом товаров (в том числе по сделкам, не связанным с перемещением товаров через Государственную границу Республики Беларусь), охраняемой информации, исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности, выполнение работ, оказание услуг на возмездной основе нерезиденту (п.1.1 Указа №178) [1]. При этом, под товарами понимают движимые вещи (за исключением денег и ценных бумаг), а также перемещаемое имущество, приравненное к недвижимым вещам в соответствии с законодательными актами (абз.6, п.1.1) [1].

Внешнеэкономическая деятельность начинается с заключения внешнеторгового договора между резидентом и нерезидентом, предусматривающего возмездную передачу товаров (п.1.1) [1]. Завершается внешнеторговый договор полным прекращением обязательства сторон, а резиденты обязаны обеспечить завершение каждой внешнеторговой операции в полном объеме. В частности, при экспорте, в том числе по договорам комиссии, – завершение внешнеторговой операции не позднее 180 календарных дней с даты отгрузки товаров (п.1.4) [1].

Норма временного порядка отражения оборота по реализации товаров (работ), услуг на экспорт прописана в п.8 ст.102 гл.12 [2]. Документальное подтверждение вывоза товаров с территории Республики Беларусь на территорию государств-членов Евразийского экономического союза (далее – ЕАЭС) производится в течение 180 календарных дней с даты отгрузки (передачи) этих товаров (включая, произведенные из давальческого сырья и материалов). Отражение в налоговой декларации (расчете) по налогу на добавленную стоимость (далее – НДС) оборотов по реализации товаров (работ) производится применительно к указанному сроку (п.8 ст.102 гл.12) [2].

Для расчета налога на прибыль выручка от реализации товаров (работ, услуг), имущественных прав отражается на дату признания в бухгалтерском учете, независимо от даты проведения расчетов по ним, с соблюдением принципа (метода) начисления в порядке, установленном законодательством и (или) закрепленном в соответствии с ним в учетной политике организации (п.4 ст.127 гл.12) [2].

Следовательно, при реализации товара на экспорт, например, в январе 2018 года срок документального подтверждения истекает в июле 2018 года, оборот по реализации в декларации по НДС подлежит отражению в III квартале 2018 года, а в декларации по налогу на прибыль данная сумма отражается в I квартале 2018 года.

Таким образом, разность в отражении оборота по реализации в декларации по НДС и налогу на прибыль может сохраняться в течение полугода, ввиду предоставленной отсрочки документального подтверждения фактического вывоза товара с территории Республики Беларусь.

Следует отметить, что истечение срока, исчисляемого годами, кварталами, месяцами, неделями или днями, начинается на следующий день после календарной даты или наступления события, которыми определено его начало (ст. 3.1) [2]. Датой наступления события (для расчета НДС) признается подтверждение о вывозе товаров за пределы

территории Республики Беларусь, выданное таможенным органом и представляемое в налоговый орган [2].

Отражение затрат, связанных с реализацией экспортного товара, напрямую зависит от условий поставки (EXW, FCA, DAP и другие), прописанных во внешнеторговом договоре. Правила использования национальных и международных торговых терминов разработаны Международной торговой палатой (International Commercial Terms – INCOTERMS-2010).

Следует отметить, что незнание особенностей условий поставки, прописанных во внешнеторговом договоре, влечет за собой ошибки в отражении затрат в бухгалтерском и налоговом учете. Затраты, понесенные организацией-экспортером в отсутствие договорных обязательств, прописанных во внешнеторговом контракте, являются необоснованными и относятся за счет прибыли организации.

Для целей бухгалтерского учета оборот по реализации от экспортной деятельности пересчитывается в национальную денежную единицу по курсу Национального банка на дату перехода права собственности на товарно-материальные ценности.

Для отражения финансового результата и обобщения информации о доходах и расходах от внешнеэкономической деятельности используются счета раздела VIII «Финансовые результаты» Типового плана счетов бухгалтерского учета [4].

Таким образом, отражение экспортных операций в бухгалтерском учете проходит несколько этапов: движение товара, подлежащего экспорту, от поставщика-резидента Республики Беларусь к покупателю-нерезиденту; учет затрат связанных с реализацией товарно-материальных ценностей на экспорт; отражение финансового результата и расчеты по внешнеторговым обязательствам.

Рассмотрим методику отражения экспортных операций в бухгалтерском учете на примере ООО «Левет-Агро», основным видом экономической деятельности которой является оптовая торговля. Организация импортирует кормовые добавки и ветеринарные препараты из Испании, Германии, Польши, Великобритании, а также экспортирует плодоовощную продукцию белорусского производства в Российскую Федерацию. По условиям внешнеэкономического договора поставка производится на условиях EXW. Следовательно, покупатель забирает товар со склада поставщика и все затраты, включая экспортные пошлины, несет самостоятельно.

В соответствии с учетной политикой, ООО «Левет-Агро» для признания оборотов по реализации (дата отражения выручки от реализации товаров производится «по отгрузке») и прав перехода собственности на товар производится документальное оформление первичными учетными документами, в частности, товарной накладной ТН-2. Товарная накладная ТН-2, оформленная в соответствии с Инструкцией № 58 [3], служит также основанием для списания товара в бухгалтерском учете при осуществлении экспорта, с приложенным к ней документом, подтверждающим принятие товара к доставке (ч. 4 п.1) [3]. Стоимостные показатели в ТН-2 указываются в иностранной валюте внешнеторгового договора.

Методика бухгалтерского учета экспортных операций в ООО «Левет-Агро» представлена в таблице.

Таблица – Методика бухгалтерского учета экспортных операций в ООО «Левет-Агро»

Отражение хозяйственных операций по приобретению товара для реализации на экспорт				
Дата	***Содержание хозяйственной операции***	***Дебет***	***Кредит***	***Сумма, руб***
02.11.17	Приобретен товар для экспорта (40 000 кг ябл цене 1 руб. за кг.)	41	60	40 000

Продолжение таблицы

02.11.17	Отражен НДС, предъявленный поставщиком товара (10%)	18	60	4 000
08.11.17	Оплачена кредиторская задолженность перед поставщиком	60	51	44 000
30.11.17	Принят НДС по приобретенному товару в зачет на общих основаниях, в пределах сумм налога исчисленного по оборотам от реализации	68.2	18	4 000
05.12.17	Приобретен товар для экспорта ((40 000 кг яблок по цене 1 руб. за кг и 20 000 кг картофеля по цене 0,50 руб. за кг)	41	60	50 000
05.12.17	Отражен НДС, предъявленный поставщиком товара (10%)	18	60	5 000
26.12.17	Оплачена кредиторская задолженность перед поставщиком	60	51	55 000
31.12.17	Принят НДС по приобретенному товару в зачет на общих основаниях, в пределах сумм налога исчисленного по оборотам от реализации	68.2	18	5 000
Отражение хозяйственных операций по реализации на экспорт				
02.11.17	Отражена контрактная стоимость товара, реализованного в РФ (по курсу НБ РБ 46 000*100/3,3961)	62,2	90.1	46 000
		RUB	*1 354 494,86*	
02.11.17	Включены в состав расходов затраты в пределах обязательств согласно условий поставки по внешнеторговому договору (фитосанитарный контроль)	44	76	39,75
02.11.17	Оплачена кредиторская задолженность, связанная с экспортной поставкой	76	51	39,75
05.12.17	Отражена контрактная стоимость товара, реализованного в РФ (по курсу НБ РБ 57 500*100/3,4300)	62.2	90.1	57 500
		RUB	1 676 384,84	
05.12.17	Включены в состав расходов затраты в пределах обязательств согласно условий поставки по внешнеторговому договору (фитосанитарный контроль)	44	76	39,75
Отражение хозяйственных операций по определению финансового результата от реализации на экспорт				
30.11.17	Списаны затраты связанные с реализацией на экспорт	90.6	44	39,75
30.11.17	Списана себестоимость товара отгруженного на экспорт	90.4	41	40 000
30.11.17	Финансовый результат (прибыль)	90	99	5960,25
30.11.17	Отражена курсовая разница дебиторской задолженности по экспортной операции (курс НБ РБ 3,4345)	91.1	62.2	520,13
30.11.17	Отражен финансовый результат внереализационной деятельности	99	91.4	520,13
31.12.17	Списаны затраты связанные с реализацией на экспорт	90.6	44	39,75

Продолжение таблицы

31.12.17	Списана себестоимость товара, отгруженного на экспорт	90.4	41	50 000
31.12.17	Финансовый результат (прибыль)	90	99	4960,25
31.12.17	Отражена курсовая разница дебиторской задолженности (ноябрь) (курс НБ РБ 3,4279)	62.2	91.1	89,40
31.12.17	Отражена курсовая разница дебиторской задолженности (декабрь) (курс НБ РБ 3,4279)	62.2	91.1	35,20
31.12.17	Отражен финансовый результат внереализационной деятельности	91.4	99	124,60

Источник: собственная разработка на основании данных ООО «Левет-Агро»

Данный порядок отражения хозяйственных операций соблюдается при наличии документального подтверждения обоснованности применения нулевой ставки НДС. Основанием для применения ставки НДС в размере ноль (0) процентов при реализации иностранным организациям и физическим лицам товаров, вывезенных (без обязательств об обратном ввозе на территорию Республики Беларусь) в государства-члены Таможенного союза ЕАЭС является наличие у плательщика следующих документов:

– договора (контракта), на основании которого осуществляется реализация товаров;

– транспортных (товаросопроводительных) документов, подтверждающих перемещение товаров с территории Республики Беларусь на территорию государства-члена Таможенного союза;

– заверенной таможенным органом государства – члена Таможенного союза копии таможенной декларации, в соответствии с которой товары на территории государства – члена Таможенного союза помещены под таможенную процедуру свободной таможенной зоны, либо под таможенную процедуру свободного склада (п.7 ст.102) [2].

В случае не предоставления подтверждающих документов в установленный законодательством срок (180 дней), организация отражает оборот по реализации в декларации по НДС (в отчете за период в котором истекает срок) и исчисляет сумму налога (сумма реализации на экспорт х 10/110). Исчисленная сумма налога отражается в бухгалтерском учете в составе расходов по текущей деятельности: Д-т 90.2 К-т 68.2. В целях исчисления налога на прибыль исчисленная сумма НДС отражается в составе внереализационных расходов.

Следует отметить, что на законодательном уровне предусмотрено отражение и исчисление НДС по истечении срока (с последующей уплатой), а также порядок отражения хозяйственных операций в случае более позднего предоставления подтверждающих документов. После подтверждения обоснованности применения ставки НДС в размере ноль процентов производится сторнировочная запись по дебету счета 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности» и кредиту счета 68 «Расчеты по налогам и сборам» (подп. 3.1 п. 3) [5].

Таким образом, методика бухгалтерского учета экспортных операций имеет ряд особенностей: применение различных форм расчетов, выбор которых продиктован сложившейся международной практикой; поэтапный контроль за движением товаров, в том числе за пределами таможенной территории Республики Беларусь; уплата таможенных пошлин и сборов и освобождение от уплаты косвенных налогов, необходимость ведения раздельного учета по НДС с целью подтверждения заявленного к возмещению налога; одновременный учет в белорусских рублях и в иностранной валюте; необходимость

отражения курсовых разниц; учет расходов на реализацию товаров с детализацией по контрактам.

Полагаем, что знание особенностей отражения в бухгалтерском учете экспортных операций позволит белорусским организациям-экспортерам сформировать прозрачный и достоверный учетный механизм, обеспечивающий эффективность управления, контроля и определения результатов экспортной деятельности.

Список литературы

1. Указ Президента Республики Беларусь 27 марта 2008 г. № 178 О порядке проведения и контроля внешнеторговых операций// Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Гродно, 2018.

2. Налоговый Кодекс Республики Беларусь (особенная часть) от 29 декабря 2009 г. n 71-з // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Гродно, 2018.

3. Постановление Министерства Финансов Республики Беларусь 30 Июня 2016 г. № 58 Об установлении форм товарно-транспортной накладной, товарной накладной и утверждении Инструкции о порядке заполнения товарно-транспортной накладной, товарной накладной, внесении дополнений и изменения в постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 22 апреля 2011 г. № 23 //Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Гродно, 2018.

4. Постановление Министерства Финансов Республики Беларусь от 29 июня 2011 г. N 50 Об установлении типового плана счетов бухгалтерского учета, утверждении инструкции о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета и признании утратившими силу некоторых Постановлений Министерства Финансов Республики Беларусь и их отдельных структурных элементов. Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Гродно, 2018.

5. Постановление Минфин РБ №41 от 30.06.2012 Об утверждении Инструкции по бухгалтерскому учету налога на добавленную стоимость и признании утратившими силу некоторых нормативных правовых актов Министерства финансов Республики Беларусь и отдельного структурного элемента//Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Гродно, 2018.

The article deals with some aspects of the method of accounting for export operations in the Republic of Belarus: the analysis of the provisions of regulatory legal acts regulating foreign economic activity and the order of reflection in the accounting of export operations, identified features and presented the accounting mechanism that ensures the effectiveness of management, control and determination of the results of export activities of economic entities (for example, LLC " Levet-agro»)

Мисюк Зоя Викторовна, студентка 4 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: mis.zoya@list.ru.

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. E-mail: l.s.tarasova@mail.ru.

УДК 336.64

В. Г. Мицко

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ В СТРАХОВАНИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Рассмотрены особенности формирования финансовых ресурсов страховой организации. Проведен их анализ на примере БРУСП «Белгосстрах». Предложены направления совершенствования финансовых ресурсов страховщика.

Актуальность исследования обусловлена тем, что недостаточное внимание современных страховщиков к вопросам управления финансовыми ресурсами в условиях наличия предпринимательского риска ведет к отрицательным последствиям для финансовой устойчивости самой организации и ее клиентов. Специфика страховой деятельности обусловлена характером страховой услуги. Эта специфика находит свое отражение в особом механизме формирования финансовых ресурсов страховщика. Движение финансовых ресурсов существует для достижения двух целей страховой организации [3].

Первая цель – это цель, поставленная уставом страховой организации, цель, определенная спецификой страховой деятельности и связанная с выполнением обязательств перед страхователями по договору страхования. Вторая цель, которую преследует страховая организация в своей деятельности – получение прибыли по результатам деятельности. Естественно, управление финансовыми потоками страховщика должно быть направлено на достижение этих двух целей. Специфику формирования финансовых ресурсов в страховании рассмотрим на примере БРУСП «Белгосстрах». В таблице 1 представлена информация о величине активов БРУСП «Белгосстрах».

Таблица 1 – Динамика и структура активов БРУСП «Белгосстрах», млн. руб.

Показатель	2014 г.		2015 г.		2016 г.		темп роста, 2015 к 2014, %	Темп роста, 2016 к 2015, %
	млн. руб.	Стр-ра, %	млн. руб.	Стр-ра, %	млн. руб.	Стр-ра, %		
Долгосрочные активы	163,1	20,1	498,7	51,5	516	48	305,8	103,5
Краткосрочные активы	648,7	79,9	469,1	48,5	559,4	52	72,3	119,2
Итог	811,8	100	967,8	100	1075,4	100	119,2	111,1

Источник: собственная разработка автора на основании [1]

Как видно из таблицы 1, динамика долгосрочных активов непостоянна. В 2014 г. краткосрочные активы превышали долгосрочные на 485,6 млн. руб. В 2015 г. долгосрочные преобладают, но не значительно, а в 2016 г. преобладают вновь краткосрочные активы. Долгосрочные активы в 2015 г. увеличились на 335,6 млн. руб. или 205,8 %, в 2016 г. также прослеживается динамика роста, она составила 3,5 %. Однако, постоянной тенденции роста краткосрочных активов не наблюдается. На рисунке 1 представлены источники формирования финансовых ресурсов БРУСП «Белгосстрах».

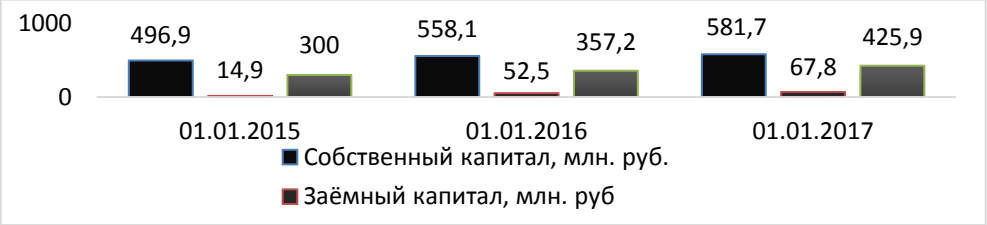


Рисунок 1 – Источники формирования финансовых ресурсов БРУСП «Белгосстрах»

Источник: собственная разработка автора на основании [1]

Анализируя рисунок 1, мы видим изменение в структуре источников формирования финансовых ресурсов страховой организации. Прослеживается значительный рост собственного капитала. Заёмный капитал на протяжении исследуемых лет также увеличивался. Данный факт свидетельствует о повышении степени финансовой зависимости Белгосстраха от внешних инвесторов и кредиторов. Собственный капитал страховщика значительно превышает заёмные средства, что говорит о финансовой устойчивости субъекта хозяйствования.

На рисунке 2 изображено изменение собственного капитала БРУСП «Белгосстрах» за 2014 – 2016 гг.

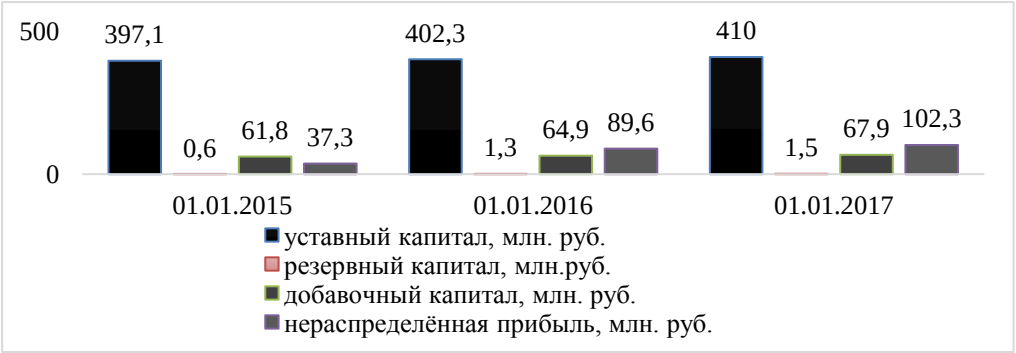


Рисунок 2 – Динамика собственного капитала БРУСП «Белгосстрах»

Источник: собственная разработка автора на основании [1]

Как видно из рисунка 2, уставный капитал занимает наибольший размер от общей суммы собственного капитала, а резервный капитал – наименьший. На протяжении исследуемых лет уставный, резервный, добавочный капиталы и нераспределённая прибыль постоянно увеличивались. Значительно увеличилась доля нераспределённой прибыли и резервного капитала при одновременном уменьшении удельного веса уставного капитала. Собственный капитал за отчётный год увеличился на 23,6 млн. руб. или 4,2 %.

В таблице 2 показано изменение заемного капитала БРУСП «Белгосстрах».

Таблица 2 – Динамика и структура заёмного капитала БРУСП «Белгосстрах», млн. руб

Источники капитала	2014 г.		2015 г.		2016 г.		Темп роста, 2015 к 2014, %	Темп роста, 2016 к 2015, %
	млн. руб.	Стр-ра, %	млн. руб.	Стр-ра, %	млн. руб.	Стр-ра, %		
Долгосрочные обязательства	0,02	1.3	1,5	2,9	2,3	3,4	750	193,3
Краткосрочные обязательства	1,5	98,7	51	97,1	65,5	96,6	3400	128,4
Итого:	1,52	100	52,5	100	67,8	100	345,4	129,1

Источник: собственная разработка автора на основании [1]

По данным, представленным в таблице 2, видно, как значительно увеличилась сумма заёмных средств. Если в 2014 г. краткосрочные обязательства были равны 1,52 млн. руб., то в 2015 г. эта сумма увеличилась на 50,98 млн. руб., а в 2016 г. к уровню 2015 г. заёмный капитал вырос на 29,1 %.

В таблице 3 представлены изменение величины страховых резервов БРУСП «Белгосстрах».

Таблица 3 – Анализ динамики и структуры страховых резервов и фондов БРУСП «Белгосстрах»

Показатель	2014 г.		2015 г.		2016 г.		Темп роста, 2015 к 2014, %	Темп роста, 2016 к 2015, %
	млн. руб.	Стр-ра, %	млн. руб.	Стр-ра, %	млн. руб.	Стр-ра, %		
Резервы по видам страхования, относящим к страхованию жизни	0,04	0,01	0,04	0,01	0,04	0,01	100	100
Резервы НП	98,6	32,9	131,4	36,8	160,9	37,8	133,3	122.5
Резервы убытков	33,5	11,2	33,7	9,4	39,2	9,2	100,1	116,3
Иные страховые резервы	165,3	55,1	189,1	52,9	222,7	52,3	114,4	117,8
Фонд превентивных мероприятий	2,5	0,8	2,8	0,8	2,8	0,7	112	100
Гарантийные фонды	0,1	0,03	0,1	0,03	0,2	0,05	100	200

Продолжение таблицы 3

Иные фонды	0,04	0,01	0,06	0,02	0,06	0,01	150	100
Итого:	300	100	357,2	100	425,9	100	119,1	119,2

Источник: собственная разработка автора на основании [1]

Из данных таблицы номер 3 можно сделать вывод о том, что наибольший удельный вес в структуре резервов занимают иные страховые резервы: стабилизационный резерв, а затем резервы незаработанной прибыли. Общая сумма страховых фондов и резервов Белгосстраха в 2014 г. составила 300 млн. руб, в 2015 г. – 357,2 млн.руб., что на 57,2 млн. руб. больше, чем в 2014 г. или 19,1 %, а в 2016 г. больше на 68,7 млн.руб или 19,2 % к уровню 2015 г. Данные резервы и фонды создаются с целью покрытия возможных убытков, выплаты страхового возмещения при наступлении страхового случая, а также для проведения предупредительных мероприятий, чтобы уменьшить риск наступления страхового события.

Как показал анализ, специфика финансовых ресурсов БРУСП «Белгосстрах» состоит в формировании страховых резервов, которые являются гарантом покрытия убытков страховщика, а также в значительном превышении собственного капитала над заемным.

По нашему мнению, увеличению финансовых ресурсов страховой организации может поспособствовать:

1. расширение перечня добровольных видов страхования, которые могут включаться в себестоимость, четкое их определение, что позволит развиваться частным страховым компаниям, будет способствовать формированию страховой культуры в стране;

2. устранение препятствий к приходу иностранного капитала в страховой сектор (в частности, страхование жизни, рисковые виды страхования), что повысит его капитализацию, принесет новые технологии и прогрессивный опыт работы в отдельных сегментах рынка;

3. устранение изолированности белорусских страховщиков от международного страхового рынка, так как отсутствие конкуренции снижает эффективность работы местных страховщиков, препятствует внедрению новых страховых продуктов и технологий;

4. усовершенствование инвестиционной деятельности:

- осуществлять инвестирование собственных средств и страховых резервов в наиболее сбалансированные в соотношении риска и доходности активы. Такими активами могут являться: долгосрочные вложения в государственные и муниципальные ценные бумаги; ценные бумаги наиболее крупных, ликвидных и надёжных компаний со стабильными показателями получаемых доходов;
- увеличить долю вложенных средств в недвижимое имущество;
- рост доли вложений в банковские депозиты. Несмотря на их низкую доходность, они являются для страховщиков крайне привлекательными. Они более надежны, а доход остается стабильным и фиксированным.

5. развитие информационных технологий.

Таким образом, предложенные направления совершенствования финансовых ресурсов могут позволить страховой организации улучшить свое финансовое состояние, повысить финансовую устойчивость и платежеспособность.

Список литературы

1. Бухгалтерский баланс БРУСП «Белгосстрах» 2014 -2016 гг. // Официальный сайт Белорусского республиканского унитарного страхового предприятия «Белгосстрах» [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: http: http://www.bgs.by –Дата доступа: 02.03.2018

2. О порядке и условиях образования страховых резервов страховых организаций: Постановление Министерства финансов РБ, № 87 от 29 сент. 2016г. // [Электронный ресурс]. – 2018.

– Режим доступа: http://minfin.gov.by. – Дата доступа: 02.03.2018.

3. Об утверждении Инструкции о порядке расчета размера собственного капитала страховых организаций: Постановление Министерства финансов РБ, № 34 от 24 мая 2016г. // [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: http://minfin.gov.by. – Дата доступа: 02.03.2018.

Features of formation of financial resources of insurance company are considered. The analysis on the example of BRUSP Belgosstrakh is carried out them. The directions of improvement of financial resources of the insurer are offered.

Мицко Виктория Генрыковна, студентка 4 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 – ***Крупенко Юлия Вячеславовна,*** м.э.н., старший преподаватель кафедры финансов и бухгалтерского учёта факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь, E-mail: julia_kul@list.ru.

УДК 336.1:005.591.6(574)

М. Ж. Мусина

ПРОБЛЕМА РЕФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ

В статье рассматривается финансовая система Казахстана, которая имеет тенденцию к изменению в связи сегодняшними факторами и вызовами. В современном быстро меняющемся глобальном пространстве быстрыми шагами идет новая промышленная революция, которая является уже Четвертой. Республика сегодня является активным участником на международном рынке, который интегрирует с другими странами. Понимая это, Президент Республики Казахстан 10 января 2018 года обратился к гражданам своей страны с Посланием «Новые возможности развития в условиях четвертой промышленной революции».

Развитие Казахстана, как отмеается в Послании, основывается на стимулировании экономического роста через развитие современных перспективных отраслей, новых индустрий, логистики, аграрного сектора. Поэтому, в стране необходима модернизация финансового сектора. Именно данный аспект отмечается в Шестом приоритете Послания главы государства, который называется «Перезагрузка» финансового сектора. Это означает, что нужно по другому смотреть на сегодняшние проблемы, стоящие на повестке дня и разрабатывать совершенные меры по их устранению [1].

Во втором приоритете Послания Президента РК говорится о развитии возобновляемой энергетики РК. Как отмечает Глава государства, на сегодняшний момент в государстве функционируют уже 55 ВИЭ, которые дали 1,1 млрд. кВт-ч энергии в прошлом году.

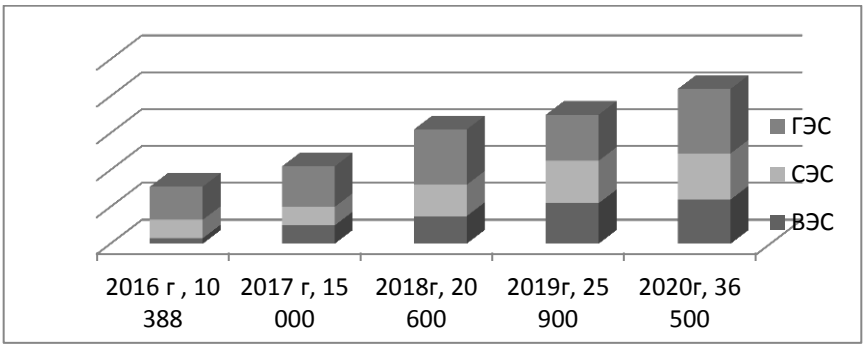


Рисунок 1 – Затраты на покупку ЭЭ от ВИЭ, млн. тенге

Источник: составлено автором на основе данных Министерства энергетики РК

Планируется увеличение числа экологически чистой энергии в Казахстане до 30 % к 2030 году. При этом необходимо развивать бизнес в данной среде, имеется механизм поддержки проектов, которые выбираются на основе аукционных торгов [3].

В свою очередь, как отметили некоторые эксперты, Президент РК в своем Послании сделал глубокий акцент на развитие аграрного сектора страны. Планируется в дальнейшем продвигать марку «Сделано в Казахстане» путем создания экологически чистой продукции. К тому же, Глава государства поручил увеличить вывоз продукции аграрного сектора в 2, 5 раза. Так, имеется Государственная программа развития агропромышленного комплекса Республики Казахстан на 2017-2021 годы.

Ниже представлена информация об общих расходах, предусмотренных в финансировании на реализацию Программы на 2017-2021 гг. (таблица).

Таблица – Общие расходы, предусмотренные в финансировании на реализацию Программы на 2017-2021 годах

Год	Всего, млрд. тенге	РБ, млрд. тенге	МБ, млрд. тенге	Другие источники, млрд. тенге
2017	359,7	198,2	144,5	17,0
2018	397,9	202,0	151,0	44,9
2019	429,4	207,9	158,4	63,1
2020	558,8	281,6	193,6	83,6
2021	628,4	326,3	204,5	97,6
Итого	2374,2	1 216	904	306,2

Источник: собственная разработка автора на основании данных [2]

В сфере сельского хозяйства на рынке преобладающую роль в выдаче кредитов играет АО «НУХ «КазАгро», где ставки вознаграждения намного выше, чем у других. Это обусловило то, что сельскохозяйственная отрасль стала зависеть от финансов государства [5].

Планируется, что количество сельскохозяйственных кооперативов (крестьянских и домашних хозяйств) увеличится с 326 тыс. ед. в 2017 году до 1204 тыс. ед. в 2021 году.

С учетом предполагаемых внешних условий развития экономики Казахстана по базовому сценарию (мировая цена на нефть 45,0 долларов США/баррель) и прогноза макроэкономических показателей на 2018 – 2020 годы, доходы государственного бюджета (без учета трансфертов) по прогнозам вырастут с 7513,7 млрд. тенге в 2018 году до 9340,9 млрд. тенге в 2020 году [2].

Рост доходов бюджета в основном будет обеспечиваться увеличением налоговых поступлений, которые занимают 97,6 % в доходах государственного бюджета. По прогнозам темп роста налоговых поступлений к предыдущему году составит в 2018 году 11,0 %, в 2019 году 13,0 %, в 2020 году 10,0 % .

По прежнему, актуальной задачей остается снижение доли государства в экономике до 15% в ВВП, что соответствует странам ОЭСР. По данным Комитета статистики МНЭ, доля государственной собственности в ВДС в 2016 году составила всего 8,4% (в 2015 году – 8,8%). Однако, данный показатель не учитывает квазигосударственный сектор, с учетом которого доля государства в ВВП может достигать 20%.

Показательным является соотношение активов квазигосударственного сектора к ВВП. Так, суммарные активы АО «НУХ «КазАгро», АО «НУХ «Байтерек», АО «ФНБ «Самрук-Казына» выросли с 25,5 трлн. тенге в 2015 году до 27,1 трлн тенге в 2016 году, и составили 57,8% ВВП (рисунок 2).

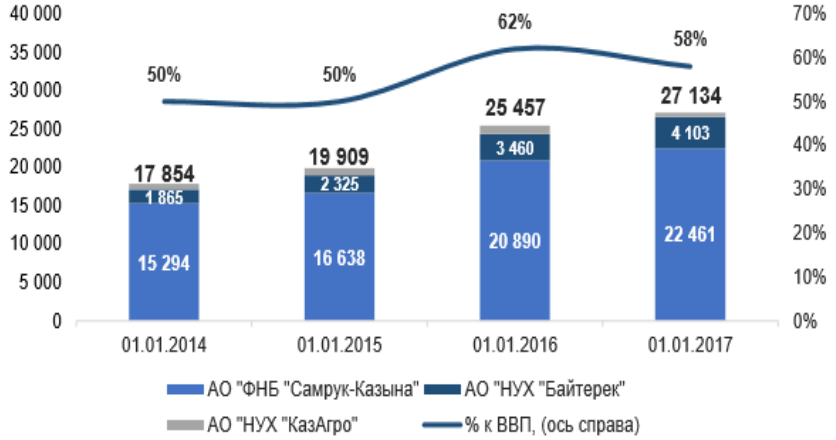


Рисунок 2 – Соотношение активов квазигосударственного сектора к ВВП

Источник: Данные НПП «Атамекен»

При этом, наблюдается специализация субъектов малого предпринимательства в торговле и сельском хозяйстве, а субъектов крупного и среднего предпринимательства — в промышленности, а также в сфере государственного управления, образования и здравоохранения.

В региональном срезе большинство субъектов МСП сосредоточено на территории гг. Алматы и Астана, а также Алматинской, Южно-Казахстанской и Восточно-Казахстанской областях. Указанные регионы в основном специализируются в сфере предоставления услуг и сельском хозяйстве [4].

В начале 2017 года Глава государства поручил ускорить и завершить приватизацию до конца 2018 года, в связи с чем План приватизации был пересмотрен. В итоге, из 404 объектов 130 перенесены с 2019-2020 годов на 2017-2018 годы (рисунок 2). В настоящее время идет вторая волна приватизации (рисунок 3).

ВИД СОБСТВЕННОСТИ	ВСЕГО	ВЫСТАВЛЕНЫ	НА ТОРГАХ	ПРОДАНЫ	ЦЕНА ПРОДАЖИ, ТГ.
Республиканская собственность	59	34	6	28	26 498 315 460,15
Коммунальная собственность	440	259	34	225	47 416 086 236,50
Активы нац.холдингов	258	97	32	65	113 744 010 546,26
Активы нац.компаний	120	81	15	66	5 708 414 735,70
Итого	**877**	471	**87**	**384**	**193 366 826 978,61**

Рисунок 3 – Информация о приватизации на 2018 год

Источник: Министерство финансов РК

В своем обращении Глава государства объявил о начале нового этапа модернизации экономики, который является логическим продолжением социально-экономических и политических преобразований, направленных на стабильное развитие Казахстана. В период модернизации, сельскохозяйственная промышленность, транспорт и логистика, строительство станут новым фактором экономического роста страны. По итогам прошлого года за счет этих отраслей рост экономики составил 1 %. Новые драйверы создадут высокий мультипликативный эффект для роста экономики и занятости населения. Большое внимание будет уделено повышению конкурентоспособности экономики за счет развития транспортно-логистической отрасли, аграрно-промышленного комплекса, социальной сферы, улучшения условий ведения бизнеса.

Таким образом, сокращение присутствия государства в экономике путем приватизации субъектов и роста роли частного сектора будет продолжаться. Также говорилось о существовании «точек» и «двигателей» роста, внутренний потенциал которых не исчерпан, и какие возможности сильны для достижения конкурентных преимуществ. В то же время, с учетом вероятных глобальных технологических изменений благосостояние страны будет зависеть от создания эффективного механизма инновационного ускорения технологических процедур. Инвестиции в инфраструктуру, как подчеркивается в обращении, являются одним из основных факторов роста и диверсификации экономики, в то же время предлагается дальнейшая либерализация деловой среды и сокращение участия государства в экономике. Несомненно, что выполнение этих задач в целях повышения эффективности, приведет к значительной оптимизации «Самрук-Казына», НМГ «Байтерек» и других национальных холдингов и институтов развития.

Список литературы

1. Республика Казахстан. Послание Президента РК от 10 января 2018 года «Новые возможности развития в условиях четвертой промышленной революции» / Официальный сайт Президента Республики казахстан [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses_of_president/poslanie-prezidenta-respubliki-kazahstan-n-nazarbaeva-narodu-kazahstana-10-yanvarya-2018-g. – Дата доступа: 17.02.018.

2. Прогноз социально-экономического развития Республики Казахстан на 2018-2022 годы, 2 этап» / Министерство национальной экономики [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://economy.gov.kz/ru/kategorii/prognoz-socialno-ekonomicheskogo-razvitiya-na-2018-2022-gody

3. Презентация Министерства энергетики РК «Развитие возобновляемой энергетики в Республике Казахстан» / Министерство энергетики Республики Казахстана [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://kz.energo.gov.kz/index.php?id=2. – Дата доступа: 15.02.018.

4. Республика Казахстан. Государственная программа развития агропромышленного комплекса Республики Казахстан на 2017-2021 годы / Сайт Министерства Национальной экономики [Электронный ресурс] – Режим доступа: www. economy.gov.kz. – Дата доступа: 15.02.018.

5. Республика Казахстан. Итоги социально-экономического развития РК за январь-ноябрь 2017 год / Сайт Министерства финансов РК [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.minfin.gov.kz. – Дата доступа: 25.01.018.

The article reviews the main policies that are needed in a competitive world. In the modern rapidly changing global space, a new industrial revolution is rapidly moving forward, which is already the Fourth. And Kazakhstan today is an active participant in the international market, which integrates with other countries, aspires to enter the top thirty of developed countries. Realizing this, the President of the Republic of Kazakhstan on January 10, 2018 appealed to the citizens of his country with a new Message, entitled "New Opportunities for Development in the Conditions of the Fourth Industrial Revolution.

Мусина Мадина Жомартовна, студентка 2 курса специальности «Государственное и местное управление» экономического факультета Евразийского Национального университета имени Льва Николаевича Гумилева, Астана, Казахстан. E-mail: madina_musina_98@mail.ru

Научный руководитель – ***Сембиева Ляззат Мыктыбековна,*** доктор экономических наук, профессор экономического факультета Евразийского Национального университета имени Льва Николаевича Гумилева, Астана, Казахстан. E-mail: sembiyeva@enu.kz.

УДК 336.761

Ю. О. Ничкасова

ГЛОБАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА IPO И СОВРЕМЕННАЯ ПРАКТИКА ПРИВЛЕЧЕНИЯ КАПИТАЛА НА ПРИМЕРЕ КАЗАХСТАНСКИХ КОМПАНИЙ

Первичное публичное размещение акций является одним из наиболее эффективных инструментов привлечения капитала на долгосрочной основе. В статье исследуются современные тенденции глобального рынка IPO, отражающие высокий уровень конкуренции между развитыми и развивающимися рынками. Сделан вывод об изменении архитектуры глобального рынка IPO, увеличении числа трансграничных листингов, характеризующих процессы консолидации инфраструктуры фондового рынка и глобализации финансовых рынков. Обобщение и анализ результатов практики привлечения капитала на рынке IPO позволили выявить ряд специфических особенностей и проблем. Поскольку устойчивое развитие экономики Казахстана требует эффективного функционирования рынка капитала, в статье представлены перспективы его развития в период до 2025 года.

Глобализация мировой экономики проявляется многогранностью событий и новых тенденций. Результаты деятельности глобальных финансовых рынков за последнее десятилетие свидетельствуют о динамичных изменениях их структуры, трансформации финансовых инструментов. Результатом нарастающей конкуренции фондовых рынков развитых и развивающихся стран становится их консолидация и региональная интеграция, создание инновационных точек роста в архитектуре рынков для более эффективного привлечения капитала [5].

Типология инструментов рынка капитала.

В системе многообразия инструментов финансового рынка особое место занимают инструменты первичного публичного размещения акций (далее – IPO) и глобальные депозитарные расписки, которые отражают интенсивность инвестиционных процессов на фондовых рынках и формализуют каналы доступа к источникам финансирования.

В связи с этим, исследование современных трендов глобального рынка IPO и результатов привлечения капитала через первичное публичное размещение акций или глобальных депозитарных расписок казахстанскими эмитентами, является особенно актуальным в контексте стратегической задачи развития национального рынка капитала до уровня международного финансового центра в период до 2025 года [2].

В экономической, научно-практической литературе, а также в нормативно-правовых актах регуляторов представлено достаточно большое количество видов IPO. Исследователи выделяют несколько типов публичного предложения (размещения) акций:

– private offering: PO (частное размещение среди узкого круга заранее отобранных инвесторов с получением листинга на бирже);

– follow – on or primary public offering (PPO) – размещение компанией, чьи акции уже торгуются на бирже, дополнительного выпуска на рынке (доразмещение или вторичное публичное размещение);

– secondary public offering (SPO) – публичная продажа действующими акционерами крупного пакета акций;

– direct public offering (DPO) – размещение эмитентом и от имени эмитента напрямую первичным инвесторам, минуя биржевой рынок [1, с. 115].

Глобальная депозитарная расписка (Global Depositary Receipt) представляет собой сертификат, выпущенный банком-депозитарием на нескольких фондовых рынках за пределами страны инкорпорации компании и удостоверяющий право его владельца пользоваться выгодами от депонированных в этом банке ценных бумаг иностранного эмитента [1, с.39].

Особенностью данного инструмента является его способность существенно облегчать эмитентам процедуру выхода на иностранные рынки капитала. Например, не всегда требуется регистрация выпуска у национального регулятора страны выпуска GDR первого и второго уровня. Однако, если целью компании является привлечение нового капитала, то требования для эмитентов, как правило, соответствуют стандартам по выпуску акций и необходима не только регистрация депозитарных расписок, но также регистрации первоначальных акций и полное раскрытие информации об эмитенте (GDR третьего уровня).

Современные тенденции глобального рынка IPO.

За истекшее десятилетие общий объем первичных листингов составил около 11 000 единиц, привлечённые инвестиции – более $1738,5 трлн. В 2017 году состоялось 1624 IPO, что на 48% выше уровня 2016 года и на 19% выше уровня 2010 года. Данные показатели являются рекордными в десятилетнем периоде, после кризиса 2008-2009 годов. Общий объем инвестиций, привлечённых компаниями на финансовом рынке в 2017 году, составил $188,8 млрд., однако, не достигнул уровня 2010 года ($284,6 млрд.) Средний объем привлечённых средств за десятилетний период составил $173,8 млрд.

Анализ аналитических и статистических источников позволяет сделать вывод о лидирующей роли Азиатско-Тихоокеанского региона по количеству проведённых публичных предложений акций и объёму привлечённого финансирования, что составляет 58% и 39% доли глобального рынка соответственно. Однако, если по показателю количества сделок данный регион является бесспорным лидером, то по объёму капитала, привлечённого в 2017 году, доли регионов сформировались следующим образом: Северная и Южная Америка – 27%, Европа, Средний Восток, Индия и Африка – 34%, Азиатско-Тихоокеанский регион – 39%, что характеризует высокий уровень глобальной диверсификации инвесторов между «старыми» и «новыми» рынками.

Более 35% первичных публичных листингов происходит на биржах Китая, причём данный тренд, сформировавшись в 2006 году, становится все более устойчивым. Количество

IPO на растущих рынках Китая и Индии в 2017 году более чем в три раза превысило количество IPO на развитых рынках США, Великобритании и Японии.

В отношении объёма капитала, привлечённого на IPO, данная тенденция более консервативная. По итогам 2017 года, лидером по привлечению капитала в процессе IPO является Нью-Йоркская фондовая биржа с объёмом в 30 млрд. долл. США, Лондонская фондовая биржа занимает 4 место с объёмом капитала в 14,8 млрд. долл. США, китайские биржи (Шанхайская, Гонконгская и Шенженская) занимают 2, 3 и 5 места соответственно с общим объёмом инвестиций 48,9 млрд. долл. США.

Фондовые рынки развитых стран обеспечивают динамичность и глубину, необходимый объем институциональной ликвидности, поскольку имеют доступ к крупным пулам местного и международного капитала. США и Великобритания обладают громадными финансовыми ресурсами под управлением институциональных инвесторов: 35,6 трлн. долл. США и 6,5 трлн. долл. США соответственно, в то время как для азиатского региона это показатель составляет только 1,6 трлн. долл. США. Капитализация фондовых рынков США составляет более 26 млрд. долл. США, а с учётом фондовых рынков Великобритании и Японии – 36,7 млрд. долл. США, что в 3,8 раза выше размера совокупной капитализации трёх фондовых бирж Китая (9,6 млрд. долл. США.).

Существенным фактором выбора эмитентов в пользу зрелых фондовых рынков являются человеческие ресурсы, обладающие накопленным в течение длительного периода времени опытом и знаниями, которые обеспечивают высокий уровень консалтинга и достижение более высокой результативности IPO [1, с.200].

Казахстанские компании на глобальном и локальном рынке IPO.

Анализ доступных источников [3], [4] позволил собрать информацию об использовании инструмента IPO казахстанскими компаниями за период с 2002 по 2017 год включительно.

Всего за данный период имеются данные о 32 IPO, проведённых компаниями-резидентами Казахстана и осуществляющими свою деятельность на территории Казахстана.

В целом, эмиссия акций состоялась в трёх странах (Великобритании, Казахстане и России), на четырёх фондовых площадках (Лондонская фондовая биржа (LSE): основной (MAIN) и альтернативный рынок (AIM); Казахстанская фондовая биржа (KASE) и Московская фондовая биржа (MOEX)) и с использованием двух инструментов: посредством первичного публичного размещения акций и размещения глобальных депозитарных расписок.

Всего 29 компаний осуществили выпуск акций и глобальных депозитарных расписок, общая сумма привлечённого капитала составляет 9,3 млрд. долларов (таблица 1).

Таблица 1 – Структура IPO казахстанских компаний по фондовым биржам и размеру привлечённого капитала в период с 2004 по 2017 годы

	LSE MAIN	**LSE AIM**	**KASE**	**MOEX**	**Итого**
Капитал, $ млн.	**7560.4**	**1418.0**	**335.0**	**10.5**	**9323.9**
Структура	81.1%	15.2%	3.6%	0.1%	100%
Количество IPO	12	12	7	1	32

Источник: собственная разработка автора [3] [4]

Привлечение капитала осуществлялось двумя инструментами: через первичное публичное размещение акций – 61% и размещение глобальных депозитарных расписок – 39%. Самые крупные первичные публичные размещения состоялись в период 2005 - 2007 гг.

в составе двух ресурсных компаний и трёх компаний финансового сектора: банки Казкоммерцбанк, Альянсбанк и Народный банк Казахстана.

Таблица 2 – Топ - 5 крупнейших IPO казахстанских компаний

Компания	Объем капитала, млн. долларов	Биржа	Инструмент	Год
ENRC	2792	LSE MAIN	IPO	2007
Казахмыс	1156	LSE MAIN	IPO	2005
Казкоммерцбанк	761	LSE MAIN	IPO	2006
Альянс Банк	704	LSE AIM	IPO	2007
Народный банк	680	LSE MAIN	GDR	2006

Источник: собственная разработка автора [4]

На рисунке 1 представлена выборка по количеству IPO и объёму привлечённого капитала в разбивке по годам. Как видно из рисунка, 2007 год был годом пиковой активности, как по количеству привлечённого капитала – 4218 млн. долларов, так и по количеству IPO – 6 размещений. После 2012 года, несмотря на наличие ежегодных публичных размещений, объем привлечённого капитала не отражается на графике ввиду незначительности сумм. Данная ситуация объясняется отсутствием публичных размещений на иностранных фондовых биржах и переносу активности эмитентов на национальный фондовый рынок.

Начиная с 2012 года, Казахстанская фондовая биржа приняла 7 IPO, общий объем привлечённого капитала составил 335 млн. долларов, что более чем в 26 раз ниже в сравнении с Лондонской фондовой биржей по причине низкой капитализации и ликвидности национальной фондовой биржи (рисунок).

Рисунок – Количество сделок и размер привлечённого капитала, млн. долл. США

Источник: разработка автора на основе данных [3], [4]

Полагаем возможным сделать предположение о том, что данный тренд является следствием следующих факторов:

– ухудшение макроэкономических показателей Казахстана и снижение странового рейтинга на фоне глобальной экономической рецессии, что является негативными предпосылками для выхода компаний на IPO, поскольку влечёт за собой существенную недооценку стоимости акций потенциальными инвесторами;

– стимулирование развития национального фондового рынка Правительством Республики Казахстан для сбалансированного обеспечения экономики финансовыми ресурсами в условиях ухудшения устойчивости банковского сектора. Инструментами реализации данных стимулов была программа «Народное IPO», которая позволила привлечь средства граждан – локальных инвесторов, активизировать деятельность национальной фондовой биржи и провести приватизацию двух национальных компаний: «КазТрансОйл» (185,2 млн. долларов) и «KEGOC» (72,3 млн. долларов) в 2012 и 2014 годах. Третьим по размеру привлечённого капитала было размещение в 2012 году акций национального мобильного оператора KCELL (49,5 млн. долларов). Событием фондового рынка 2017 года стало размещение акций Банка Астаны, привлёкшего на национальном рынке 20,1 млн. долларов и посредством SPO на Московской фондовой бирже – 10,5 млн. долларов.

Инструменты повышения ликвидности казахстанского фондового рынка

Рост объёма торгов на Казахстанской фондовой бирже в 2017 году, по сравнению с 2016 годом, составил более 60 %, увеличившись с 94,6 до 151,5 тлрн. тенге, что составило более 300% ВВП и позволило бирже попасть в число самых быстрорастущих бирж мира и присвоению рейтинга Frontier [2].

Однако, более 89 % объёма торгов KASE составляет денежный рынок. Доля торгов инструментами фондового рынка (акции, корпоративные облигации, ценные бумаги инвестиционных фондов, государственные ценные бумаги и ценные бумаги международных финансовых организаций) составляет всего 3,5 млрд. тенге или 2,3% объёма торгов, что равноценно только 7 % ВВП Казахстана (48 850 трлн. тенге по предварительной оценке за 2017 год). Таким образом, на данный момент казахстанский фондовый рынок не ликвиден и его размер не соответствует размеру экономики.

Правительством Республики Казахстан ведётся целенаправленная работа по развитию фондового рынка в целях расширения возможностей доступа к капиталу субъектов хозяйствования, для обеспечения устойчивого и сбалансированного развития экономики.

Результатом данной работы в период до 2025 должно стать создание развитого рынка капитала, что является стратегическим направлением деятельности Международного финансового центра Астана (AIFC).

Согласно совместной программе действий Правительства и МФЦА развитие рынка капитала планируется на основе инфраструктуры Астанинской фондовой биржи (AIX) в период 2015 - 2025 годы за счёт:

- стратегического партнёрства с Шанхайской фондовой биржей (SSE) и трансферта технологий NASDAQ;
- выпуска государственных казначейских облигаций, инфраструктурных облигаций, корпоративных облигаций государственными и частными компаниями;
- расширения числа и видов инструментов, включая инструмент биржевых инвестиционных фондов ETF (exchange trade funds);
- листинга крупных совместных предприятий нефтегазового сектора и горно-металлургического комплекса, открытия дополнительного сегмента рынка для компаний недропользователей;
- проведение IPO в размере не менее 25% к размещённым акциям наиболее привлекательных в инвестиционном плане компаний акций Казахтелекома, Казатомпрома и AirAstana в 2018 году, в период до 2020 года компаний: КазМунайГаз, Самрук-Энерго, Казпочта и КазахстанТемирЖолы.

По оценке экспертов, данные меры позволят привлечь на рынок капитала Казахстана более 350 млрд. долларов дополнительной ликвидности в период до 2025 года. Мы рассматриваем данный инициативный проект, как уникальную возможность для стран Евразийского экономического союза увеличить капитализацию и ликвидность национальных фондовых рынков, а также обеспечить доступ национальных субъектов хозяйствования как региональному, так и глобальному рынку капитала посредством инструментов IPO и GDR в контексте задачи интеграции фондовых рынков стран ЕАЭС к 2025 году.

Список литературы

1. Лукашов, А. IPO от I до O; Пособие для финансовых директоров и инвестиционных аналитиков / А. Лукашов, А. Могин. – М.: Издательство «Альпина Бизнес Букс»,– 2007. – 350 с.

2. Интервью генерального директора KASE А. Адамберген. [Электронный ресурс] – Режим досутпа: http://www.world-exchanges.org/focus/index.php/interviews/247-2018-viewpoints-alina-aldambergen-ceo. – Дата доступа: 01.02.2018.

3. Официальный сайт Казахстанской фондовой биржи [Электронный ресурс] – Режим доступа: www. kase. kz, URL:http://kase.kz/ru/#trade_info_period. –Дата доступа: 10.02.2018.

4. Официальный сайт Лондонской фондовой биржи [Электронный ресурс] – режим доступа: http://www.londonstockexchange.com/statistics/home/statistics.htm. –Дата доступа: 20.02.2018.

5. Capital markets in 2025. The future of equity capital market. Report, 2011 [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.pwc.ru/ru/capital-market . – Дата доступа: 15.01.2018.

6. Global IPO trends, Q4, 2017, Report. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.ey.com/RU/ru/SearchResults?query=IPO&search_options=country_name. – Дата доступа: 11.01.2018.

Ничкасова Юлия Олеговна, докторант 2 курса экономического факультета Евразийского Национального университета им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан. E-mail: yunichka10@gmail.com

Научный руководитель – ***Садвокасова Куляш Жабыковна***, д.э.н., профессор Евразийского Национального университета им Л.Н. Гумилева, г. Астана, Казахстан. E-mail: sadvokasova_k@enu.kz.

УДК 368.1

М. М. Осипович, В. О. Плескач

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИМУЩЕСТВЕННОГО СТРАХОВАНИЯ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Проведен анализ современного состояния рынка страхования имущества предприятий и организаций в Республике Беларусь. Выявлены основные проблемы развития и предложены меры по развитию имущественного страхования в Республике Беларусь.

Роль страхования в обеспечении устойчивого развития экономики определена Республиканской программой развития страховой деятельности на 2016-2020 годы, утвержденной постановлением Совета Министров Республики Беларусь № 922 от 15.11.2016. Целью развития страховой деятельности в Республике Беларусь является построение страхового рынка, обладающего достаточным уровнем капитализации и финансовой устойчивости, способного конкурировать в условиях открытого финансового рынка. При этом, актуальным видится повышение конкурентоспособности отечественного страхового рынка за счет развития различных отраслей и видов страхования [3, с.44].

Несмотря на постоянное развитие на протяжении последних лет, страховой рынок Республики Беларусь остается относительно небольшим, с ограниченным количеством страховых услуг. Объем востребованных страховых услуг в Беларуси – один из самых низких в Европе. Так, если средний показатель страховых взносов на душу населения в 2016 году в Европе составил 1 620 долларов США, средний мировой показатель – 638 долларов США, то в Беларуси всего 52,3 доллара США, снизившись по сравнению с 2015 годом на 2,2 доллара [1].

По-прежнему, наибольшая доля белорусского страхового рынка принадлежит страховщикам с государственной формой собственности. При этом участие частных организаций ограничено только рынком добровольного страхования. Лидером страхового рынка является БРУСП Белгосстрах. Возможности развития частных страховых компаний, страховых компаний с иностранными инвестициями ограничены.

В 2016 г. доля объема начисленных страховых взносов по отношению к ВВП составила 1,05 % (в 2015 г. – 0,95 %, в 2014 г. – 0,93 %). По данному показателю Республика Беларусь значительно отстает от большинства развитых европейских стран, где он варьируется в среднем от 5 до 10 %. Средний показатель по Европе в 2016 году составил 6,7 %. Среди стран ЕЭК показатель доли собранных страховых взносов по отношению к ВВП различается незначительно [1].

В последние годы наблюдается положительная динамика увеличения доли добровольного страхования в общем объеме поступлений.

Во второй половине текущего десятилетия, после некоторых проведенных реформ, доля обязательного страхования в общем объеме страховых взносов снизилась и составила на 1 января 2017 года 45,1 %.

По добровольным видам страхования за 2016 г. страховые взносы составили 542,1 млн. рублей. Удельный вес добровольных видов страхования в общей сумме страховых взносов составляет 54,9 % (за 2015 год – 52,1 %). В структуре страховых взносов по добровольным видам страхования на долю личного страхования приходится 35,4%, имущественного страхования – 56,5 %, страхования ответственности – 8,1 %.

Страховые взносы по обязательным видам страхования за 2016 год составили 445,8 млн. рублей. Удельный вес обязательных видов страхования в общей сумме взносов составляет 45,1 % (за 2015 год – 47,9 %).

Приведенные данные говорят о том, что половину страхового рынка занимает обязательное страхование. Но, на ближайшие 5 лет Республиканской программой определена задача развития рынка страховых услуг в 1,8 раза.

Устойчивый страховой рынок должен иметь достаточный внутренний потенциал для успешного противостояния возможным негативным событиям и выполнения функции стабилизатора финансового рынка страны. В обеспечении надежности страховых организаций важна роль государства, прежде всего, в части развития отраслей и видов страхования.

Изучение имущественного страхования обусловлено необходимостью его совершенствования и развития в условиях происходящих интеграционных процессов.

Актуальность исследования обусловлена тем, что имущественное страхование обеспечивает возмещение в первую очередь прямого фактического ущерба, восстановление погибших объектов, однако, при определенных условиях в ответственность может включаться и косвенный ущерб. Под имущественным страхованием понимается отрасль страхования, в котором объектом страховых отношений выступают имущество в различных видах и имущественные интересы.

Лицензию на осуществление различных видов имущественного страхования имеет большинство страховых организаций Республики Беларусь, что создает здоровую

конкуренцию между страховщиками и возможность выбора наиболее оптимальных условий для страхователя.

На современном этапе развития страхование имущества юридических лиц занимает около 69,5% в общем объеме имущественного страхования и около 25% в общем объеме всех страховых услуг.

За 2016 г. страховые взносы по договорам добровольного имущественного страхования с юридическими лицами составили 196 092 тыс. руб. По сравнению с 2015 годом, когда было собрано 151 262,6 тыс. руб., страховые взносы выросли на 29,6 % (в 2015 г. по сравнению с 2014 г. — рост на 15,8 %) (таблица 1).

Таблица 1 – Структура поступлений (премий) по добровольному имущественному страхованию юридических лиц

Объекты страхования	**2014 г., тыс. руб.**	**2015 г., тыс. руб.**	**2016 г., тыс. руб.**	**Темп прироста 2015/ 2014, %**	**Темп прироста 2016/ 2015, %**
Животные	1360	1475,8	1931,8	8,5	30,9
Строительно-монтажные работы	670	2560,5	15091	282,2	489,4
Ценности касс	590	585,6	737,1	-0,7	25,9
Оборудование	3200	4125,3	3433,4	28,9	-16,8
Здания и сооружения	4580	10349,1	12607,8	125,9	21,8
Грузы	5390	6071,7	6894,1	12,6	13,5
Транспортные средства	65410	73174,8	82718,3	11,9	13
Предпринимательские риски	31370	35779	50527,4	14,1	41,2
Прочие объекты страхования	18080	17140,8	22151,1	-5,2	29,2
ВСЕГО	**130650**	**151262,6**	**196092**	**15,8**	**29,6**

Источник: собственная разработка автора на основании [1], [2]

Как показал анализ, в 2015 и 2016 гг. поступления страховых премий по страхованию имущества юридических лиц растут. Снижение взносов отмечено лишь по добровольному страхованию ценностей касс и прочих объектов страхования на 0,7 % и 5,2 % соответственно в 2015 г. и страхованию оборудования на 16,8 % в 2016 г.

Относительно стабильными с постепенной положительной динамикой остаются страховые премии по страхованию грузов (+12,6 % в 2015 г., +13,5 % в 2016 г.), и страхованию транспортных средств (+11,9 % в 2015 г., +13 % в 2016 г.).

В 2014-2016 гг. наибольший рост взносов наблюдался по страхованию строительно-монтажных работ (почти в четыре раза в 2015 г. и почти в шесть раз в 2016 г.). Так же значительный прирост взносов в 2015 году наблюдается по страхованию зданий и сооружений (на 125,9 %). Меньше всего взносов поступило на страхование ценностей касс и страхование животных.

Наибольшие поступления в 2014-2016 гг. наблюдались в сферах добровольного страхования транспортных средств и предпринимательских рисков. Причем, премии по этим

видам страхования с каждым годом увеличивались. По страхованию транспортных средств – на 11,9 % в 2015 г. и на 13 % – в 2016 г.; по страхованию предпринимательских рисков на 14,1 % в 2015 г. и на 41,2 % – в 2016 г.

Количество страховых выплат в 2016 году по добровольному имущественному страхованию юридических лиц составило 62 642, в 2015 г. – 62 639, в 2014 г. – 62 039 выплат. Из этого следует, что на протяжении последних лет количество страховых выплат практически не меняется (таблица 2).

Таблица 2 – Структура страховых выплат по добровольному имущественному страхованию юридических лиц

Объекты страхования	**2014 г., тыс. руб.**	**2015 г., тыс. руб.**	**2016 г., тыс. руб.**	**Темп прироста 2015/2014, %**	**Темп прироста 2016/2015, %**
Животные	720	685,3	895	-4,8	30,6
Строительно-монтажные работы	240	302,2	1332,5	25,9	340,9
Ценности касс	20	13,4	1293	-33	Многокр.
Оборудование	680	776,7	798,7	14,2	2,8
Здания и сооружения	880	1486,8	2558,3	68,9	72,1
Грузы	730	730,8	1318,3	0,1	80,4
Транспортные средства	42600	56023,5	71105,1	31,5	26,9
Предпринимательские риски	8350	34049,4	31885	307,8	-6,4
Прочие объекты страхования	3750	5068,1	4331,8	35,1	-14,5
ВСЕГО	**57970**	**98060**	**116194,7**	**69,2**	**18,5**

Источник: собственная разработка автора на основании [1], [2]

В 2014 г. по добровольному имущественному страхованию юридических лиц произведено 62 039 выплаты, из них по страхованию транспортных средств – 45 675 выплат, по предпринимательскому риску – 9 244 выплат.

За 2014 г. выплачено по данному сегменту страхования 57970 тыс. руб., из которых 73,5 % выплат пришлось на добровольное страхование транспортных средств. Уровень выплат по добровольному имущественному страхованию юридических лиц составил 44,4 %, причем по страхованию транспортных средств – 65,1 % , по страхованию предпринимательского риска – 26,6 %.

За 2015 г. по добровольному имущественному страхованию юридических лиц выплачено 98060 тыс. руб., из которых 57,1 % выплат пришлось на добровольное страхование транспортных средств, 34,7 % – на страхование предпринимательских рисков. Уровень выплат по добровольному имущественному страхованию юридических лиц составил 64,9 %, причем по страхованию транспортных средств – 76,6 %, по страхованию предпринимательского риска – 95,2 %.

Необходимо отметить, что сумма выплат по добровольному страхованию предпринимательских рисков в 2015 году выросла более чем в 4 раза по отношению к данному показателю в 2014 г.

За 2016 год по добровольному имущественному страхованию юридических лиц выплачено 116 194,7 тыс. руб., из которых 61,6 % выплат пришлось на добровольное страхование транспортных средств, 27,6 % – на страхование предпринимательских рисков.

Уровень выплат по добровольному имущественному страхованию юридических лиц составил 58,9 %, причем по страхованию транспортных средств – 86,0 %, по страхованию предпринимательского риска – 63,1 %. Сумма выплат по добровольному страхованию ценностей касс в 2016 году выросла более чем в 96 раз по отношению к данному показателю в 2015 году.

Таким образом, проведя анализ развития страхования имущества юридических лиц в Республике Беларусь, можно сделать вывод, что данный вид страхования развивается динамично. Можно обобщить ключевые характеристики развития имущественного страхования юридических лиц на современном этапе: высокий уровень данного вида страхования в общем поступлении страховых взносов; высокий уровень концентрации как по объему страховых взносов, так и по выплатам; монополизированность данного вида страхования; ограниченное количество страховых услуг; преобладание обязательного страхования; возрастающая востребованность услуг страхования имущества у юридических лиц.

Как показало исследование, имущественное страхование предприятий и организаций имеет потенциал развития.

По нашему мнению, основной причиной невысокой востребованности страхования является низкий уровень финансовой грамотности населения. Поэтому, важным мероприятием является работа по повышению финансовой и страховой грамотности, что поспособствует снижению уровня недоверия к страхованию. Приоритетом данной работы является разъяснение основ страхования и правильности его применения для защиты имущества. В этих целях можно организовывать тематические семинары, конференции, освещать в средствах массовой информации необходимость и важность страхования.

В современном мире немаловажную роль играет развитие информационного пространства. Большое внимание уделяется развитию информационных технологий и систем во всех отраслях, в том числе и в страховании. За рубежом очень распространена практика применения продуктов технологического прогресса. Принимая во внимание развитие информационных технологий, страховым организациям следует перенять опыт страховой компании «Промтрансинвест». Она является первой страховой компанией в Республике Беларусь, предоставившей возможность купить страховку online.

Основными преимуществами интернет-страхования для клиентов являются удобство и экономия времени. Также преимуществом такого полиса является то, что он не потеряется, а всегда будет храниться в электронном виде. Online-продажи должны увеличить объем спроса, но для этого потребуются серьезные затраты на его формирование: доработку программного обеспечения, продвижение нового продукта и т.д. В краткосрочной перспективе говорить об окупаемости вложенных инвестиций не приходится – доходы от реализации online-полисов в ближайшее время вряд ли превысят затраты на его формирование. Но данную услугу можно рассматривать в качестве дополнительного имиджевого инструмента страховой организации, расширения спроса на страховые услуги.

Более того, в долгосрочной перспективе увеличение онлайн-продаж позволит существенно снизить затраты, а, следовательно, и цену страховых полисов при сохранении уровня рентабельности.

Сложности online-страхования могут возникнуть по видам, где есть множество условий, оговорок, необходимость фотографирования объекта страхования, предоставления различных документов и т.д., но это лишь часть страховых услуг.

Таким образом, предложенные меры будут способствовать развитию имущественного страхования и страхового рынка в Республике Беларусь, его интеграции в мировой финансовый рынок.

Список литературы

1. Белорусская ассоциация страховщиков [Электронный ресурс] – Режим доступа http://www.belasin.by/ – Дата доступа: 15.02.2018.

2. Страховой рынок Республики Беларусь 2015 год 2016 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belasin.by/userfiles_csr/files/%D0%91%D1%83%D0%BA%D0%BB%D0%B5%D1%82%202015-%D0%B2%20%D0%BF%D0%B5%D1%87%D0%B0%D1%82%D1%8C.pdf. – Дата доступа: 15.02.2018.

3. Страховой рынок Республики Беларусь 2016 год / Е.М. Шанина [и др.]. – Минск "ИВЦ Минфина", 2017 – 95 с.

Property insurance of enterprises and organizations market in the Republic of Belarus was analized. The main problems of development were disclosed and measures for progress of property insurance of the Republic of Belarus were suggested.

Осипович Мария Марьяновна, студентка 3 курса специальности «Финансы и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: masha_osipovich@tut.by.

Плескач Валентин Олегович, студент 2 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: o.pleskach@grsu.by.

Научный руководитель – ***Крупенко Юлия Вячеславовна***, старший преподаватель кафедры финансов и мировой экономики УО «Гродненский государственный университет им. Я.Купалы», м.э.н., Гродно, Беларусь. E-mail: Julia_kul@list.ru.

УДК 657.471.7

И. В. Полевик

АНАЛИЗ ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО ПРОДУКЦИИ НА СП ООО «ЛЕОР ПЛАСТИК»

Проанализированы расходы предприятия по экономическим элементам. Исследованы проблемы и пути снижения затрат на производство, выявлены резервы снижения себестоимости продукции.

СП «Леор Пластик» ООО является промышленным предприятием пищевой отрасли и специализируется на переработке рыбы, морепродуктов, изготовлении овощных и рыбо-овощных салатов. Данная отрасль характеризуется следующими отличительными особенностями:

- продукция предприятия является скоропортящейся, что требует ее быстрой реализации;
- необходимость особых условий производства и хранения продукта;
- имеется ярко выраженная сезонность в реализации продукции;
- социальная значимость выпускаемого продукта, связанная с особенностями наличия в готовом продукте витаминов и веществ, необходимых организму;
- сложность в подготовке и переподготовке высококвалифицированных кадров;
- сырьевая зависимость, связанная с ограниченными сроками вылова рыбы и хранения.

Совместное предприятие «Леор Пластик» ООО основано 26 января 1995 года в городе Новогрудок Гродненской области Республики Беларусь. СП «Леор Пластик» ООО является предприятием частной формы собственности с иностранным капиталом.

Продукция СП «Леор Пластик» ООО является материалоемкой. Также большой удельный вес в себестоимости продукции составляют амортизационные отчисления. Это связано с большим объемом инвестиций, вложенных в предприятие за последние несколько лет. Среди материальных активов основную долю составляет производственное оборудование. Оборудование является высокопроизводительным и обеспечивает выпуск высококачественной продукции. На предприятии за 2012-2017 годы приобретено значительное количество автомобилей различного назначения, что дает возможность своевременно и с меньшими затратами доставлять сырье и готовую продукцию. Замена оборудования влияет также на улучшение условий труда, замену ручного труда машинным, снижение трудоемкости продукции.

Приоритетными направлениями в развитии организации являются энергосбережение, улучшение качества производимой продукции, обеспечение безопасных условий труда работников, расширения рынка сбыта производимой продукции и ряд других.

В целях увеличения объема продаж постоянно проводятся дегустации продукции в крупных торговых сетях. Данная акция способствует расширению рынка сбыта, завоеванию большего количества покупателей, а также продвижению новых видов товаров, созданию у покупателей осведомленности о торговой марке. Дегустации позволяют потребителям увидеть и апробировать товар, получить ответы на вопросы относительно его потребительских свойств и условий эксплуатации, ознакомиться с рекламными проспектами и другой рекламной литературой, составить представление о статусе фирмы, завязать прямые контакты с ее представителями.

Ценовая политика предприятия строится на основании следующих факторов:

- уровень издержек производства;
- конъюнктура рынка.

С целью удержания рынков сбыта и завоевания новых, предприятие постоянно осваивает новые виды продукции.

Производственная и сбытовая стратегия предприятия заключается в многопрофильности предприятия, основная идея которой заключается, во-первых, в максимальной загрузке всех производственных мощностей и, во-вторых, в уменьшении зависимости предприятия от внешних рыночных факторов колебаний спроса и предложения.

В соответствии с Инструкцией по бухгалтерскому учету доходов и расходов, затраты представляют собой стоимость ресурсов, приобретенных и потребленных организацией в процессе осуществления деятельности, которые признаются активами организации, если от них организация предполагает получение экономических выгод в будущих периодах, или расходами отчетного периода, если от них организация не предполагает получение экономических выгод в будущих периодах [1, с.198].

От правильности определения фактической себестоимости выпущенной и реализованной продукции, оказываемых услуг, выполняемых работ, правильности проведения анализа себестоимости единицы продукции зависит достоверность информации о результатах деятельности организации, что существенно влияет на качество принимаемых управленческих решений и определение перспектив развития организации.

Целью анализа себестоимости отдельных видов продукции является возможность постоянно отслеживать изменение затрат по тому или иному виду продукции, оценивать структуру затрат по продукту, управлять каждым из них по отдельности. Такой анализ способен выявить заведомо убыточные виды продукции и отметить наиболее эффективные.

Группировка по экономическим элементам позволяет разработать смету затрат на производство, в которой определяются общая потребность предприятия в материальных ресурсах, сумма амортизации основных фондов, затраты на оплату труда и прочие денежные расходы предприятия. Эта группировка используется также для согласования плана по себестоимости с другими разделами бизнес-плана, для планирования оборотных средств и контроля их использования.

Структура затрат на производство промышленной продукции на СП «Леор Пластик» ООО показана в таблице 1. Производство на исследуемом предприятии является материалоемким, затраты сырья и основных материалов, полуфабрикатов занимают наибольший удельный вес в общей сумме затрат. И, хотя в современных условиях развития промышленного сектора, когда в промышленное производство все больше проникает автоматизация технологических процессов и растет удельный вес амортизации высокотехнологичного оборудования и зарплаты высококвалифицированных кадров, материальные затраты не сдают своих позиций, по-прежнему занимают наибольшую долю в структуре затрат (таблица).

Таблица – Анализ затрат на производство продукции (работ, услуг) СП «Леор Пластик» ООО по экономическим элементам

Экономические элементы затрат	**2017 год**		**2016 год**	
	Затраты, тыс. руб.	Структура затрат, %	Затраты, тыс. руб.	Структура затрат, %
Затраты на производство продукции (работ, услуг)	38273	100,0	31304	100,0
Материальные затраты	27824	72,7	23509	75,1
Затраты на оплату труда	5473	14,3	4539	14,5
Отчисления на социальные нужды	1914	5,0	1534	4,9
Амортизация ОС и НА	957	2,5	626	2,0
Прочие затраты	2105	5,5	1096	3,5

Источник: собственная разработка

Из приведенных в таблице 1 данных видно, что фактические затраты на производство в 2017 году увеличились на 6969 тыс. руб. или 122,3% по сравнению с 2016 годом. Такое увеличение затрат могло быть вызвано различными причинами: увеличением объема производства, повышением закупочных цен на сырье, изменением ассортимента выпускаемой продукции. Данные таблицы 1 свидетельствуют о том, что за исследуемый период наибольший удельный вес занимают материальные затраты, что говорит о материалоемком характере производства. Однако за рассматриваемый период удельный вес материальных затрат снизился на 2,4 % вследствие их рационального использования.

Рост прочих затрат на 2 % вызван изменением их структуры: увеличением доли процентов арендной платы, налогов, включаемых в себестоимость, командировочных расходов, расходов услуг банков, а также других организаций. Удельный вес затрат на оплату труда снизился на 0,2 %, а удельный вес затрат на амортизацию основных средств и нематериальных активов увеличился в 2017 году в сравнении с 2016 годом на 0,5%. Это свидетельствует о том, что на предприятии постоянно модернизируется оборудование,

обновляется парк автомобилей, наблюдается динамика снижения доли человеческого труда в производстве продукции и увеличения доли участия роботов.

В последние годы на совместном предприятии все более используется метод калькулирования себестоимости под названием директ-костинг (direct costing), широко применяемый в западной практике. Сущность его заключается в принципиально новом подходе к включению затрат в себестоимость, все производственные затраты классифицируются на постоянные и переменные. В расчете себестоимости выпущенной продукции участвуют только переменные производственные затраты. Постоянные затраты в общей сумме признаются в качестве расходов соответствующего отчетного периода. До расчета операционной прибыли формируется показатель маржинальной прибыли компании и лишь затем, уменьшая маржинальную прибыль компании на сумму постоянных затрат, формируется финансовый результат. Применение системы «директ-костинг» позволяет управленческому аппарату заострить внимание на изменении маржинального дохода как по предприятию в целом, так и по отдельным видам продукции, таким образом, делая возможным оценку прибыльности производства и продаж различных продуктов вне зависимости от общего спада или подъема объемов реализации, связанных с сезонностью продаж или другими факторами. С другой стороны, выявляя продукцию с большей рентабельностью, предприятие оптимизирует свой ассортимент.

Деление расходов на постоянные и переменные позволяет получить информацию о расходах, необходимую для принятия большого числа управленческих решений, в том числе по оптимизации производственной программы, о целесообразности принятия к исполнению определенного заказа, о приобретении или замене оборудования, производстве полуфабрикатов или заказе их на стороне, выпуске побочной продукции, по вопросам ценовой политики и др.

Выявление резервов снижения себестоимости должно опираться на комплексный технико-экономический анализ работы предприятия: изучение технического и организационного уровня производства, использование производственных мощностей и основных фондов, сырья и материалов, рабочей силы, хозяйственных связей. Решающим условием снижения себестоимости служит непрерывный технический процесс. Внедрение новой техники, комплексная механизация и автоматизация производственных процессов, совершенствование технологии, внедрение прогрессивных видов материалов позволяют значительно снизить себестоимость продукции.

Снижение себестоимости продукции обеспечивается, прежде всего, за счет повышения производительности труда. С ростом производительности труда сокращаются затраты труда в расчете на единицу продукции, а, следовательно, уменьшается и удельный вес заработной платы в структуре себестоимости. С ростом объема выпуска продукции прибыль предприятия увеличивается не только за счет снижения себестоимости, но и вследствие увеличения количества выпускаемой продукции. Таким образом, чем больше объем производства, тем, при прочих равных условиях, больше сумма получаемой предприятием прибыли.

Важнейшее значение в снижении себестоимости продукции имеет соблюдение строжайшего режима экономии на всех участках производственно- хозяйственной деятельности предприятия.

Последовательное осуществление на предприятиях режима экономии проявляется, прежде всего, в уменьшении затрат материальных ресурсов на единицу продукции, сокращении расходов по обслуживанию производства и управлению, в ликвидации потерь от брака и других непроизводственных расходов.

Материальные затраты занимают большой удельный вес в структуре себестоимости продукции, поэтому даже незначительное сбережение сырья, материалов, топлива и энергии

при производстве единицы продукции в целом по предприятию дает крупный эффект. Предприятие имеет возможность влиять на величину затрат материальных ресурсов, начиная с их заготовки. Сырье и материалы входят в себестоимость по цене их приобретения с учетом расходов на перевозку, поэтому правильный выбор поставщиков материалов влияет на себестоимость продукции. Важно обеспечить поступление материалов от таких поставщиков, которые находятся на небольшом расстоянии от предприятия, а также перевозить грузы наиболее дешевым видом транспорта. При заключении договоров на поставку материальных ресурсов необходимо заказывать такие материалы, которые по своим размерам и качеству точно соответствуют плановой спецификации на материалы, стремиться использовать более дешевые материалы, не снижая в то же время качества продукции.

Основным условием снижения затрат сырья и материалов на производство единицы продукции является улучшение рецептуры изделий и совершенствование технологии производства, использование прогрессивных видов материалов, внедрение технически обоснованных норм расходов материальных ценностей.

Сокращение затрат на обслуживание производства и управление также снижает себестоимость продукции. Размер этих затрат на единицу продукции зависит не только от объема выпуска продукции, но и от их абсолютной суммы. Чем меньше сумма цеховых и общезаводских затрат в целом по предприятию, тем при прочих равных условиях ниже себестоимость каждого изделия.

Резервы сокращения цеховых и общезаводских расходов заключаются, прежде всего, в упрощении и удешевлении аппарата управления, в экономии на управленческих расходах. В состав цеховых и общезаводских затрат в значительной степени включается также заработная плата вспомогательных и подсобных рабочих. Проведение мероприятий по механизации вспомогательных и подсобных работ приводит к сокращению численности рабочих, занятых на этих работах, а, следовательно, и к экономии цеховых и общезаводских расходов. Важнейшее значение при этом имеют автоматизация и механизация производственных процессов, сокращение удельного веса затрат ручного труда в производстве. Сокращению цеховых и общезаводских затрат способствует также экономное расходование вспомогательных материалов, используемых при эксплуатации оборудования и на другие хозяйственные нужды.

Значительные резервы снижения себестоимости заключены в сокращении потерь от брака и других непроизводительных расходов. Изучение причин брака, выявление его виновника дают возможность осуществить мероприятия по ликвидации потерь от брака, сокращению и наиболее рациональному использованию отходов производства.

Анализ позволил сделать вывод о том, что продукция СП «Леор Пластик» ООО является материалоемкой, поэтому для предприятия можно рекомендовать мероприятия по снижению материальных затрат.

Для этого необходимо:

1. оптимизировать материально-техническое снабжение и использование материальных ресурсов, что включает в себя уменьшение затрат на доставку сырья и материалов, уменьшение потерь от брака, внедрение материалосберегающих технологий, оптимизацию хранения запасов;

2. усовершенствовать технологии производства, провести изменение объема и структуры продукции, изменить номенклатуру и ассортимент производимой продукции;

3. ежемесячно пересматривать нормы потерь согласно контрольных актов проработок;

4. создать автоматизированные системы управления, комплексное использование компьютерных технологий;

5. снизить расходы на подготовку и освоение новых видов продукции и новых технологических процессов, уменьшить затраты пускового периода по вновь вводимым в

действие цехам и объектам.

Для формирования устойчивого контингента покупателей следует изыскивать резервы снижения себестоимости именно конкретных изделий, что в конечном итоге позволит выстоять в конкурентной борьбе. При большой номенклатуре выпускаемой продукции анализ следует проводить по важнейшим видам, составляющим наибольший удельный вес в общем объеме производства, а также по изделиям, являющимся убыточными.

Снижение себестоимости продукции в целом по предприятию может быть обеспечено за счет следующих факторов:

- применение новейших технологий;
- экономия сырья, топлива, электроэнергии;
- повышение производительности труда;
- снижение потерь от брака и простоев;
- улучшение использования основных производственных фондов;
- сокращение расходов по сбыту продукции;
- упорядочение затрат на аппарат управления;
- изменение структуры производственной программы в результате ассортиментных сдвигов;
- сокращение условно-постоянных расходов в результате объемов производства и реализации.

Список литературы

1. Сушко, Т.И. Бухгалтерский учет и отчетность в промышленности: учеб.пособие для студ. учреждений высш. образования по спец. «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» / Т.И. Сушко. – Минск: Выш. шк., 2013. – 526с.

The company's expenditures on economic elements are analyzed. The problems and ways to reduce production costs have been explored, and reserves for reducing the cost of production have been identified.

Полевик Ирина Викторовна, студентка 3 курса заочной формы обучения специальности «Бухгалтерский учет, анализ, аудит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: polevikira@gmail.com.

Научный руководитель – ***Авдейчик Ольга Васильевна,*** старший преподаватель кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: avdejchik_ov@grsu.by.

УДК 334.025

А. В. Пуцко

ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В данной статье проведен анализ состояния рынка электронной коммерции в Республике Беларусь, выявлены особенности и основные тенденции его развития, рассмотрены актуальные проблемы электронной коммерции: несовершенство правовой базы; наличие административных барьеров; низкий уровень использования пластиковых карт для расчётов через Интернет; риски, связанные с мошенничеством при осуществлении электронных операций.

На сегодняшний день стремительные темпы развития экономики тесно связаны с повсеместным использованием электронной коммерции как средства экономических операций. К преимуществам, которые использование электронной коммерции предоставляет как субъектам хозяйствования, так и потребителям, можно отнести высокую скорость валютно-денежных операций, наличие защиты данных, простоту и доступность в использовании для любого пользователя. При всех своих преимуществах, электронная коммерция пока ещё не получила широкого распространения в нашей стране.

Под электронной коммерцией обычно понимают бизнес-процессы, которые основаны на информационных технологиях, или деятельность в Интернете с целью получения дохода в Интернете. Однако, данный термин следует рассматривать в узком понятии как процесс удалённого приобретения физических и нефизических услуг и товаров непосредственно через телекоммуникационную сеть [13, с.12].

В юридических исследованиях термин «electronic commerce» стал использоваться лишь с середины 90-х гг., и именно с этого времени начинается его постоянное употребление [1]. Для нового явления в мировой экономике понадобилась соответствующая юридическая основа. На сегодняшний день современная мировая экономика имеет правовую основу, регулирующую рынок электронной коммерции. Основным документом, регламентирующим порядок сделок с использованием электронных платежей, является Директива 2000/46 ЕС Европейского парламента и Совета от 8 июня 2000 г. «О некоторых правовых аспектах услуг информационного общества, в том числе электронной коммерции, на внутреннем рынке» [2].

В данном документе прописаны все права и обязательства сторон, заключающих сделки посредством электронных технологий, а также указаны виды ответственности за их нарушения. Ещё одним важнейшим документом, регулирующим мировой рынок электронной коммерции, является директива ЕС «О правовых основах Сообществ для использования электронных подписей» [4]. Данная директива включает в себя определённый перечень требований к оформлению документации для заключения электронных сделок, а так же акцентирует внимание на таком моменте, как электронные подписи.

Для регулирования правовых отношений создан ряд организаций, в состав которых входит правительство и нашей страны. К ним относятся Международный телекоммуникационный союз (ITU), Европейский институт телекоммуникационных стандартов (ETSI), Международная федерация национальных стандартизирующих организаций (ISO), Международная ассоциация владельцев торговых марок (INTA), WIPO [12, с. 25].

В настоящее время в Республике Беларусь действует ряд нормативно-правовых актов, нацеленных на эффективное использование информационных технологий. Основу правового регулирования электронной торговли в Республике Беларусь составляют Закон Республики

Беларусь от 28 июля 2003 года «О торговле», Закон Республики Беларусь от 10 ноября 2008 года «Об информации, информатизации и защите информации», Закон Республики Беларусь от 28 декабря 2009 года «Об электронном документе и электронной цифровой подписи» [5], [6], [8].

Курс Республики Беларусь на построение информационного общества нашёл отражение в концепции государственной политики в области информатизации в Декрете № 8 «О развитии цифровой экономики» [7]. Целью концепции является обеспечение перехода к новому этапу развития страны – построению информационного общества. Особое внимание в Декрете № 8 уделяется Парку высоких технологий, который является основным элементом рынка электронной коммерции Республики Беларусь. Также Декрет № 8 предусматривает формирование необходимых условий для внедрения в экономику Республики Беларусь технологии реестра блоков транзакций (блокчейн). Так, цифровые знаки (токены) теперь являются объектом правоотношений, и обращение токенов будет регулироваться законодательно. Декретом установлено, кто вправе владеть токенами, особенности их владения, какие операции могут быть с ними проведены и через кого. Отмечается, что токены не подлежат декларированию. Важной новацией документа является предоставление ряда льгот и преференций участникам отношений, связанных с применением современных технологий. Декрет в значительной степени повлиял на рынок электронной коммерции, что приведёт к более эффективному его развитию.

Число участников экономических отношений, использующих в своей работе средства Internet, стремительно растёт, поскольку новые технологии предоставляют преимущества в отношении форм и способов ведения бизнеса, осуществления продаж и совершения покупок. В связи с этим, в последнее время диапазон коммерческих отношений, совершаемых по средствам сети Internet, значительно расширился, включив в сферу своей деятельности следующие направления деятельности:

- установление контакта между потенциальным заказчиком и поставщиком;
- продажу и покупку товаров и услуг через Internet;
- перечисление денежных средств по электронным сетям;
- обмен и торговля информацией в электронном виде;
- создание виртуального предприятия;
- реализацию самостоятельных бизнес-процессов, совместно осуществляемых организацией и её торговыми партнёрами [10].

Потребители, постепенно вовлекаемые в новую коммерческую среду, постепенно открывают для себя новые преимущества и возможности, которые в дальнейшем активно применяют как в ведении бизнеса, так и в обычной повседневной жизни. В первую очередь, следует отметить, что использование информационно-коммуникационных технологий предоставляет возможность значительно быстрее решать различные как маркетинговые, так и управленческие задачи. Кроме того, после внедрения систем электронной коммерции на рынках товаров и услуг начинают создаваться условия для открытой конкуренции, возможности эффективного сбыта предоставляются в равной мере как крупным организациям, так и малому и среднему бизнесу. Эти процессы, в свою очередь, приводят к увеличению поступлений средств в государственный бюджет, а также значительно ускоряют оборот денежных ресурсов. Очевидно, что для национальной экономики интенсивное развитие электронной коммерции и увеличение её объёмов несёт ряд положительных эффектов, что подтверждает актуальность деятельности по развитию данного направления.

Использование сети Internet и её возможностей является основой для существования и развития электронной коммерции. Кроме того, данная система выступает в качестве инструмента организации единого виртуального пространства, в данном случае – для осуществления коммерческих операций. Степень проникновения и число пользователей

глобальной сети – основные показатели, влияющие на уровень развития рынка электронной коммерции.

Если рассмотреть текущее положение нашей страны с точки зрения технической составляющей, то можно сделать вывод, что белорусский Интернет готов к развитию электронной коммерции, поскольку территория государства охвачена в достаточной степени, наблюдается быстрый рост числа пользователей сети и информационно-коммуникационных технологий. Это в значительной степени положительно влияет как на постоянных пользователей сети, так и на потенциальных покупателей, использующих для покупок web-технологии. По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, при численности населения 9,5 млн человек количество абонентов и пользователей сетью Интернет в стране составляет 9,46 млн. [9]. Стабильная тенденция увеличения числа пользователей сети Интернет наблюдается с 2007 г.

Таким образом, в Республике Беларусь активно развивается инфраструктурная составляющая электронной коммерции. Однако число пользователей, умеющих работать с электронной коммерцией, на сегодняшний день не высоко. В первую очередь это отражается на объёмах коммерческих трансакций, которые, к сожалению, незначительны для национальной экономики. По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, розничный товарооборот интернет- магазинов в 2014 г. составил 3 244,7 млрд бел. р., или 1,3 % общего объема товарооборота. Для сравнения: в России доля электронной торговли в общем объеме розничного товарооборота составляет около 1,9 %, Украине – 2,1 %, Польше – около 3 %, в среднем по Европе – 7-8 % [3].

Согласно статистическим данным, в последнее время наблюдается стабильная положительная динамика рынка электронной коммерции. Это подтверждают рост количества internet-пользователей и internet-магазинов, увеличение объёмов торгового оборота в сети, а также формирование институтов электронного бизнеса. Планируется, что такая тенденция электронной коммерческой деятельности сохранятся и в ближайшее время. По данным опроса, проведённого аналитическим агентством Data Insight, подавляющее большинство респондентов расценивают Internet-торговлю как положительное явление, отмечая низкие цены, широкий ассортимент и удобство сервиса [11].

Однако на сегодняшний день существует определённый перечень проблем электронной коммерческой деятельности. Наиболее часто упоминаются такие проблемы, как обеспечение безопасности электронных платежей и документооборота, низкий уровень использования пластиковых карт для расчётов через Интернет, неразвитость законодательной базы оформления электронных сделок, низкая покупательная способность подавляющего большинства населения. Несмотря на положительное отношение интернет-пользователей в Республике Беларусь к электронной торговле в целом, есть и негативные суждения, основное из них – неуверенность в качестве работы магазина, а также сомнения по поводу безопасности трансакций и хранения информации. Проанализировав текущее состояние электронной коммерции, можно сделать ряд предложений по её дальнейшему развитию:

- продолжить формирование инфраструктуры связи и телекоммуникаций, обеспечивающей информационную безопасность электронных форм взаимодействия субъектов хозяйствования между собой;
- способствовать развитию конкурентной среды на рынках телекоммуникаций и расширению доступа к телекоммуникационной инфраструктуре действующих операторов, тем самым создавать условия для снижения тарифов на подключение и использование информационно-коммуникационных технологий;
- пересмотреть и привести в соответствие действующую нормативно-правовую базу в сфере электронной коммерции, обеспечить открытость проектов законов всем заинтересованным лицам, рецензий и комментариев;

- стимулировать разработки онлайн-приложений для бизнеса, а также разработки поисковых систем, ориентированных на пользователей мобильных устройств;
- организовать мероприятия по обучению использования Интернета и информационных технологий в предпринимательской деятельности, в том числе мероприятия по использованию информационных технологий для участия организаций в электронных аукционах;
- проводить кампании по повышению уровня осведомлённости в области информационно-коммуникационных технологий среди граждан;
- содействовать развитию рынка электронных денег и популяризации электронных кошельков через информирование пользователей об альтернативе пользования наличным деньгам и как о доступном и удобном платёжном средстве.

Таким образом, электронная коммерция сегодня – весьма перспективное направление предпринимательской деятельности в Республике Беларусь. Она интенсивно развивается и все больше внедряется в повседневную жизнь. Для развития интернет-коммерции в республике существуют все необходимые составляющие: высококачественный Интернет по всей стране, невысокие цены на трафик, растущая компьютерная грамотность населения и популярность сети Internet. Развитие технологий электронной коммерции в Беларуси является необратимым и естественным процессом, одним из важных направлений повышения конкурентоспособности и выхода на новые рынки товаров и услуг.

Список литературы

1. Васильева, Н.М. Электронная коммерция как правовая категория / Н.М. Васильева. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ecommercelaw.ru/elektronnaya-kommerciya-kak-pravovaya-kategoriya.html. – Дата доступа: 21.01.2018.

2. Директива 2000/46 ЕС Европейского парламента и Совета от 8 июня 2000 г. «О некоторых правовых аспектах услуг информационного общества, в том числе электронной коммерции, на внутреннем рынке» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.eurasiancommission.org/ru. — Дата доступа: 21.01.2018.

3. Доля интернет-продаж в общем объеме розничной торговли [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.vestifinance.ru/infographics/3851. — Дата доступа: 21.01.2018.

4. Международный договор Директива от 13 декабря 1999 года № 1999/93/ЕС О правовых основах регулирования электронных подписей в Сообществе [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://docs.pravo.ru/document/view/27494268/27618141/. — Дата доступа: 21.01.2018.

5. Об информации, информатизации и защите информации: Закон Респ. Беларусь, 10 нояб. 2008 г., № 455-З // Эталон–Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://pravo.by/document/?guid=3871&p0=H10800455. — Дата доступа: 21.01.2018.

6. Об электронном документе и электронной цифровой подписи: Закон Респ. Беларусь, 28 дек. 2009 г., № 113-З // Эталон–Беларусь [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://e-gov.by/zakony- ob-elektronnom-dokumentooborote/ob-elektronnom-dokumente-i-elektronnoj-cifrovoj-podpisi. — Дата доступа: 21.01.2018.

7. О развитии цифровой экономики: Декрет президента Республики Беларусь, 21 декабря 2017 г. № 8 // Эталон–Беларусь [Электронный ресурс] —Режим доступа: http://pravo.by/document/?guid=12551&p0=Pd1700008&p1=1&p5=0/ – Дата доступа: 21.01.2018.

8. О торговле: Закон Респ. Беларусь, 28 июля 2003 г., № 231-З // Эталон–Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.pravo.by/document/?guid=3961&p0=H10300231. — Дата доступа: 21.01.2018.

9. Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://belstat.gov.by. — Дата доступа: 21.01.2018.

10. Пресс-служба Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://president.gov.by/ru/official_documents_ru/view/dekret-8-ot-21-dekabrja-2017-g-17716/. – Дата доступа: 01.03.2018.

11. Рынок интернет-торговли Беларуси. Вторая волна. Осень 2014 [Электронный ресурс]. —

Режим доступа: http://img.tyt.by/kupi/by2/ecommerce_2wave.pdf/. — Дата доступа: 21.01.2018.

12. Скиба, О. Д. Правовое регулирование электронной коммерции в международном праве / О. Д. Скиба // Молодой ученый. — 2014. — №11.1. — С. 58-62.

13. Соколова, А.Н. Электронная коммерция. Мировой и российский опыт / А. Н. Соколова, Н. И. Геращенко. – М.: Открытые системы, 2010, 318 с.

In this article, an attempt is made to analyze the state of the e-commerce market in the Republic of Belarus, the features and main trends of its development are revealed, topical problems of e-commerce are considered: imperfection of the legal framework; presence of administrative barriers; low level of use of plastic cards for payments via the Internet; risks associated with fraud in electronic transactions, etc.

Пуцко Алексей Владимирович, студент 3 курса специальности «Туризм и гостеприимство» факультета истории, коммуникации и туризма Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: putsko.98@mail.ru.

Научный руководитель – ***Грабцевич Зоя Михайловна,*** кандидат исторических наук, доцент кафедры финансов и бухгалтерского учета Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: grabcevich@grsu.by.

УДК 338.5

А. В. Савицкая

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ПРИБЫЛИ В СТРАНАХ ЕВРОПЫ

Проанализирован опыт налогообложения прибыли в европейских странах. Исследованы объекты налогообложения, ставки и льготы по налогу на прибыль и выявлены основные тенденции налогообложения прибыли в странах Европы.

Глобализация мировой экономики, интеграционные процессы создают условия для единообразного подхода к формированию налоговых систем, которые учитывают мировой теоретический и практический опыт. Анализ экономических показателей национальных налоговых систем различных государств показывает существенные различия как в базовых параметрах и ставках налогов, так и в уровне налоговой нагрузки, структуре налоговых платежей. Наиболее характерно это различие по налогу на прибыль.

Так, в Германии налог на прибыль уплачивают корпорации с прибыли, полученной ими в течение года, за вычетом затрат на получение этой прибыли. Нераспределенная прибыль облагается по более высоким ставкам, чем распределяемая. При этом стимулируется распределение прибыли корпораций. Двойное налогообложение распределенной прибыли не допускается. Фактическая ставка налога в среднем по стране составляет 30 % [1, с.48].

Прибыль компаний облагается налогами в несколько этапов:

1) на федеративном уровне взимается корпоративный налог по ставке 15% (15,825%, включая надбавку солидарности, составляющей 5,5 % от суммы налога на прибыль);

2) вдобавок к корпоративному налогу компании уплачивают налог на промышленно-торговую деятельность (коммунальный налог), который является местным налогом и взимается с полученных доходов за вычетом корпоративного налога и надбавки солидарности. Этим налогом облагаются лица, занимающиеся торговой, промышленной и другими видами деятельности. Налог состоит из двух составляющих: базовая ставка – 3,5%; налог на торговлю, назначаемый местным органом власти (от 14 % до 17 %). Малые и

средние предприятия в течение 2 лет могут списывать с налогооблагаемой базы накопления на приобретение оборудования в будущем периоде. Сумма накопления может достигать до 40% от стоимости оборудования. Если запланированная инвестиция не состоится, то увеличивается налогооблагаемая прибыль тех лет, когда происходило накопление.

Румынские предприятия уплачивают налог на прибыль по ставке 16%, однако общество с ограниченной ответственностью, доход которого не превышает € 100 000 в год, а число служащих не превышает 9 человек, вправе квалифицироваться как малое предприятие с льготным налогообложением по ставке, равной 3 % [2, с. 70]. Льготная ставка налога не распространяется на услуги банков, страхование и т.п. Налогоплательщики, владеющие ночными клубами и барами, дискотеками, казино и спортивными учреждениями, обязаны платить налог в размере 5% от дохода, полученного от такой деятельности.

В Швейцарии федеральный налог на прибыль для организаций сравнительно невысок и уплачивается по фиксированной ставке 8,5% от суммы дохода хозяйственных обществ и товариществ. Для ассоциаций, фондов и других юридических лиц, а также для инвестиционных фондов единая ставка составляет 4,25%. Холдинговая компания освобождается от уплаты всех кантональных/общинных налогов на прибыль, за исключением дохода от недвижимости в Швейцарии. Эффективная налоговая ставка, применимая к холдинговой компании, составляет 7,83%. Убытки, полученные швейцарской компанией, могут быть учтены в течение 7 лет. Кантональный налог на прибыль колеблется в зависимости от кантона и составляет от 4 % до 25 % [2, с. 69]. Налоговые льготы на срок до 10 лет могут быть предоставлены на кантональном и общинном уровнях, а в определенных регионах также на федеральном уровне для качественных инвестиционных проектов.

Для государств Центральной и Восточной Европы свойственно применение вмененного налогообложения без специальных льгот по налогу на прибыль.

Налоговая система Литвы близка к развитым странам. Общая ставка налога на прибыль предприятий – 15 % [1, с. 47]. Нулевая ставка применяется налогоплательщиками, выпускающими сельскохозяйственную продукцию, но лишь в том случае, если указанные виды деятельности налогоплательщика приносят более 50 % прибыли компании. Ставка 5 % применяется всеми налогоплательщиками, прибыль которых за налоговый период не превышает 145 000 евро, а число работников не превышает 10 человек. Вновь созданные юридические лица освобождаются от уплаты налога на прибыль в течение первого года.

Корпоративное налогообложение прибыли компаний в Болгарии в последние годы становилось все более благоприятным для бизнеса. С 40 %-ной ставки, действовавшей в 1997 г., ставка налога на прибыль достигла к настоящему времени –10 % [2, с. 69]. Освобождается от налогообложения прибыль, направленная на инвестиции, программное обеспечение, мобильную связь, в размере 50 % от фактически понесенных расходов, а также прибыль, полученная от продажи акций через болгарскую фондовую биржу. Научные исследования и разработки полностью освобождены от налогообложения.

Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод, что система налогообложения прибыли в европейских странах построена в целом по единой схеме:

а) прибыль организаций облагается как центральным правительством, так и местными органами власти;

б) объектом обложения выступает чистая прибыль, остающаяся после вычета из выручки экономически обоснованных расходов, разрешенных вычетов и налоговых льгот;

в) ставки налога устанавливаются пропорционально или с незначительной прогрессией.

Анализ рейтинга стран Европы по уровню налога на прибыль компаний показывает, что в развитых странах Европы его уровень выше, чем у более слабых экономик. Замыкают рейтинг преимущественно страны с развивающейся экономикой, в которых налоговые стимулы для компаний более важны, а также страны, в которых рост налоговой нагрузки на

прибыль может привести к существенному оттоку бизнеса в «теневой» сегмент экономики. Так, первое место по уровню налога на прибыль занимает Мальта со ставкой в 35%. На втором месте Франция (33,33%), замыкает тройку Бельгия со ставкой налога 33%. Самый низкий налог на прибыль в Молдове и Эстонии – ставка налога в этих странах 0% (таблица).

Таблица – Рейтинг стран по уровню налога на прибыль в 2017 году

Место	Страна	Ставка налога на прибыль, %
1	Мальта	35
2	Франция	33,33
3	Бельгия	33
4	Дания	32
5	Германия	30
6	Швеция	22
7	Португалия	21
8	Кипр	12,5
9	Болгария	10
10	Венгрия	9
11	Эстония	0

Источник: собственная разработка автора на основании данных [2, с. 68]

Основными тенденциями налогообложения прибыли в странах Европы являются также:

1) снижение ставок налога на прибыль (за последние годы, по статистике ЕС, средняя по странам ставка налога на прибыль снизилась с 35 до 23 %);

2) уменьшение налоговых льгот, что повышает инвестиционную привлекательность страны.

Популярными налоговыми льготами, оставшимися в странах Европы, являются:

- ускоренная амортизация (в частности, удвоенная), например, в Эстонии, Латвии;
- налоговые каникулы для новых предприятий (по налогу на прибыль) на 2 года и более - в Чехии, Польше, Эстонии, Латвии;
- ослабление ограничений по переносу убытков на будущее.

Таким образом, государства Европы снижают ставки по налогу на прибыль, возвращаются к практике предоставления точечных льгот. Наиболее часто применяются методы ускоренной амортизации, либерализации условий отнесения расходов на себестоимость, переноса убытков прошлых периодов на затраты, уменьшающие налоговую базу.

Вместе с тем, изучая зарубежный опыт налогообложения прибыли для формирования эффективного, прозрачного и выгодного всем участникам налоговых правоотношений, правового механизма порядка исчисления и уплаты налога на прибыль, следует помнить, что применять зарубежные рецепты нужно осторожно, с учетом национальных особенностей. Только так можно качественно изменить правовое регулирование отношений, возникающих при исчислении и уплате налога на прибыль.

Список литературы

1. Забайлович, И.А. Сравнительный анализ налоговых систем европейских стран и Республики Беларусь / И. А. Забайлович // Налоги Беларуси. – 2015. – № 14. – С. 45-48.

2. Пекарская, А.Ю. Реформирование подходов к налогообложению малого бизнеса в странах с переходной экономикой /А.Ю. Пекарская. // Вестник БГУ. – 2015. – № 3. – С. 66-71.

The article analyzes the experience of taxation of profits in European countries. The objects of taxation, rates and benefits for income tax have been investigated and the main trends of taxation of profits in European countries have been revealed.

Савицкая Анна Валерьевна, учащаяся 3 курса специальности «Бухгалтерский учет, анализ и контроль» учреждения образования «Молодечненский торгово-экономический колледж» Белкоопсоюза, Молодечно, Беларусь. E-mail: rud2006@tut,by .

Научный руководитель – ***Рудницкая Инесса Николаевна,*** преподаватель учреждения образования «Молодечненский торгово-экономический колледж» Белкоопсоюза, магистр экономических наук, Молодечно, Беларусь. E-mail: rudnickaya.i@mail.ru.

УДК 338.5

В. А. Савицкая, И. Ю. Янович

ОРГАНИЗАЦИЯ РАСЧЕТОВ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ КРИПТОВАЛЮТ

В статье рассмотрены сущность криптовалют и существующие в мире их виды, особое внимание уделяется платежной системе Bitcoin, использованию технологии блокчейн при расчетах и возможности их использования в Республике Беларусь

Финансовые системы многих стран в настоящее время совершенствуются и прогрессируют в сфере распространения информационных технологий и всеобщей компьютеризации, что способствует появлению новых финансовых институтов и форм взаимодействия между людьми. Развитие компьютерных технологий привело к увеличению объемов электронных платежей и к появлению криптовалют. В 2009 году впервые был использован термин «криптовалюта» и появилась платежная система Bitcoin, давшая основу для инновационного соединения криптографии и технологии блокчейн. Данная система была разработана человеком или группой лиц под псевдонимом Сатоси Накамото. Криптовалюта не имеет реального выражения типа металлических монет или бумажных банкнот, она существует исключительно в цифровом виде.

Если обратиться к Википедии, то она даёт нам следующее определение криптовалюты – «цифровые монеты, которые можно хранить в электронных кошельках и переводить между кошельками», это вид цифровой валюты [4].

В мире существует большое количество криптовалют (рисунок). Среди крупнейших по объему капитализации криптовалют являются: биткоин (Bitcoin), эфириум (Ethereum), Ethereum Classic, дэш (Dash), риппл (Ripple), лайткоин (litecoin), зи-кэш (Z-cash), даркоин, пиркоин и другие. Все криптоединицы характеризуются теми же свойствами, что и современные деньги: они универсальны, являются обменным средством, их можно накапливать и выполнять расчеты. Стоимость цифровых денег зависит от спроса и предложения (рисунок).

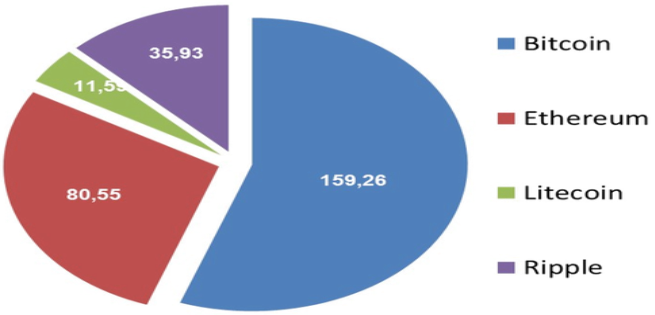


Рисунок – Капитализация криптовалют (USD мрд.) по состоянию на 25.02.2018 г.

Источник: [6]

Криптовалюта отличается от электронных денег тем, что выпускается непосредственно в интернете**.** Она вообще не связана ни с какой-либо валютой, ни с любой государственной валютной системой. Forbes (американский финансово- экономический журнал) впервые составил рейтинг бизнесменов, которые разбогатели на криптовалюте. Первую строчку занял основатель критовалютной платформы Ripple Крис Ларсен, его состояние оценивается в 7,5-8 миллиардов долларов. Второе место закрепилось за сооснователем криптовалюты Ethereum Джозефом Лавином. Его состояние оценивают от 1 до 5 миллиардов долларов. Замыкает тройку лидеров основатель криптовалютной биржи Binance Чанпэн Чжао, его состояние составляет от 1,1 до 2 миллиардов долларов. В рейтинг Forbes также попал сооснователь Ethereum Виталий Бутерин, состояние которого оценивается в 400500 млн. долл. США [10].

Братья-близнецы Кэмерон и Тайлер Винклвоссы, которых называли первыми людьми в мире, чей запас биткоинов превысил млрд. долл. США, занимают в рейтинге Forbes четвертое место. В 2011 году братья купили биткоинов на 11 миллионов долларов. Тогда криптовалюта стоила 120 долларов за «монету». Сейчас состояние братьев оценивается в 100 тысяч биткоинов, то есть больше 1,1 миллиарда долларов [8].

Самой распространенной и самой дорогой криптовалютой является биткоин, обладающей капитализацией в 159,26 млрд. долл. США. Одним из главных преимуществ этой валюты является то, что она защищена от инфляции, поскольку процедура эмиссии запрограммирована на уменьшение количества виртуальных денег в обороте. Эмиссия будет сокращаться в четко заданных рамках до 2040 года, его предел по количеству составляет 21000000. На конец февраля 2018 года один биткоин эквивалентен 10541,5 долл. США за единицу. Биткоин – это новая децентрализованная цифровая валюта, которая создается и работает только в сети Интернет. Эмиссия (майнинг) биткоинов происходит посредством работы миллионов компьютеров по всему миру, используя программу для вычисления математических алгоритмов, это математический код, электронная подпись. Единицей измерения в этой системе считаются "коины" (монеты).

Сегодня в отдельных государствах биткоины можно обменять в обменных пунктах на обычные валюты или через специальные терминалы, другими путями. С помощью биткоинов можно оплачивать товары и услуги, осуществлять переводы и совершать другие операции. Биткоин используется на финансовых рынках и в реальном секторе. Однако в международных и национальных стандартах до сих пор нет конкретных указаний по учету криптовалют.

Правительства и центральные банки различных стран выражают прямо противоположные мнения по применению этих новаций. Некоторые ученые считают

использование виртуальных денег, или криптовалют, преступлением, а другие – прогрессом. Так, Южная Корея, которая считается третьим в мире государством по объему торгов рынком криптовалют после Японии и США, запретила анонимную торговлю криптовалютами**.** В Японии биткоин является законным платёжным средством с налогом на покупку. В Германии биткоины признают в качестве расчётной денежной единицы. В Китае операции с биткоинами запрещены для банков, но разрешены для физических лиц, при этом Китай является лидером в области майнинга по причине наличия наибольших производственных мощностей (компьютеров). В Швейцарии на криптовалюты действуют такие же правила, как и на иностранные валюты, и эта страна является одной из самых благоприятных для Bitcoin- стартапов.

В России в 2017 году никаких ограничений на использование биткоинов не было. Банк России предложил идентифицировать криптовалюты в качестве цифрового товара и ввести их налогообложение. Власти рассматривают возможность легализовать в 2018 году операции с биткоинами и другой криптовалютой в рамках борьбы с незаконными денежными переводами. Министерство финансов России предложило считать криптовалюту финансовым активом, покупать и продавать биткоины должны инвесторы на бирже.

Граждане Республики Беларусь стали проявлять большой интерес к криптовалютам**.** Так, в декабре 2017 года было зарегистрировано 90 доменов, в том числе 30 доменных имен со словом coin, 22 – со словом crypto, 17 – со словом bitcoin, 9 – со словом mining, 8 – со словом token и 4 - со словом blockchain. Это больше, чем за 11 предыдущих месяцев, вместе взятых [3]**.**

В Республике Беларусь создаются одни из лучших в мире условий для развития информационных технологий, бизнесов. 21 декабря 2017 года Президент Республики Беларусь подписал Декрет №8 «О развитии цифровой экономики». Данный документ регулирует отношения, связанные с криптовалютами, майнингом, смарт-контрактами и ICO (initial coin offering – первичное размещение монет, токенов), создает юридические условия для использования технологии блокчейн на территории нашего государства.

28 марта 2018 Декрет №8 вступает в силу. Одним из серьезных нововведений является создание правовых условий для развития блокчейн-проектов и оборота криптовалют. Юридические лица вправе создавать и размещать собственные токены в Беларуси и за рубежом через резидентов Парка высоких технологий, приобретать, хранить токены в виртуальных кошельках; отчуждать токены и совершать с ними иные операции через биржи криптовалют, операторов обмена криптовалют [1].

Физические лица вправе владеть токенами и совершать с ними следующие операции: майнинг, хранение, обмен, их приобретение, отчуждение за белорусские рубли, иностранную валюту, электронные деньги, а также дарить и завещать токены.

Токен (цифровой знак) – запись в блокчейне (реестре блоков транзакций), иной распределенной информационной системе, которая удостоверяет наличие у владельца токена прав на объекты гражданских прав и (или) является криптовалютой. Хранится криптовалюта децентрализовано, распределенная по электронным криптокошелькам пользователей.

Блокчейн – это компьютерная программа, которую создать может один человек, но изменить ее можно только коллективно. Главное отличие блокчейна от других электронных платежных систем типа «Яндекс. Деньги», Qiwi, PayPal и других в том, что все это – централизованные системы, где решения принимаются сверху. В блокчейне система сможет стабильно существовать, даже если электричество отключится у половины земли - сеть будет существовать до последнего работающего компьютера. Когда включится электричество, произойдет синхронизация данных и система продолжит работу.

Сфера применения блокчейна почти безгранична: от банков и рынка недвижимости до сельского хозяйства и государственного управления. Платежи в блокчейне совершаются

быстрее, 24 часа в сутки, 7 дней в неделю. Технология позволяет совершать некоторые платежи автоматически, не тратя на них время. Например, вы пришли в кино и с вашего счета автоматически списывается сумма за билет. Так можно оплатить за коммунальные услуги или за продукты, которые вы купили в магазине. С помощью кода в блокчейне можно страховать финансовые риски, погашать долги покупателям, делать букмекерские ставки и другое. Эта технология поможет сэкономить банкам собственные средства. Испанский банк Santander подсчитал, что к 2022 году расходы финансовой индустрии за счет блокчейнов сократятся на 20 миллиардов долларов в год [7].

Майнинг – добыча цифровой валюты, подразумевает применение компьютерных мощностей для решения различных задач по формированию новых блоков криптовалютной сети. С каждым днем вычисления становятся более сложными, что повышает требования к оборудованию. В процессе майнинга вычислительные мощности оборудования, решая алгоритмы, добывают криптомонету – набор зашифрованной информации. Подтверждением наличия виртуальной валюты в сети является блокчейн, представляющий собой учетную запись. Майнинг криптовалют требует использования значительных вычислительных ресурсов и затрат электроэнергии. В связи с ростом сложности формирования блоков, теряет актуальность и майнинг виртуальной валюты: расходы на покупку оборудования и затраты на оплату электроэнергии часто не окупаются, поэтому пользуются спросом специальные компании, имеющие в распоряжении необходимые мощности. В частности, в Республике Беларусь прорабатываются вопросы возможного использования в этих целях электроэнергии, которая будет вырабатываться строящейся Белорусской АЭС [2].

Республика Беларусь стала одной из первых стран, где начато практическое применение технологии блокчейн в работе банков. На ее основе в 2017 году стали вести реестр банковских гарантий и операций с ценными бумагами на Белорусской валютно-фондовой бирже. В текущем году будут создаваться условия для внедрения в экономику страны технологии реестра блоков транзакций (блокчейн*)*, других технологий, основанных на принципах распределенности, децентрализации и безопасности совершаемых с их использованием операций. Ключевое свойство системы – распределенность. Не существует единого места, где хранятся все записи реестродержателя или банка. Реестр хранится одновременно у всех участников системы и автоматически обновляется до последней версии при каждом внесенном изменении. Каждый обладатель счета имеет доступ к информации о любой из 95 млн. транзакций, когда-либо происходивших в блокчейне. Пользователи выступают в качестве коллективного нотариуса, который подтверждает истинность информации в базе данных. Блокчейн подобен коллективному разуму, которым никто не управляет, но каждый может заглянуть в его содержимое. Главным достоинством этой компьютерной программы является децентрализованность, публичность и абсолютная прозрачность. Эта технология не дает возможности подделывать документы, изменять уже заверенную информацию или злоупотреблять служебным положением. От обмана и мошенничества защищает математический алгоритм, на котором построена технология, и все пользователи системы. Блокчейн хранит информацию обо всех проведенных транзакциях. Эти данные находятся в открытом доступе – каждый желающий может посмотреть историю при помощи специальных сервисов в интернете.

Можно сказать с уверенностью, что сегодня разрабатываются многочисленные проекты, которые можно применять в любых сферах услуг, в экономике, банковской среде, медицине. Очевидно, что эти технологии станут частью межбанковских переводов, облачных сервисов, программного обеспечения, логистических систем… Растущее использование цифровой валюты требует последовательного учета для того, чтобы увидеть результат от вложений. Без учета тяжело оценить заработок на блокчейне или криптовалюте.

Это очень волатильный рынок, взлеты здесь чередуются падениями, что требует принятия быстрых решений.

Согласно действующим в настоящее время правилам бухгалтерского учета, криптовалюты не считаются деньгами или их эквивалентом, так как не обладают ликвидностью денег или стабильной ценностью эквивалентов денежных средств. Отношение бухгалтерского сообщества к криптовалютам остается неопределенным, так как отсутствуют какие-либо официальные рекомендации, закрепленные международными стандартами финансовой отчетности.

Декретом Президента Республики Беларусь №8 от 21 декабря 2017 года определено, что для целей бухгалтерского учета возникшие (добытые) в процессе майнинга или приобретенные иным способом токены признаются активами. У юридических лиц, которые создали токены, возникают обязательства перед их владельцами. Мы считаем, что в бухгалтерском учете токены необходимо учитывать на счетах 58 «Краткосрочные финансовые вложения» и 06 «Долгосрочные финансовые вложения» с открытием отдельных субсчетов к ним. Порядок отражения операций, составления бухгалтерской и (или) финансовой отчетности у операторов криптоплатформ, операторов обмена криптовалют, других организаций, которые осуществляют деятельность с использованием токенов, будет определен Министерством финансов Республики Беларусь.

Из выступления Сергея Калечица, заместителя председателя правления Нацбанка Республики Беларусь, следует, что единственным законным платежным средством на территории Беларуси остается белорусский рубль и сфера обращения токенов будет ограниченной. Запрещается использование иностранной валюты в расчетах между резидентами Беларуси в сделках с криптовалютами, за исключением операций с операторами криптоплатформ. Декрет не предусматривает возможности совершения сделок по обмену токенов на объекты гражданских прав иные, чем белорусские рубли, иностранная валюта, электронные деньги, другие токены. Платежи юридических лиц за приобретаемые или отчуждаемые токены смогут осуществляться по сделкам, заключенным через резидентов Парка высоких технологий; платежи физических лиц – путем перечисления денег на банковские счета или электронные кошельки владельцев токенов, операторов криптоплатформ, операторов обмена криптовалют, зарубежных торговых площадок.

Операторы криптоплатформ и операторы обмена криптовалют обязаны обеспечивать наличие на счетах в банках Республики Беларусь денежных средств в размере не менее 1 млн. белорусских рублей для оператора криптоплатформы, не менее 200 тыс. белорусских рублей для оператора обмена криптовалют [1].

Считаем, что в стране должен быть постоянный контроль финансов, платежной дисциплины. Действия, связанные с учетом, укрепляют дисциплину инвестора. Это касается не только криптовалют, но и любых других инвестиционных проектов. Зная поведение криптовалют, их изначальный курс, курс неделю назад, инвестор принимает верные решения.

Блокчейн, криптовалюты – за ними, безусловно, будущее. Существуют различные мнения о судьбе и роли биткоин в жизни мирового сообщества. Кто-то сравнивает их с величайшими открытиями, кардинально изменившими жизнь человечества, кто-то видит в этом подвох. Во что на самом деле все это превратится, покажет только время.

Список литературы

1. Декрет Президент Республики Беларусь №8 «О развитии цифровой экономики» от 21.12.2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://president.gov.by/ru/official_documents_ru/view/dekret-8-ot-21-dekabrja-2017-g-17716 - Дата доступа: 16.01.2018.

2. БелАЭС предложили использовать для майнинга криптовалют [Электронный ресурс].– Режим доступа: https://42.tut.by/575038 – Дата доступа: 29.12.2017.
3. Белорусы скупают доменные имена с криптовалютами [Электронный ресурс].– Режим доступа: https://42.tut.by/575076 – Дата доступа: 29.12.2017.
4. Википедия. Криптовалюта [Электронный ресурс].– Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/ - Дата доступа: 26.12 2017.
5. В Беларуси созданы правовые условия для криптовалют [Электронный ресурс].– Режим доступа: https://42.tut.by/575534 Новости / Экономика – Дата доступа: 22.12.2017.
6. Нацбанк рассказал, как проконтролирует рынок криптовалют: это операции повышенного риска [Электронный ресурс].– Режим доступа: https://news.tut.by/economics/580897.html – Дата доступа: 13.02. 2018.
7. Первыми в мире биткоин-миллиардерами стали близнецы, которые обвиняют Цукерберга в краже идеи Facebook [Электронный ресурс].– Режим доступа: https://finance.tut.by/news571476.html – Дата доступа: 24.12.2017.

In this article the essence of cryptocurrency and the existing in the world their types are reviewed. A special attention is paid to the payment system Bitcoin; to the usage of blockchain technology for payments and the possibilities of their usage in the Republic of Belarus.

Савицкая Виолетта Александровна, учащаяся 2 курса специальности "Бухгалтерский учет, анализ и контроль» УО "Ошмянский государственный аграрно- экономический колледж", Ошмяны, Беларусь. E-mail: oaek@tut.by.
Янович Ирина Юльяновна, учащаяся 2 курса специальности "Бухгалтерский учет, анализ и контроль» УО "Ошмянский государственный аграрно- экономический колледж", Ошмяны, Беларусь. E-mail: oaek@tut.by.
Научный руководитель – ***Гринкевич Алла Викторовна,*** преподаватель УО "Ошмянский государственный аграрно-экономический колледж", Ошмяны, Беларусь. E-mail: grinkevich_av@mail.ru.

УДК 336.5

В. В. Сакович

МОДЕЛЬ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ НЕПРОГРАММНЫХ РАСХОДОВ

В статье раскрыта специфика программных и непрограммных государственных расходов, оказывающая влияние на методологию оценки их эффективности. Определена цель оценки эффективности непрограммных расходов. Предложена модель оценки эффективности непрограммных расходов, удовлетворяющая выявленной в ходе исследования необходимости детализации такой оценки. Оценивать эффективность непрограммных расходов предложено в разрезе обособленной и в то же время взаимосвязанной совокупности субъектов, объектов и критериев оценки. Определен и обоснован состав указанных элементов модели.

В силу объективных причин, государственные расходы существуют в программном и непрограммным виде. Соответственно, для каждого вида расходов предпочтительна особая методика и модель оценки эффективности.

Программные расходы представляют собой совокупность ресурсов, выделяемых на реализацию определенной цели через набор мероприятий. Поэтому, оценить программные расходы проще. Степень достижения цели уже говорит об эффективности затрат государственных ресурсов. При этом доступна информация, позволяющая сопоставить

расходы и результаты, плановые показатели результатов и расходов с фактическими. На этом и строится оценка эффективности программных расходов.

Непрограммные расходы, к этому виду мы относим расходы, не включенные в программу, либо расходы, связь которых с программой явно не прослеживается, должны оцениваться по индивидуальной модели. На наш взгляд, специфика непрограммных расходов, оказывающая влияние на модель и методику их оценки, а также характер этого влияния, выражается в следующем:

1) непрограммные расходы, как и программные, приводят к возникновению конечного эффекта, но при этом не имеют промежуточных результатов так как утверждаются на 1 финансовый год;

2) показатели оценки эффективности непрограммных расходов позволяют оценить результаты деятельности учреждения, в то время как программные – органов управления;

3) оценка эффективности непрограммных расходов не детализируется в разрезе задач, а имеет общий вид. При оценке программных расходов отдельно оценивается эффективность подпрограмм;

4) получателями бюджетных средств по непрограммным расходам являются бюджетные учреждения, а по программным – распорядителя бюджетных средств, что определяет уровень ответственности за достижение конечных результатов, а, значит, и субъектов оценки;

5) объем непрограммных расходов определяется бюджетной сметой, а программных – программой. Оперативно-производственные показатели сметы не включают показателеи оценки эффективности государственных расходов. В этой связи, оценка эффективности непрограммных расходов требует предварительной разработки системы соответствующих показателей;

6) в силу своей специфики непрограммные расходы не вовлекаются в совместные проекты (госпрограммы), в результате чего прослеживается четкая связь объема ресурсов, находящихся в распоряжении конкретного получателя бюджетных средств, и достигнутых им результатов. Субъект, которому выделяются ресурсы из государственного бюджета, несет полную ответственность за их целевое и эффективное использование. Следовательно, проведение оценки эффективности расходования средств бюджетополучателя определённого уровня государственного управления может быть наиболее адресной и способной выявить слабые стороны процесса расходования средств и рекомендации по их устранению;

7) непрограммные расходы могут иметь в своем составе так называемые «прочие расходы», предусмотренные бюджетной классификацией, но не увязанные с результатами деятельности. Поэтому, для нивелирования их влияния на конечные результаты деятельности бюджетополучателя при проведении оценки эффективности целесообразно выделить их из состава расходов на бюджетные услуги.

Эффективность непрограммных расходов многогранна. Они приводят к возникновению конечного эффекта, при этом могут не иметь промежуточных результатов (т.е. результаты не могут быть однозначно определены). Эффективность таких расходов может быть выражена в эффективности государственных услуг (которая выражается через их доступность, качество, экономичность), а также в эффективности управления ресурсами (трудовыми, денежными и др.) государства. Таким образом, эффективность непрограммных расходов является составным (сложным) показателем, а ее оценка формируется как совокупность оценок компонентов непрограммных расходов, возникающих у отдельного субъекта бюджетного процесса.

Среди отраженных в исследованиях зарубежных авторов моделей оценки эффективности особого внимания заслуживает идея построения модели, предложенная

Мефодьевой Ю.В. По мнению Мефодьевой Ю.В., оценка эффективности может быть представлена в графическом виде как куб, состоящий из маленьких кубов, отражающих отдельные оценки объектов и субъектов оцениваемого явления. Эти частные оценки являются составными элементами общей оценки [1, с. 1-4]. Такой подход наилучшим образом удовлетворяет выявленную потребность в детализации оценки эффективности непрограммных расходов.

Цель оценки эффективности непрограммных расходов заключается в определении степени влияния расходных мероприятий, не отраженных в программах, на достижение общественного эффекта, а также повышение индивидуальной ответственности субъектов, оказывающих влияние на его достижение.

Как уже было сказано, модель предполагает выделение субъектов, подлежащих оценке эффективности расходования бюджетных средств. Опираясь на особенности организации бюджетных отношений в Республике Беларусь, в качестве субъектов модели выделены «Получатель бюджетных средств», «Распорядитель бюджетных средств», «Орган исполнительной власти республиканского или местного уровня».

При определении объектов оценки эффективности непрограммных расходов необходимо учитывать, что выбранная форма расходов должна быть связана с деятельностью конкретного субъекта, ее результативность иметь четкую зависимость от усилий исполнителей, а влияние внешних факторов при оценке необходимо минимизировать. При этом объект оценки должен отражать и исчерпывать направление деятельности субъекта.

Так, одним из направлений деятельности субъектов бюджетного процесса является предоставление государственных услуг, невозможных для осуществления частным сектором, направленных также на выполнение государственных гарантий. Оценить эффективность расходов на государственные услуги можно с помощью показателей, отражающих их качество, доступность, экономичность. При этом целесообразно выделить из состава расходов на бюджетные услуги ассигнования, не увязанные с результатом.

Также к непрограммным расходам можно отнести бюджетные выплаты, приводящие к формированию конечного эффекта, образующие текущие результаты, но не обладающие экономичностью, так как расходы на их осуществление представлены непосредственно самой суммой выплат и некоторыми административными расходами.

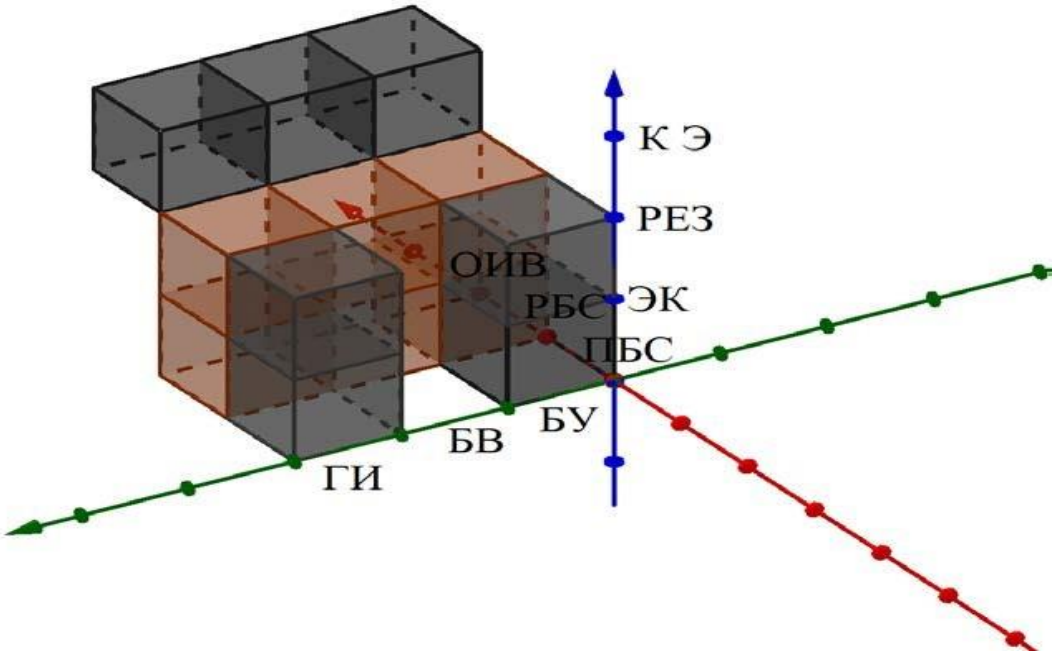
В качестве объекта оценки также предлагается определить государственные инвестиции. Под государственными инвестициями мы понимаем вложения по созданию активов, а также вложения, предполагающие получение дополнительных выгод в будущих периодах. Расходы, как программного вида, так и непрограммного, могут быть определены как инвестиции. Так, например, государственные расходы в виде субсидий, льгот, направленные на развитие определенной сферы экономики, предполагают увеличение валового продукта страны, что означает расширение налогооблагаемой базы, а, значит, и увеличение государственных доходов.

На современном этапе сущность эффективности государственных расходов достаточно обширно изучена зарубежными и отечественными авторами, однако единого подхода к этому вопросу не сложилось. Основываясь на изученные мнения, мы предполагаем, что эффективность государственных расходов должна отражать их характеристику с точки зрения степени удовлетворения действительных потребностей общества, что выражается в конечном эффекте, вклада конкретных действий государственных органов в достижение эффекта посредством расходов, что выражается в промежуточных результатах, и, соответственно, экономии при расходовании средств [3,4,5]. Поэтому, оценку эффективности государственных расходов предлагаем разбить на оценку экономичности, результативности и степени достижения конечного эффекта.

В силу объективных причин некоторые элементы оценки не могут быть осуществлены, что имеет отражение на графическом представлении модели, Так, например, невозможна оценка экономичности бюджетных выплат, что было ранее доказано. Также данный объект не подлежит оценке на уровне получателя бюджетных средств, так как в Республике Беларусь данный субъект не осуществляет такую форму расходов.

В модель также заложена идея о распределении ответственности за достижение результатов. Поэтому, предлагается проводить оценку степени достижения конечного эффекта лишь на уровне высшего органа исполнительной власти, так как построение бюджетной политики находится в его непосредственной компетенции. Орган исполнительной власти определяет желаемый конечный эффект и доводит его до распорядителей бюджетных средств, которые, в свою очередь, ответственны за достижение непосредственных результатов, стимулирующих социальный эффект.

Модель оценки эффективности непрограммных расходов, применение которой возможно в рамках современной специфики бюджетного устройства Республики Беларусь, представлена на рисунке.



Используемые обозначения:

ЭК – экономичность РЕЗ – результативность К Э – достижение конечного эффекта	БУ – бюджетная услуга БВ –бюджетная выплата ГИ-государственная инвестиция	ПБС – получатель бюджетных средств РБС – распорядитель бюджетных средств ОИВ – высший орган исполнительной власти

Рисунок – Модель оценки эффективности непрограммных расходов государственного бюджета Республики Беларусь

Источник: собственная разработка автора на основе [1]

Таким образом, представленная модель оценки эффективности государственных непрограммных расходов, позволяет:

- с помощью метода индукции осуществить всестороннюю оценку эффективности, уделив внимание отдельным ее критериям (элементам);
- учесть вклад в достижение конечного эффекта каждого исполнителя, что конкретизирует и повышает их ответственность;
- в разрезе объектов планирования (форм расходов) учесть их индивидуальные особенности при выборе показателей оценки;
- опредеоить суть оценки расходов в целом, включая при этом оценку правильности решений в бюджетной сфере, оценку деятельности учреждений, в том числе тех, для кого невозможно установить показатели результативности.

Список литературы

1. Мефодьева, Ю. В. Формирование системы оценки эффективности и результативности государственных расходов / Ю. В. Мефодьева // Государственное управление. Электронный вестник. – 2011. – № 29. – С. 1–6.

2. Бюджетный кодекс Республики Беларусь, 16 июля 2008 г. № 412-З : принят Палатой представителей 17 июня 2008 г. : одобр. Советом Респ. 28 июня 2008 г.: в ред. Закона Респ. Беларусь от 31.12.2014 г. //[Электронный ресурс]: - ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.

3. Сивашева, Н. М. Пути повышения эффективности расходов государственного бюджета : автореф. дис. … канд. экон. наук : 08.00.05, 08.00.10 / Н. В. Сивашева ; Моск. гос. унив. им. М.В. Ломоносова. – Москва,2005. – 25 с.

4. Гомова, Н. Н. Анализ подходов к оценке эффективности бюджетных расходов [Электронный ресурс] / Н.Н. Громова // Управление экономическими системами: электроннный научный журнал. – 2012. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-podhodov-k-otsenke-effektivnosti-byudzhetnyh-rashodov. – Дата доступа:26.02.2018.

5. Саунин, А. Н. Эффективность бюджетных расходов: содержание понятия и методы определения / А.Н. Саунин // Государсртвенный аудит. – 2010. – № 2. – С. 17-23.

6. Афанасьев, М. П. Инструментарий эффективности оценки бюджетных программ [Электронный ресурс] / М.П. Афанасьем, Н.Н. Шаш // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2013. - №3. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/instrumentariy-otsenki-effektivnosti-gosudarstvennyh-programm. – Дата доступа: 26.02.2018.

The article reveals the specifics of program and non-program government expenditures, which influences the methodology of assessing their effectiveness. It has been determined the purpose of the evaluation of the effectiveness of non-program expenditures. It is proposed a model of estimating the effectiveness of non-program expenditures, which satisfies the nessity of detailed elaboration of such evaluation, revealed during the research. It is proposed to estimate the effectiveness of non-program expenditures in the context of a separate and at the same time interrelated set of subjects, objects and evaluation criteria. It is determined and justified the composition of these elements of the model.

Сакович Виктория Владимировна – аспирант кафедры налогов и налогообложения УО «Белорусский государственный экономический университет», Минск,Беларусь. E-mail: sakovich.viktoria@gmail.com.

Научный руководитель – ***Сорокина Тамара Владимировна,*** профессор кафедры налогов и налогообложения УО «Белорусский государственный экономический университет», Минск, Беларусь. E-mail: sorokina_tv@tut.by

УДК 504.03

И. Г. Сачивко

АКТУАЛЬНЫЕ ЗАДАЧИ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ДЛЯ ПЕРЕХОДА К «ЗЕЛЕНОЙ» ЭКОНОМИКЕ

В статье рассматривается суть концепции «зеленой» экономики, а также приведены основные направления реформирования бюджетно-налоговой системы нашей страны с учетом особенностей зарубежного опыта при переходе к «зеленой» экономике.

Разнообразные кризисы последнего времени показывают неустойчивость сложившейся в мире модели развития. Важный недостаток этой модели – абсолютизация экономического роста в ущерб решению социальных и экологических проблем. Человечество пытается найти новые пути развития. Состоявшаяся в июне 2012 года в Рио-де-Жанейро крупнейшая в XXI веке Конференция ООН по устойчивому развитию («Рио+20») фактически подвела итоги двадцатилетия попыток человечества изменить традиционный тип развития на модель устойчивого развития. В докладах и документах структур ООН накануне проведения и в ходе конференции «Рио+20» отмечалось, что основой перехода к устойчивому развитию является формирование «зеленой» экономики. Переход к «зеленой» экономике в разных странах будет происходить по-разному, поскольку он зависит от специфики природного, человеческого, физического (искусственного) и институционального капиталов каждой страны, уровня ее развития и социально-экономических приоритетов, экологической культуры общества. По определению ЮНЕП, «зеленой» является такая экономика, которая приводит к повышению благосостояния людей и укреплению социальной справедливости при одновременном существенном снижении рисков для окружающей среды и дефицита экологических ресурсов [1]. Необходимо обратить внимание на взаимосвязь «зеленой» экономики с устойчивым развитием. Как отмечено в [1], концепция «зеленой» экономики не заменяет собой концепцию устойчивого развития, однако сейчас все более распространено признание того, что достижение устойчивости почти полностью зависит от создания правильной экономики. За десятилетия, когда новые богатства создавались с использованием модели «коричневой» экономики, общество не решило таких проблем, как социальная маргинализация и истощение ресурсов, и человечество по-прежнему далеко от достижения Целей Развития Тысячелетия. «Устойчивость остается важнейшей долгосрочной целью, но для ее достижения мы должны сделать нашу экономику «зеленой» [1].

Более узко «зеленую» экономику трактуют как разработку, производство и эксплуатацию технологий и оборудования для контроля и уменьшения выбросов загрязняющих веществ и парниковых газов, мониторинга и прогнозирования климатических изменений, а также технологий энерго- и ресурсосбережения и возобновляемой энергетики. Иными словами, к «зеленой» экономике относят те виды и результаты хозяйственной деятельности, которые наряду с модернизацией и повышением эффективности производства способствуют улучшению качества жизни и среды проживания. При этом официальные документы разных государств содержат различные акценты: у развитых стран на первом месте – конкуренция, рабочие места, у развивающихся – устойчивое развитие, решение проблем бедности, вопросы справедливости и участия граждан, у группы БРИКС – эффективность использования ресурсов [2].

«Зеленая» экономика может также рассматриваться как система принципов, целей и мероприятий. Как правило, в число основных принципов «зеленой» экономики включают следующие:

• равенство и справедливость как в пределах одного поколения, так и между поколениями;

• соответствие принципам устойчивого развития;

• применение принципа предосторожности в отношении потенциальных воздействий на общество и окружающую среду;

• адекватный учет природного и социального капитала, например, посредством интернализации внешних социальных и экологических эффектов, «зеленого» учета, учета затрат на протяжении всего жизненного цикла, а также улучшения управления с участием заинтересованных сторон;

• устойчивое и эффективное использование ресурсов, потребление и производство;

• вклад в достижение существующих макроэкономических целей за счет создания «зеленых» рабочих мест, искоренения бедности, повышения конкурентоспособности и обеспечения роста в основных отраслях экономики.

Эффективным экономическим инструментом обеспечения рационального природопользования и охраны окружающей среды, а также инструментом реализации принципов «зеленой» экономики во многих странах мира является налоговая политика, которая реализуется посредством учета экологического фактора в общей системе налогообложения. Основной идеей применения налоговых инструментов является попытка установления зависимости между суммами отчислений предприятий в бюджеты и степенью вреда, который эти предприятия наносят окружающей природной среде. Экологические платежи по своей сути относятся к фискальным инструментам, так как считается, что они направляются в первую очередь на увеличение дохода бюджетов. Но, важно отметить, что налоги выполняют и стимулирующую функцию, основная цель которой состоит в изменении поведения хозяйствующих субъектов, наносящего ущерб окружающей среде. Данные инструменты должны применяться в виде платежей с целью дальнейшего использования доходов для поощрения изменения поведения через субсидирование природоохранных инвестиций. Таким образом, налоги будут играть и природоохранную, и компенсационную роль. Применение этих инструментов может быть стимулом к уменьшению выбросов и одновременно обеспечит компенсацию экологического и экономического ущерба. Именно в этом состоит их уникальность как инструмента снижения нагрузки на окружающую среду, а значит, станет одним из направлений развития «зеленой» экономики. Для более полного учета всех видов деятельности и продукции, отрицательно влияющих на состояние окружающей среды, в законодательстве любого государства должно быть предусмотрено четыре типа экологического налога:

1) налог на производство неэкологичной продукции или на использование неэкологичных ресурсо- и энергоемких технологий. Предприятия, использующие экологически «чистые» технологические процессы, наоборот, могут получить определенные льготы. Таким образом, неэкологичные виды продукции будут иметь более высокую цену, чем экологически безопасные. Именно на основании такой меры в 80-е– 90-е гг. прошлого столетия с европейских рынков был вытеснен этилированный бензин;

2) налог на потребление продукции, отрицательно влияющей на состояние окружающей среды. Сюда относятся, например, автотранспортные средства, топливо, удобрения и т.д.;

3) налог на ввоз в страну экологически вредных товаров, что позволит оградить внутренний рынок от импорта физически и морально устаревшей продукции;

4) «залоговая стоимость», когда в цену товаров включаются расходы на вторичную переработку изделия после его использования. Это позволит избежать загрязнения окружающей среды отходами потребления, поскольку залог больше расходов на захоронение отходов. Благодаря этому налогу, в ряде государств выгодно перерабатывать вторсырье

(пластиковые бутылки, шины и др.). При этом, сам потребитель такой продукции, сдавая отходы в специальные пункты приема, получает залоговую стоимость обратно.

Экологические налоги получили широкое применение во многих странах мира. Так, например, доходы стран Евросоюза от экологических налогов в 2016 году составили 364,4 млрд евро. Латвия лидирует по доле этих поступлений в бюджет. Для сравнения, в 2006 году доходы от этих налогов принесли в бюджет стран ЕС 296,5 млрд евро (не будем забывать, что 12 лет в союз входило меньшее количество государств). Доля экологических налогов в общих налогах и социальных взносах в разных странах существенно отличается. Так, в Латвии экологические налоги составляют 11,7 % от всех налоговых поступлений, в Словении – 10,6 %, Греции – 9,8 %, Болгарии – 9,6 %, Хорватии – 9,3 %, Румынии 9 %. Значительно меньшую долю в бюджете занимают экологические налоги в Люксембурге (4,6 %), Германии (4,8 %), Франции (4,9 %), Бельгии (5 %) и Швеции (5,1 %). В среднем, в ЕС этот показатель равен 6,3 % [6].

Экологические налоги в зарубежных странах выполняют обе основные функции: стимулирующую и фискальную, т.е. дают сигнал для проведения природоохранной политики, а также наполняют доходы бюджета. Отличительной особенностью европейских стран является достаточное количество экологических налогов, являющихся нейтральными для пополнения бюджета, так как при их введении произошло соответствующее снижение отчислений в социальные фонды и произведены корректировки в подоходном налогообложении.

Налоги нередко хорошо стимулируют снижение выбросов, более эффективное использование природных ресурсов и инновации. Экологические налоги можно разделить на две большие категории: налоги по принципу «платит загрязнитель», которые взимаются с производителя или потребителя по месту загрязнения, и налоги по принципу «платит пользователь» – налоги на добычу или использование природных ресурсов. Например, Сингапур, где в 1980-е годы была введена первая в мире система платных дорог, сегодня входит в число лидеров в применении инструментов ценообразования для решения проблем утилизации отходов и дефицита воды. Оказалось, что введение платы за загрязнение также стимулирует инновации и использование новых технологий. Например, в Швеции введение налога на выбросы оксидов азота привело к значительному расширению применения существующей технологии снижения выбросов – до введения налога ее использовали 7 % компаний, а на следующий год после введения – уже 62 %. Экологические налоги вводятся для того, чтобы за загрязнение окружающей среды и использование дефицитных природных ресурсов нужно было платить, и, в то же время, чтобы стимулировать создание новых рабочих мест путем снижения затрат на оплату труда в виде налогов и отчислений на социальное страхование. Международная организация труда провела исследование влияния экологического налога на мировой рынок труда. Было установлено, что введение платы за выбросы углерода и использование полученных средств на снижение затрат на оплату труда путем уменьшения отчислений на социальное страхование, могло бы привести в течение пятилетнего периода к созданию 14,3 млн. новых рабочих мест, что эквивалентно увеличению мирового уровня занятости на 0,5 %.

В 1999 году правительство Германии приступило к постепенному поэтапному повышению налогов на моторное топливо, электроэнергию, нефть и газ, которое должно было завершиться в 2003 году. Полученные средства были использованы непосредственно на сокращение незарплатной составляющей затрат на оплату труда путем снижения взноса социального партнера в пенсионный фонд. Анализ результатов, проведенный Германским институтом экономических исследований, показал, что если бы этот умеренный экологический налог не был введен, взнос в пенсионный фонд был бы выше на 1,7 %. По оценкам, снижение незарплатной составляющей затрат на оплату труда привело к созданию

дополнительно 250 000 рабочих мест в пересчете на полную занятость и снизило выбросы CO_2 на 3 % в 2010 году [1].

Свою историю экологическое налогообложение и платность природопользования в нашей стране начинают, по сути, с принятия Закона Республики Беларусь от 23.12.1991 № 1335-XII «О налоге за использование природных ресурсов (экологический налог)». В данном законе понятия "налог за использование природных ресурсов" и "экологический налог" рассматривались как синонимы. Законом Республики Беларусь «О платежах за землю», принятым 18.12.1991 г., был введен налог на землю с целью экономического стимулирования рационального использования земельных ресурсов, их охраны, повышения качества, финансирования землеустройства, обеспечения социального развития территорий. Несколько позже, в 1993 г. Законом Республики Беларусь «Об отходах производства и потребления» (в дальнейшем – «Об обращении с отходами») введены платежи (по своей сути – налог) за размещение отходов в санкционированных местах с дифференциацией в зависимости от класса опасности, а также промышленных радиоактивных отходов на специальных полигонах [3, с. 45-46].

Начиная с 1 января 2010 г., вопросы исчисления и уплаты экологического налога в Республике Беларусь регулируются основным законодательным актом – Налоговым кодексом Республики Беларусь (далее – НК РБ). Все положения, касающиеся экологического налога, прописаны в 19 главе Особенной части НК РБ. Так, первоначальный экологический налог разбит на 2 самостоятельных налога:

– экологический налог, в состав которого входят платежи за загрязнение окружающей среды (регулируется гл. 19 НК РБ). Объектами налогообложения экологическим налогом признаются: выбросы загрязняющих веществ в атмосферный воздух, указанные в разрешениях на выбросы загрязняющих веществ в атмосферный воздух или комплексных природоохранных разрешениях; сброс сточных вод; хранение, захоронение отходов производства;

– налог за добычу (изъятие) природных ресурсов. Объектом налогообложения признается добыча (изъятие) следующих природных ресурсов: песка формовочного, стекольного, строительного; песчано-гравийной смеси; камня строительного, облицовочного; воды (поверхностной и подземной); минеральной воды, полиметаллического водного концентрата, минерализованной воды, добываемой для поддержания пластового давления при добыче нефти; грунта для земляных сооружений; глины, супесей, суглинка и трепелов; бентонитовых глин и др. (регулируется гл. 20 НК РБ).

Приверженность нашей страны принципам «зеленой экономики» закреплена в общегосударственных программных документах, включая Национальную стратегию устойчивого социально-экономического развития до 2030 года, а также Национальный план действий по развитию «зеленой» экономики в Республике Беларусь до 2020 года (далее – НПД). В связи с этим, особую актуальность представляет реализация данных принципов в целях совершенствования налоговой системы с использованием эффективного опыта стран Евросоюза.

Бюджетно-налоговая политика, являясь одним из важнейших инструментов формирования институциональной среды и создания стимулов для развития «зеленой» экономики, обеспечивает не только создание благоприятных условий для отдельных «зеленых» отраслей, но и способствует экологизации производства и потребления в целом. Реструктуризация действующей налоговой системы Республики Беларусь необходима для того, чтобы обеспечить повышение в налоговых поступлениях доли экологического налога, налога за добычу (изъятие) природных ресурсов (в целях усиления их стимулирующей функции) и одновременно – снижение налогов, которые связаны с производством или

выплатой заработной платы. Поэтому, в контексте обязательств Беларуси по переходу к «зеленой» экономике вопрос о «зеленой» налоговой реформе должен стоять на повестке дня.

Учитывая содержание бюджетно-налоговой политики, можно выделить три показателя, предусмотренные НПД и определяющие уровень ее «озеленения». К ним относятся: «Доля зеленых налогов в общей сумме налоговых поступлений», «Доля расходов государственного бюджета на охрану окружающей среды», «Уровень субсидирования жилищно-коммунальных услуг». «Зелеными» представляются: экологический налог, налог на добычу (изъятие) природных ресурсов, акциз на топливо, налоги, связанные с покупкой и использованием автомобильного транспорта, а также, в известной степени, – земельный налог. Доля таких «зеленых» налогов в Республике Беларусь по отчетным данным Министерства финансов страны за 2014-2016 гг. составляет 6-7 % от суммы общих налоговых поступлений [4]. Доля экологического налога (включая налог на добычу (изъятие) природных ресурсов) составила 2,8 % от всех налоговых поступлений в бюджет страны в 2016 году [5, с. 9].

При совершенствовании экологического налогообложения в Республике Беларусь целесообразно учитывать мировой опыт. Анализ зарубежного опыта экологического налогообложения позволяет сформулировать основные направления совершенствования экологического налогообложения и в нашей стране. Для достижения целей перехода к

«зеленой» экономике трансформация экологического налогообложения должна сопровождаться: снижением других налогов (например, налога на прибыль, отчислений на социальное страхование и в пенсионный фонд); постепенным ростом налоговых ставок, чтобы дать возможность предприятиям улучшить свои экологические показатели; понижением ставок налога на определенный период времени для энергоемких предприятий; введением налоговых льгот и преференций на разработку экологически чистых технологий; льготным налогообложением доходов, полученных от переработки отходов; субсидированием энергосберегающих мер.

Список литературы

1. Навстречу «зеленой» экономике: пути к устойчивому развитию и искоренению бедности – обобщающий доклад для представителей властных структур [Электронный ресурс] / ЮНЕП, 2011. – Режим доступа: www.unep.org/greeneconomy. – Дата доступа: 02.02.2018.

2. Порфирьев, Б.Н. «Зеленая» экономика: реалии, перспективы и пределы роста: (рабочие материалы Карнеги) / Б.Н. Порфирьев – Москва: Московский центр Карнеги, 2013. – 31 с.

3. Шимова, О.С. Основы экологии и экономика природопользования: учебник / О.С. Шимова, Н.К. Соколовский. – 3-е изд., перераб. и доп. – Минск : БГЭУ, 2010. – 454 с.

4. Охрана окружающей среды в Республике Беларусь 2016: стат. сб. – Минск: Национальный статистический комитет Респ. Беларусь, 2016. – 250 с.

5. Итоговые данные по учету налогов (сборов), пошлин за 2016 год [Электронный ресурс] / Мин-во по налогам и сборам Респ. Беларусь, 2016. – Режим доступа: http://www.nalog.gov.by/uploads/documents/Informatsionnyj-spravochnik-za-2016-god.pdf. – Дата доступа: 02.02.2018.

6. Европейская статистика [Электронный ресурс] / European Commission – Режим доступа: http://ec.europa.eu/eurostat. – Дата доступа: 02.02.2018.

In the article I consider the essence of the concept of the "green" economy, and also the main directions of reforming the fiscal and tax system of our country, taking into account the peculiarities of foreign experience in the transition to the "green" economy.

Сачивко Ирина Григорьевна, аспирант кафедры экономики природопользования Белорусского государственного экономического университета, Минск, Беларусь. E-mail: IrinaSachivko@yandex.ru.

Научный руководитель – ***Шимова Ольга Сергеевна,*** доктор экономических наук, профессор кафедры экономики природопользования факультета экономики и менеджмента Белорусского государственного экономического университета, Минск, Беларусь. E-mail: shimova_olga@mail.ru.

УДК 336.74

А. Ю. Северин

ОБЗОР ДЕНЕЖНОЙ МАССЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Произведен анализ структуры и динамики безналичной эмиссии в Республике Беларусь, рассмотрены перспективы безналичной эмиссии в банковской системе. Проанализированы показатели широкой денежной массы, а также темпы прироста агрегатов денежной массы по отношению к щирокой денежной массе.

Важнейшим направлением в анализе денежной массы является изучение изменения ее совокупного объема и отдельных ее агрегатов. Показатели денежной массы характеризуют структуру совокупного денежного оборота, динамику его отдельных компонентов, объем кредитования.

Денежная масса является структурированной и состоит из нескольких денежных агрегатов. Денежные агрегаты – группировка банковских счетов по степени быстроты превращения средств на этих счетах в наличные деньги. Чем быстрее средства на счетах можно перевести в денежную форму, тем более ликвидным считается агрегат. Абсолютно ликвидными являются наличные деньги – это деньги вне банков или на руках у населения (М0). Система агрегатов денежной массы представляет собой «матрешку», в которой каждый предыдущий агрегат «вставлен» в каждый последующий. Структура денежной массы состоит из трех частей:

– активная часть, в которую включают деньги, обслуживающие реальный оборот товаров и услуг в хозяйстве;

– пассивная часть, включающая в себя денежные средства, находящиеся на текущих банковских счетах;

– «квазиденьги» – другие денежные активы.

Для оценки платежеспособного спроса выделяют активную денежную массу. Рублевая активная денежная масса включает наличные деньги в обращении и депозиты до востребования в национальной валюте, то есть равна по величине агрегату М1. Широкая активная денежная масса, наряду с агрегатом М1, содержит депозиты до востребования в иностранной валюте (в рублевом эквиваленте). Именно общая денежная масса М3 образует денежное предложение, на которое влияет Национальный банк различными методами монетарной политики.

Рассмотрим динамику показателей широкой денежной массы, в период с 01.01.2014 по 01.01.2018гг. (таблица 1).

Таблица 1 – Показатели широкой денежной массы, млн. руб.

Показатели	01.01. 2014	01.01. 2015	01.01. 2016	01.01. 2017	01.01. 2018	Темпы прироста за 2014-2018 гг., %
1.Наличные деньги в обороте – М0	1230,2	1392,4	1423,6	1790,6	2346,6	90,75%
2.Переводные депозиты	2479,7	2784,1	2849,7	3533,9	4956,4	99,88
2.1 Физ. лиц	1015,7	1237,8	1406,0	1569,4	2190,0	115,61
2.2 Юр.лиц[1]	1464,0	1546,3	1443,7	1964,6	2766,4	88,96
Денежный агрегат М1	3709,9	4176,2	4273,3	5324,6	7302,9	96,85
3. Другие депозиты	4038,3	4838,7	4640,2	5315,1	6383,6	58,08
3.1 Физ. лиц	2286,1	2723,5	2614,5	2950,7	3340,9	46,14
3.2 Юр. лиц	1752,2	2115,2	2025,8	2364,4	3042,7	73,65
Денежная масса в нац. определении - М2	7748,2	9015,3	8913,6	10639,7	13686,6	76,64
4. Ценные бумаги, выпущенные банками (вне банковского оборота) в нац. валюте	184,9	69,3	136,1	168,0	383,6	107,46
Рублевая денежная масса – М2*	7933,1	9084,5	9049,6	10807,7	14070,2	77,36
5. Депозиты в иностр. валюте	10746,7	13770,6	21878,8	20842,4	23113,1	115,07
5.1 Переводные депозиты	1904,2	2339,5	3547,9	3274,5	5129,7	169,39
5.1.1 Физ. лиц	412,1	559,5	968,0	845,6	1375,7	233,83
5.1.2 Юр.лиц	1492,1	1780,0	2579,8	2428,9	3754,0	151,59
5.2 Другие депозиты	8842,6	11431,1	18330,9	17567,9	17983,5	103,37
5.2.1 Физ. лиц	6520,0	8912,6	14282,3	13707,4	13196,6	102,40
5.2.2 Юр. лиц	2322,6	2518,5	4048,7	3860,5	4786,9	106,10
6. Ценные бумаги, выпущенные банками (вне банковского оборота) в иностр. валюте	617,4	1036,3	1694,1	2196,2	2527,2	309,33
Широкая денежная масса - М3	19330,7	23944,3	32693,9	33935,0	39848,5	106,14

Источник: собственная разработка автора на основании [1, с.59]

Анализ данных, представленных в таблице 1, позволяет отметить следующее: в течение 2014-2018 гг. наличные деньги в обороте, т.е. агрегат М0, постепенно увеличиваются. Темп прироста данного агрегата за 2014-2018гг. составляет 90,75%.

Денежный агрегат М1 показывает значительные темпы прироста в исследуемый период (96,85%), обусловленный в основном увеличением переводных депозитов физических лиц.

Денежная масса в национальном определении М2, также, как агрегаты М0 и М1, показывает рост с 2014 по 2018 гг., который составляет 76,64%.

Если вычесть из агрегата М2 агрегат М1, то получим прямой долг кредитных учреждений (банков) населению РБ и некредитным организациям РБ, номинированный в рублях, выведенный из оборота одного из участников экономики на определенный срок.

НБ РБ отдельно рассчитывает показатель М2* – т. н. «рублевая денежная масса». В него, помимо денежного агрегата М2, включают ценные бумаги, выпущенные банками (вне банковского оборота) в нац. валюте. Эти ценные бумаги представляют собой не совсем полноценные деньги, но они могут быть трансформированы в другие виды денег (проданы на открытом рынке) и по этому признаку их включают в состав денежной массы. Анализ данных таблицы 1 показывает, что агрегат М2* на начало 2018 г. увеличился в 2 раза, по сравнению с 2014 г.

Широкая денежная масса М3 показывает стабильный рост. Об этом можно судить по данным таблицы 1: за 2014-2018 гг. агрегат М3 увеличился на треть, а темпы прироста составили 106,14%.

Проанализируем темпы прироста денежных агрегатов по отношению к широкой денежной массе М3, которые представлены в таблице 2 и на рисунке.

Таблица 2 – Темпы прироста агрегатов денежной массы по отношению к широкой денежной массе М3

Показатели	Темпы прироста к М3 за 2014г., %	Темпы прироста к М3 за 2015г., %	Темпы прироста к М3 за 2016г., %	Темпы прироста к М3 за 2017г., %	Темпы прироста к М3 за 2018г., %	Темпы прироста за 2014-2018г., %
1.Наличные деньги в обороте – М0	6,36	5,82	4,35	5,28	5,89	90,75
Денежный агрегат М1	19,19	17,44	13,07	15,69	18,33	96,85
Денежная масса в нац. определении-М2	40,08	37,65	27,26	31,35	34,35	76,64
Рублевая денежная масса – М2*	41,04	37,94	27,68	31,85	35,31	77,36
Широкая денежная масса-М3	100	100	100	100	100	106,14

Источник: собственная разработка автора на основании [1, с. 59]

По представленным в таблице 2 данным, можно сказать, что наименьшие темпы прироста всех агрегатов денежной массы по отношению к широкой денежной массе наблюдаются в 2016 г., а наибольший прирост произошел за 2014 год.

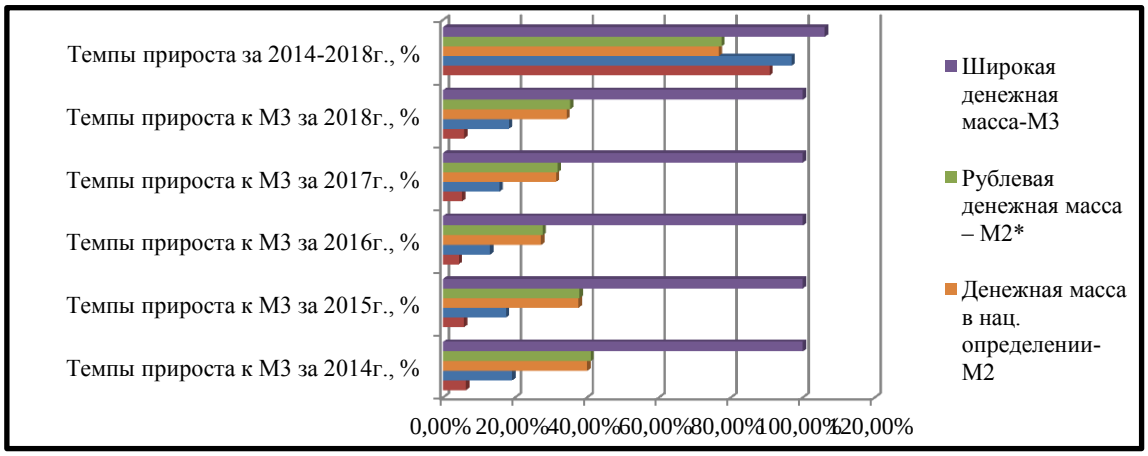


Рисунок – Темпы прироста агрегатов денежной массы по отношению к широкой денежной массе М3

Источник: собственная разработка автора на основании [1, с.59]

Важное значение имеет обеспеченность экономики деньгами. Именно на основе денежных агрегатов можно определить коэффициент монетизации экономики, который показывает уровень обеспечения национального хозяйства денежными средствами. Он рассчитывается как отношение денежной массы к валовому внутреннему продукту. Определим уровень монетизации экономики по денежной массе в национальном определении – М2 и широкой денежной массе – М3. На основании данных официальной статистики, ВВП Республики Беларусь на начало 2018 г. составил 101673,3 млн. рублей.

Рассчитаем коэффициент монетизации экономики (КМЭ) на 2018 год:

КМЭ = (М2/ВВП)*100% = (13686600000/101674300000)*100% = 13,46 %;

КМЭ = (М3/ВВП)*100% = (39848500000/101674300000)*100% = 39,19 %.

Для того, чтобы оценить динамику монетизации экономики, рассчитаем также КМЭ и на 2014 год (ВВП на 2014 год составлял 77845,55 млн. руб., с учетом деноминации). Получим следующие данные:

КМЭ = (М2/ВВП)*100% = 9,95%. КМЭ = (М3/ВВП)*100% = 24,83%.

Полученные данные свидетельствуют о том, что прирост за 4 года по показателю М2 составляет лишь 3,51%, а по агрегату М3 – 14,36%. Данный прирост является недостаточным для стабильного развития экономики страны. По сравнению с другими странами, особенно с развитой экономикой (так, в Японии коэффициент монетизации – 201%, в Китае – 148%), этот показатель недостаточно высокий. Но сравнивать надо корректно, понимая, что уровень монетизации экономики связан с развитостью финансового рынка, вовлеченностью в активный оборот недвижимости и земли, которые, соответственно, нуждаются в дополнительном объеме денег для совершения операций. Что характерно, многие эксперты рассчитывают коэффициент монетизации по рублевой денежной массе, тогда как более объективно использовать показатель совокупного денежного предложения, т.е. широкую денежную массу М3, так как экономический оборот обслуживают все деньги (как национальная, так и иностранная валюта). В качестве решения проблемы повышения уровня монетизации экономики отдельные эксперты предлагают вернуться к эмиссионному кредитованию по низким процентным ставкам. Такая практика уже применялась в Республике Беларусь до 2012 г. и, как известно, последствиями этого стали самые высокие на постсоветском пространстве темпы инфляции и девальвации, а также расходование золотовалютных резервов страны и накопление государственного долга в иностранной валюте. Отсюда же вытекает и вторая проблема – долларизация экономики. Уровень

долларизации непосредственно отражает степень недоверия к национальной валюте и имеет тенденцию к увеличению во время роста инфляции. При высокой долларизации национальная валюта лишь частично выполняет функции накопления и меры стоимости. Исходя из данных таблицы 1, рассчитаем уровень долларизации экономики в Республике Беларусь (таблица 3).

Таблица 3 – Доля валютной составляющей в денежной массе

Доля валютной составляющей, %	На 01.01.2015	На 01.01.2016	На 01.01.2017
В широкой денежной массе	72,3	68,2	64,7
В депозитах	74,5	70,2	67,1
В требованиях банков к экономике	57,8	57,7	52,3

Источник: [2, с. 5]

По данным таблицы 3 можно наблюдать снижение валютной составляющей (с 72,3 % в начале 2015 г. до 64,7 % к началу 2017 г.), что является показателем успешности проводимой государством политики дедолларизации.

К вопросу о снижении уровня долларизации экономики и расширения сферы применения национальной валюты в 2016 -2017 гг. было привлечено особое внимание. Во исполнение требования Главы государства Советом Министров и Национальным банком Республики Беларусь принят План мероприятий по дедолларизации экономики. Он предусматривает меры по сокращению использования иностранной валюты в расчетах и при уплате сборов, пошлин и других платежей, а также в качестве эквивалента меры стоимости при формировании тарифов, ставок и цен.

Для того чтобы изменить данную ситуацию радикально, требуется, во-первых, вернуть доверие к национальной валюте. Она должна стать полноценным средством сбережения, что невозможно достичь, не обеспечив стабильно низкую инфляцию на протяжении длительного периода. Во-вторых – это вопросы привязки ставок и тарифов к иностранной валюте, а также осуществления на территории Республики Беларусь расчетов в иностранной валюте.

Исходя из вышесказанного, можно сделать следующие выводы:

1. Динамика широкой денежной массы определялась складывающейся внутренней макроэкономической ситуацией и внешними условиями развития белорусской экономики. За 2014-2018 гг. широкая денежная масса увеличилась на 1/3, а темпы ее прироста составили 106,14%.

2. Наибольшие темпы прироста имеют наличные деньги в обороте М0, денежный агрегат М1 и широкая денежная масса М3: 90,75 %, 96,85 % и 106,14 % соответственно.

3. Доверие к банковской системе возросло, что является плюсом. Об этом можно судить по увеличению депозитов физических и юридических лиц.

4. Для стабильности денежной системы Республики Беларусь требуется поддержание умеренной инфляции. Целевой ориентир Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы – «обеспечить к концу 2020 года снижение уровня инфляции до 5 процентов».

5. Происходит снижение валютной составляющей в денежной массе, что является показателем успешности проводимой государством политики дедолларизации Необходимо дальнейшее снижение уровня долларизации экономики и расширения сферы применения национальной валюты. К концу 2018 года предполагается завершение работы по дедолларизации экономики, в рамках которой будет исключено использование иностранной валюты в расчетах на территории Республики Беларусь, а также при формировании цен,

ставок пошлин и иных платежей [4, с.22].

Список литературы

1. Бюллетень банковской статистики [Электронный ресурс] – Минск, 2018. – Режим доступа: http://www.nbrb.by/publications/bulletin/ – Дата доступа: 06.03.2018.
2. Калечиц, С.В. Итоги выполнения Основных направлений денежно-кредитной политики Республики Беларусь за 2017 г. и задачи банковской системы по их реализации в 2018 г./ С.В. Калечиц//Банковский вестник. – 2018. – январь. – С. 5-10.
3. О валовом внутреннем продукте / Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Минск, 2018. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/o-belstate_2/novosti-i-meropriyatiya/novosti/o_valovom_vnutrennem_produkte_v_yanvare_fevrale_2018_g/ – Дата доступа: 07.03.2018.
4. Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016-2020 годы / Совет Министров Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2018. – Режим доступа: http://www.government.by/upload/docs/program_ek2016-2020.pdf – Дата доступа: 17.03.2018.

The analysis of structure and dynamics of non-cash issue in Republic of Belarus is made, the prospects of non-cash issue in a banking system are considered.

Северин Анастасия Юрьевна, студентка 3 курса специальности «Финансы и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: severinanastasiya24@gmail.com

Научный руководитель – **Цветкова Марина Анатольевна,** м.э.н., старший преподаватель кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: tsvmarina64@mail.ru.

УДК 338.5

М. А. Селецкая

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Проанализирована инновационная деятельность банковской сферы Республики Беларусь. Исследованы необходимые действия для ускорения цифровизации банковского сектора и выявлено влияние внедрения инноваций на повышение качества банковского обслуживания.

Современные тенденции развития общества можно охарактеризовать как «информационные». Появление беспроводных сетей, мобильных устройств и технологий, предвещает интеграцию информационных технологий во все сферы социально-политической и экономической жизни общества, формирует новую экономику - цифровую. Большинство развитых стран, в том числе США, Канада, Япония, Германия, продвигают цифровую экономику в своем обществе в качестве стратегической цели.

Цифровые преобразования происходят практически в каждой отрасли, в том числе и финансовой. Благодаря Интернету, взаимосвязь клиент-банк становится более оперативной, что позволяет банкам дифференцированно работать с клиентом, в значительной степени сократить дистанцию между производителем и потребителем банковских услуг, существенно

обостряет межбанковскую конкуренцию, а, следовательно, способствует развитию банковского обслуживания.

Существует множество различных прогнозов дальнейшего развития банковской отрасли в мире, но общий тренд отражен в словах основателя софтверной империи Билла Гейтса: «Необходим банкинг, но не банки» (Banking is necessary, banks are not). Подразумевается постепенный отказ от традиционного банка, требующего личного присутствия и оформления различных бумажных документов [2, с. 52].

Основные направления развития цифрового банкинга Беларуси определены в Стратегии развития цифрового банкинга в Республике Беларусь на 2016-2020 годы.

Положительным результатом реализации банками данной стратегии можно назвать развитие систем дистанционного банковского обслуживания, позволяющих клиентам осуществлять платежи в безналичной форме, в удобное время, с использованием современных доступных каналов обслуживания. Осуществить перевод денег сегодня можно с комиссией или без посредством ЕРИП, на сайтах банков, в интернет-банкинге или мобильных приложениях и даже в специально созданных для этого мессенджерах. Например, МТБанк предложил всем желающим мессенджер для обмена деньгами – Denegram. Это мобильное приложение и сайт, с помощью которых клиенты белорусских банков могут отправлять и получать деньги на платежные карточки. Достаточно скачать приложение (бесплатно) и знать мобильный номер получателя. Переводить деньги могут владельцы платежных карт любых белорусских банков, переводы на карточки МТБанка – мгновенны и бесплатны.

С целью сокращения затрат, предоставления более удобных сервисов и повышения конкурентоспособности банки все чаще начинают использовать искусственный интеллект и роботизацию. Распространение получили так называемые чат-боты - специальные программы, которые посредством обмена сообщениями с пользователями в мессенджерах могут консультировать клиентов, предоставляют возможность проводить различные банковские операции и в будущем могут составить конкуренцию мобильным приложениям. Первый чат-бот на белорусском рынке под названием BYNgo запустила компания «Системные технологии». Воспользоваться программой может любой пользователь независимо от того, клиентом какого банка он является. Чат-бот позволяет оплатить коммунальные услуги и Интернет, услуги Белтелеком, мобильной связи - без комиссии и с помощью любой платежной карточки. Также чат-боты на сегодня есть, к примеру, у Приорбанка, БТА Банка, Технобанка.

В республике продолжается рост доли безналичного оборота в общем розничном товарообороте и качественное изменение портфеля выпускаемых банками в обращение карточек, растет количество бесконтактных карточек, карточек, оснащенных микропроцессором, развиваются бесконтактные технологии и платежные сервисы, основанные на современных инновационных решениях. Национальный банк заинтересован в проводимой международными платежными системами работе по внедрению и применению мобильных платежных сервисов, основанных на технологии токенизации.

Немаловажная роль в совершенствовании банковской системы страны отводится вопросам информационной безопасности в кредитно-финансовой сфере. В настоящее время реализуется проект по созданию в Беларуси центра мониторинга и противодействия компьютерным атакам в кредитно-финансовой сфере (рабочее название FinCERT), который будет способствовать снижению ущерба от преступлений в финансово-кредитной сфере, позволит принимать меры по противодействию угрозам информационной безопасности в стране. Центр мониторинга создается как подразделение Национального банка и выступит новой структурой для финансового сектора республики.

Белорусские банки также начинают использовать биометрические технологии. К примеру, в контакт-центре Приорбанка устанавливают личность клиентов по голосу, а также клиенты могут входить в мобильную версию интернет-банка и подтверждать операции с помощью встроенного в устройство сканера отпечатков пальцев (Touch ID). Идентификацию с помощью Touch ID предлагают также Альфа-Банк, Белгазпромбанк и Белинвестбанк.

Важнейшим событием в развитии цифрового банкинга страны стало создание в Беларуси Межбанковской системы идентификации, позволяющей клиентам банков, единожды пройдя процедуру идентификации в личном присутствии в одном из банков, получать банковское обслуживание с помощью цифровых каналов в любом банке Беларуси в удобное время. В целях дальнейшего развития Межбанковской системы идентификации ведется работа по предоставлению идентификационной информации о юридических лицах. В настоящее время удаленная идентификация и обмен финансовыми структурами такой информацией становится мировым трендом, а в наиболее смелых проектах используется технология блокчейн, позволяющая рационализировать и сделать более безопасными операции по формированию и использованию реестров информации. Первым примером практического использования сети блокчейн в банковской системе Беларуси стала возможность передачи информации о выданной банковской гарантии и непосредственно самой банковской гарантии. Следующим этапом ожидается внедрение технологии блокчейн на рынке ценных бумаг. Белорусская валютно-фондовая биржа планирует использовать сеть для ведения реестра операций с ценными бумагами на биржевом и внебиржевом рынках. Таким образом, банковская система начинает активно экспортировать технологические инновации на другие рынки и секторы экономики. Расширение перечня услуг, оказываемых пользователям Межбанковской системы идентификации, и подключение к ней новых участников способно значительно ускорить развитие цифрового банкинга и появление в Беларуси полностью виртуального банка. За рубежом примеров полностью виртуальных банков достаточно. В России – Тинькофф Банк и RocketBank, mBank – в Польше [2, с.51]. Все предпосылки для этого в нашей стране уже есть, включая необходимое программное обеспечение.

Важным направлением в модернизации платежной системы является внедрение методологии стандарта ISO 20022 «Финансовые услуги. Универсальная схема сообщений финансовой индустрии» с целью создания условий для инноваций и повышения эффективности за счет использования усовершенствованной структуры платежных данных, снижения затрат участников. Первый этап внедрения методологии стандарта ISO 20022 в платежную систему Беларуси был завершен 4 июля 2017 г. в связи с переходом банков на международную структуру номера счета (IBAN) и банковского идентификационного кода (BIC). Далее будет сформировано правовое поле для использования в отечественной банковской системе ориентировочно с 2019 года сообщений нового формата.

Вместе с тем, платежная система Республики Беларусь обеспечивает прием и обработку платежей в рамках установленных временных ограничений (только в будние дни и в рабочее время). Мировые же тенденции направлены на создание платежных систем, предоставляющих потребителям платежные услуги мгновенно, в любое время дня и ночи, в любом месте и при любых условиях. Такими платежными системами являются системы мгновенных платежей, позволяющие максимально быстро, в режиме околореального времени, выполнить расчеты между конечными пользователями. В целях создания в республике системы мгновенных платежей Национальным банком разработаны проекты Концепций создания системы мгновенных платежей и Закона Республики Беларусь «О платежных услугах», модернизируется финансовое пространство рынка платежных услуг с допуском на него небанковских организаций. Создание системы мгновенных платежей предоставит возможность юридическим и физическим лицам – клиентам банков

мгновенного проведения платежей в режиме 24/7/365; ускорит оборачиваемость денежных средств в экономике; обеспечит экономию средств при проведении расчетов и дальнейшее развитие платежной индустрии в Республике Беларусь.

Технологии сегодня обновляются с огромной скоростью. Появляются новые, более удобные для клиента сервисы, соответствующие все более высоким запросам. Шаги, которые делает сейчас банковская система Беларуси на пути цифровизации банковского сектора и внедрения инноваций в платежную систему, позволят обществу в будущем почувствовать положительный результат. При этом следует опираться на интересы потребителей и стремиться брать все самое лучшее из безопасного цифрового банкинга и передовых систем, использовать динамично развивающиеся новые технологии.

Список литературы

1. Концепция развития платежной системы Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы. Постановление Правления Национального банка Республики Беларусь от 29.12.2015 г. №779 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.nbrb.by/Legislation/documents/P_779.pdf

2. Зыль, П. Стратегия развития цифрового банкинга на 2016 – 2020 годы: начало реализации / П. Зыль // Банковский вестник. – 2015. – № 5. – с. 49-53.

The article analyzes the innovative activity of the banking sector of the Republic of Belarus. The necessary actions for acceleration of digitalization of the banking sector were investigated and the influence of introducing innovations on improving the quality of banking services was revealed.

Селецкая Мария Александровна, учащаяся 2 курса специальности «Бухгалтерский учет, анализ и контроль» учреждения образования «Молодечненский торгово-экономический колледж» Белкоопсоюза, Молодечно, Беларусь. E-mail: rud2006@tut.by.

Научный руководитель – ***Рудницкая Инесса Николаевна,*** преподаватель учреждения образования «Молодечненский торгово-экономический колледж» Белкоопсоюза, магистр экономических наук, Молодечно, Беларусь. E-mail: rudnickaya.i@mail.ru.

УДК 336.225.3

С. В. Соркин

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ НАЛОГОВЫХ СТИМУЛОВ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ БЕЛАРУСИ И СЛОВЕНИИ

Изучены основные показатели уровня инновационности национальных экономик Беларуси и Словении. Рассмотрены основные методы стимулирования научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ в исследуемых странах. Выявлены некоторые сходства и различия в процессе их применения.

Научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР) являются важным компонентом инновационного и технологического развития страны. Особенно актуальным вопрос проведения НИОКР является для стран с переходной экономикой, для которых повышение конкурентоспособности посредством создания инновационных процессов и продуктов становится ключевым. НИОКР включают в себя как работы поискового, теоретического и экспериментального характера, так и конструкторские и дизайнерские работы, работы по изготовлению и испытаниям опытного образца изделия. В то же время понятие НИОКР следует рассматривать шире, включая деятельность,

направленную на внедрение сертификатов качества, получение патентов, обучение персонала.

Процесс проведения научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ включает в себя ряд этапов: фундаментальные исследования, прикладные исследования, опытно-конструкторские работы. В данной статье анализируются налоговые стимулы двух государств с переходной экономикой (Беларуси и Словении), которые направлены на поощрение и проведение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ.

Для сравнения национальных инновационных систем Беларуси и Словении будем использовать следующие показатели: суммарный инновационный индекс и доля расходов на НИОКР в ВВП.

Глобальный инновационный индекс является главнейшим показателем оценки сильных и слабых сторон национальных инновационных систем. Он позволяет оценивать элементы национальной экономики, в которых протекают инновационные процессы, в разбивке по семи основным группам: институты; человеческий капитал и исследования; инфраструктура; уровень развития рынка; уровень развития бизнеса; результаты в области знаний и техники; результаты творческой деятельности [2].

Глобальный инновационный индекс изменяется от 0 до 1. Чем ближе к 1, тем выше уровень инновационного качества и конкурентоспособность производимых товаров. Данный показатель для Беларуси в 2017 г. составил 0,30 (в 2016 г.- 0,30). Словенский инновационный индекс в 2017 г. составил 0,46 (в 2016 г.- 0,46). Первая тройка лидеров по результатам 2017 г. выглядит следующим образом: Швейцария (0,68), Швеция (0,64), Нидерланды (0,63) [1].

Сравнивая детализированные показатели индекса у Беларуси и Словении, можно заметить, что Словения имеет более высокие показатели по всем параметрам, что свидетельствует о более инновационной и технологически развитой экономике.

Доля расходов на НИОКР в ВВП является одним из важнейших показателей, которые характеризуют уровень значимости и приоритетности научно-технологической сферы. Уровень национальных расходов на НИОКР – это относительная величина, которая рассчитывается как общий объём государственных и частных расходов на НИОКР в течение календарного года, включая государственные бюджеты всех уровней, бюджеты коммерческих организаций, гранты и пожертвования от частных фондов и неправительственных организаций. В развитых странах данный показатель достигает 3-4 % (Германия – 2,9 %, Израиль – 4,3 %, Япония – 3,3 %, Республика Корея – 4,2 %, США – 2,8 %) [2]. Данные о том, какую часть ВВП выделяют на НИОКР Беларусь и Словения представлены в таблице.

Таблица – Доля расходов на НИОКР в ВВП Беларуси и Словении, %

Страна	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Беларусь	0,71	0,67	0,67	0,52	0,52
Словения	2,42	2,58	2,60	2,39	2,21

Источник: [2]

Как можно заметить, Словения выделяет более значительный процент своего ВВП на НИОКР, чем Беларусь. Она является одним из лидеров по этому показателю в Европе (средний показатель по Европейскому союзу – 2,05 %). Более высокий показатель в Европе имеют только Скандинавские страны, Германия, Австрия, Швейцария и Франция. Республика Беларусь в свою очередь занимает одно из последних мест в Европе по данному показателю, хотя такие партнёры по Евразийскому экономическому союзу как Армения, Казахстан и Кыргызстан тратят ещё меньше.

Таким образом, Словения уделяет значительно больше внимания своему инновационному и технологическому развитию, чем Беларусь, что находит отражение в значительно более высоких расходах на НИОКР.

Активное инновационное развитие Словении отчасти можно объяснить вступлением в Европейский Союз в 2004 г., что поставило перед Словенией задачу по унификации политики с другими членами ЕС, в том числе в инновационной сфере. С 2006 г. Словения начала активно использовать налоговые стимулы для поощрения НИОКР, что привело к значительному росту на 23 % инвестиций в НИОКР по сравнению с предыдущими годами [3].

Белорусская экономика традиционно ориентирована на сектор промышленности. После распада СССР она столкнулась с достаточно жёсткой конкуренцией в рыночных условиях хозяйствования. Одним из путей повышения конкурентоспособности является активное наращивание инновационного потенциала, что подразумевает в том числе и стимулирование научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ.

Отдельного упоминания заслуживает проблема неразвитого частного сектора в Беларуси. Во многих странах мира научными и технологическими исследованиями и разработками занимается как государство, так и частный сектор. У нас же в стране частный сектор практически не участвует в финансировании НИОКР, в том числе из-за отсутствия налоговых стимулов к этому.

В то же время стоит учитывать, что введение налоговых стимулов может не принести заветных результатов сразу же, существует определённый временной лаг. Организации, занимающиеся НИОКР, должны осознать, что государство готово поддержать их и всячески поспособствовать более активному внедрению НИОКР.

Существует два основных метода, которые используются для стимулирования НИОКР: прямая финансовая поддержка (субсидии) и налоговые стимулы.

Возрастающее значение налоговых стимулов показывает, что многие страны считают, что эти инструменты обладают рядом преимуществ перед прямыми мерами. Они имеют относительно более низкие административные расходы. Кроме того, в случае предоставления налоговых льгот фирмы сами могут решать куда и каким образом инвестировать.

С другой стороны, возникает вопрос, как оценить эффективность предоставления налоговых стимулов для проведения НИОКР. Существует два подхода [3]. Первый предполагает сравнение социальной отдачи от проведения НИОКР с социальными затратами. Согласно второму подходу для оценки эффективности налоговых стимулов необходимо сравнить сумму дополнительных НИОКР, проведённых благодаря предоставлению налоговых стимулов, с потерями в налоговых поступлениях.

Исследование о способах стимулирования научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, проведённое американскими учёными Б. Холл и Д. Ван Риненом, позволяет сделать следующие выводы [4]:

- прямая финансовая поддержка исследований и разработок и налоговые стимулы оказывают положительное влияние на НИОКР
- стимулирование НИОКР приносит свои плоды с течением определённого времени
- прямая финансовая поддержка и налоговые стимулы являются субститутами
- влияние прямой финансовой поддержки является более длительным, чем влияние налоговых стимулов

Существует две классификации налоговых стимулов. Первая классификация предполагает различать налоговые стимулы по тому, к какому типу расходов они относятся (капитальные или текущие). Текущие налоговые стимулы – это налоговые стимулы, которые направлены на снижение повседневных расходов компании (заработная плата и жалование,

плата за освещение, отопление, арендная плата и коммунальные сборы). Капитальные налоговые стимулы – это налоговые стимулы, которые направлены на снижение затрат, предназначенных для собственного использования в компании (покупка основных средств, приобретение в долгосрочную аренду).

Наиболее широко используемая классификация налоговых стимулов, которая была разработана Европейской комиссией в 2002 г., предусматривает их деление на налоговые льготы, налоговые вычеты и специальную амортизацию активов [3]. Рассмотрим их применение в исследуемых странах.

Некоторая часть налоговых стимулов применяется при взимании налогов с доходов корпораций. В данном случае налоговые вычеты позволяют фирмам и корпорациям не включать часть их дохода в налогооблагаемую базу, обосновывая это тем, что данная часть дохода потребовала значительных инновационных расходов, которые корпорация или фирма оплачивала самостоятельно. В Словении законодательно разрешено не включать до 30 % дохода, но не более 30 000 евро [3]. Инновационные расходы включают в себя покупку оборудования и новых технологий для НИОКР, затраты на рабочую силу и покупку лицензий. В Беларуси не предусмотрено никаких дополнительных налоговых вычетов для НИОКР.

Ни в Словении ни в Беларуси не предусмотрено никаких специальных или дополнительных правил амортизации исключительно для инновационно-изобретательской деятельности.

Помимо взимания налогов с доходов корпораций, налоговые льготы могут применяться и при взимании подоходного налога с населения, в частности с заработной платы исследователей и научных работников. В Словении законодательством не предусмотрено никаких налоговых льгот при исчислении подоходного налога с заработной платы исследователей и научных работников. Гранты, выплачиваемые государственными и правительственными организациями, не облагаются налогом. Бизнес-гранты только частично освобождаются от налога. Максимальная сумма, которая может быть освобождена от налогообложения, составляет минимальная заработная плата, увеличенная на 60 % [3].

В Республике Беларусь в конце 1990-х был взят курс на активное привлечение иностранных инвестиций путём создания Свободных экономических зон (СЭЗ). Резидентам СЭЗ предоставляются значительные налоговые льготы, а именно: освобождение от уплаты налога на прибыль в течение 10 лет (после 10 лет льготная ставка налога на прибыль составляет 50 % от полной), освобождение от уплаты налога на недвижимость, освобождение от обязательной продажи иностранной валюты, освобождение от арендной платы за земельные участки [5].

В середине 2000-х было решено сделать ставку на развитие отрасли информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). В 2005 г. был подписан Декрет № 12 "О Парке высоких технологий", созданном с целью формирования благоприятных условий для разработки в Республике Беларусь программного обеспечения, информационно-коммуникационных технологий, направленных на повышение конкурентоспособности национальной экономики. Резиденты Парка высоких технологий освобождаются от всех корпоративных налогов, включая налог на добавленную стоимость и налог на прибыль. Индивидуальный подоходный налог для сотрудников компаний-резидентов Парка имеет фиксированную ставку 9 % и не включается в совокупный годовой доход [6].

Выше представленные данные свидетельствуют о том, что Словения и Беларусь используют разные подходы для стимулирования НИОКР. Словения в большей степени ориентируется на налоговые вычеты в рамках налогообложения корпораций и фирм, в то время как Беларусь использует налоговые льготы в отношении резидентов СЭЗ и Парка высоких технологий.

Список литературы

1. The Global Innovation Index 2017 [Electronic resource] / World Intellectual Property Organization. – Mode of access: http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2017.pdf. – Date of access: 03.03.2018.
2. Research and development expenditure (% of GDP) [Electronic resource] / World bank . – Mode of access: https://data.worldbank.org/indicator/GB.XPD.RSDV.GD.ZS. – Date of access: 03.03.2018.
3. Fiscal Measures for Research, Development and Innovation: Cases of Slovenia, Slovakia and Belarus [Electronic resource]. – Mode of access: https://www.sav.sk/journals/uploads/0920145403%2009%20Hauptman%20a%20kol.pdf. – Date of access: 03.03.2018.
4. How effective are fiscal incentives for R&D? A review of the evidence [Electronic resource]. – Mode of access: https://eml.berkeley.edu/~bhhall/papers/HallVanReenan%20RP00.pdf. – Date of access: 03.03.2018
5. Налоговые льготы [Электронный ресурс] / Свободная экономическая зона «Гродноинвест» . – Режим доступа: http://www.grodnoinvest.com/rus/AboutFEZ/Benefits. – Дата доступа: 03.03.2018.
6. Преимущества статуса резидента ПВТ [Электронный ресурс] / Парк высоких технологий » . – Режим доступа: http://www.park.by/topic-benefits_htp_membership/ . – Дата доступа: 03.03.2018.

The main indicators of the level of innovation of the national economies of Belarus and Slovenia were studied. The main methods of stimulating of research and development work in these countries were considered. Some similarities and differences in the process of their implementation were revealed.

Соркин Семён Владимирович, студент 4 курса специальности «Мировая экономика» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: siamen.sorkin@gmail.com

Научный руководитель – ***Ли Чон Ку***, к.э.н., доцент, заведующий кафедрой международного бизнеса и маркетинга факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, доцент, Гродно, Беларусь. E-mail: litchon@grsu.by.

УДК 339.187.62

Е. Д. Станкевич

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛИЗИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Проанализирован рынок лизинговых услуг в Республики Беларусь. Исследованы проблемы деятельности лизинговых организаций. Выявлены необходимые действия для повышения эффективности и развития лизинга.

Экономические изменения требуют осуществления дальнейших преобразований в государстве, как с целью улучшения общего инвестиционного климата, так и формирования новой системы экономических взаимоотношений, развитие рыночных механизмов, обеспечивающих взаимовыгодное сотрудничество финансовых институтов и предприятий реального сектора экономики. Одно из направлений таких преобразований – использование и адаптация в национальной практике инструментов привлечения капитала, положительный опыт применения которых имеется в зарубежных странах. В этой связи, особый интерес представляет лизинг, как рыночный инструмент, широко применяющийся в мировой практике.

Лизинг является привлекательным, в первую очередь, для производственных предприятий, как способ технического перевооружения, так как он предполагает стопроцентное кредитование, снижает риск невозвращения средств и позволяет без больших финансовых затрат обновлять производственные средства.

Для решения задач, связанных с работой лизинговой отрасли Республики Беларусь и защитой корпоративных интересов, ведущими лизинговыми компаниями страны была создана Ассоциация лизингодателей Беларуси. На данный момент она насчитывает 33 лизинговые организации.

Рейтинг наиболее успешных лизинговых компаний за 2016 г. представлен на рисунке 1.

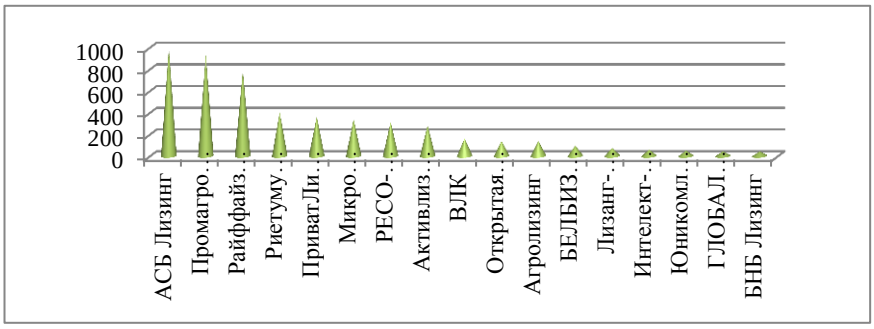


Рисунок 1 – Результирующая рейтинговая оценка лизинговых компаний

Источник: собственная разработка на основании отчетности Ассоциации лизингодателей РБ [2]

Как видно из рисунка 1, рынок лизинга сильно концентрирован, так основной объем бизнеса принадлежит организациям – АСБ Лизинг, Промагролизинг, Райффайзен-лизинг.

Основные показатели развития лизинговой деятельности в Республике Беларусь представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Объем нового бизнеса

Показатели	2014	2015	2016
Объём нового бизнеса, млн. деномин. руб.	732,8	649,7	756,3
Рост объёма нового бизнеса, %	–	-11	+16,4
Отношение объема нового бизнеса к ВВП, %	0,7	0,7	0,9
Отношение объема нового бизнеса к инвестициям в основной капитал , %	2,5	3,1	4,2
Отношение объема нового бизнеса к затратам на приобретение машин, оборудования, транспортных средств, %	6,7	9,2	11,9

Источник: [2]

Исходя из таблицы 1, можно сделать вывод, что объём сделок за рассматриваемый период увеличился, несмотря на снижение этого показателя в 2015 году. При этом, произошло увеличение, как абсолютного показателя, так и относительных. Это свидетельствует о существенном увеличении активности в сегменте профессиональных лизинговых компаний в 2016 году.

По источникам финансирования нового бизнеса: 50,1 % предметов лизинга было приобретено за счет собственных средств и авансов лизингополучателей, 49,9 % – за счет заемных средств. Впервые за анализируемый период, собственные средства в финансировании нового бизнеса превысили 50%. Средний процент авансов составил 18,7 % [2].

Для выявления общих тенденций, в качестве основного параметра для сравнения аналитиками используется стоимость заключенных договоров (таблица 2).

Таблица 2 – Стоимость заключенных за год договоров лизинга

Показатели	2014	2015	2016
Стоимость заключенных за год договоров лизинга с НДС (млн. деномин. руб.) (млн. евро)	1322 974	1113 632	1319 599
Процент роста к предыдущему году (%)	+24	-16	+18,6
Доля в объеме инвестиций в основной капитал (%)	6,1	5,4	7,3
Доля в ВВП (%)	1,65	1,28	1,5

Источник: [2]

Можно заметить, что стоимость заключенных за год договоров менялась подобно тенденции изменения объема нового бизнеса. Однако в валютном эквиваленте спад был непрерывным: стоимость ежегодно заключаемых договоров лизинга сократилась. Таким образом, лизинг, как и инвестиции в целом, теряет привлекательность.

Как и во все предыдущие годы, основную массу заключенных договоров составляли договора финансового лизинга. Договора оперативного лизинга не заключались, а договора сублизинга заняли всего лишь тысячные доли процента от общего объема заключенных договоров. Снизилась почти в два раза процентная составляющая договоров возвратного лизинга – с 24,7 % в 2014 г. до 10,4 % в 2016 году. Осталась на прежнем уровне доля заключенных договоров международного экспортного лизинга – 0,7 %. В то же время, доля договоров импортного лизинга в очередной раз выросла с 7,1 % в 2014 году, 15,8 % в 2016 году [2].

Структура договоров по предметам лизинга так же изменилась. Здания и сооружения, в качестве предметов лизинга, стали использоваться гораздо реже, и их доля уменьшилась. Интерес к таким предметам лизинга, как машины и оборудование, снизился, что говорит о падении спроса на инвестиции в обрабатывающих отраслях промышленности. Значительно выросла доля транспортных средств (таблица 3).

Таблица 3 – Распределение стоимости договоров по видам предметов лизинга, %

Виды предметов лизинга	2014	2015	2016
Здания и сооружения	30,9	21,9	6,7
Машины и оборудование	29,4	34,7	26,5
Транспортные средства	38,9	39,8	56,0
Иное	0,8	3,6	10,8

Источник: [2]

Сильное уменьшение доли зданий и сооружений не характерно для периода спада, который в последнее время переживала лизинговая деятельность, так как обычно лизинговый портфель в кризисные годы прирастает недвижимостью. А рост процентной доли предметов потребления, которые попадают под категории «иные» и «транспортные средства», объясняется интенсивным развитием потребительского лизинга.

Важным показателем развития рынка лизинга является объем лизингового портфеля, который отражает суммарный объем обязательств лизингополучателей на конкретную дату без учета просроченных платежей. Общие данные представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Объем лизингового портфеля в 2014-2016годах

Показатели	2014	2015	2016
Объем лизингового портфеля (млн. деномин. руб.)	1960	2596	2589
Рост к предыдущему году (%)	-	+32	-0,25
Отношение лизингового портфеля к стоимости заключенных договоров	1,53	2,33	1,96

Источник: [2]

Опыт работы лизинговых компаний в кризисных условиях показал, что основным показателем стабильности компании является не объем нового бизнеса, а величина и качество лизингового портфеля. Так как этот показатель включает в себя обязательства лизингодателей, которые возникают не только в текущий год, но и в прошлые, нельзя однозначно оценить его изменение.

Параметром динамики развития рынка является отношение величины лизингового портфеля к стоимости заключенных договоров за отчетный год. Для молодых динамично развивающихся рынков этот показатель оптимален в пределах от 1 до 1,5. Поэтому более высокие показатели республиканского рынка скорее связаны с увеличенной стоимостью заключенных договоров.

После вступления в силу Указа Президента Республики Беларусь № 99 от 25 февраля 2014 г. «О регулировании лизинговой деятельности» [1] на фоне постоянного увеличения степени недоступности кредитных ресурсов для населения сегмент потребительского лизинга стал интенсивно развиваться. Первые договоры лизинга с физическими лицами были заключены уже в 2014 году (таблица 5).

Таблица 5 – Договоры потребительского лизинга

Показатели	2014	2015	2016
Общая стоимость предметов, переданных в лизинг, тыс. деномин. руб.	5695,5	35346,1	147525,5
Количество предметов переданных в лизинг, ед.	141	26512	121364

Источник: [2]

Как видно из таблицы 5 общая стоимость предметов, переданных в лизинг, с 2014 г. к 2016 г. возросла практически в 26 раз, а количество предметов, переданных в лизинг, к 2016 г. увеличилось в 860 раз.

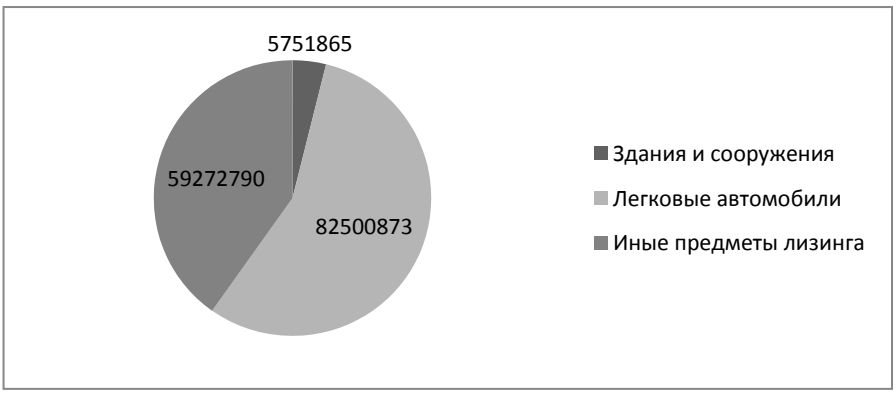


Рисунок 2 – Структура сегмента потребительского лизинга в 2016 году, руб.

Источник: собственная разработка на основании отчетности Ассоциации лизингодателей [2]

Впервые за многолетний период проведения рейтинговых исследований в сфере лизинга, в Республике Беларусь был проведен опрос среди участников рейтинга по оценке ими факторов, отрицательно повлиявших на деятельность лизинговой организации в отчетном году. Результаты исследования представлены в таблице 6.

Таблица 6 – Факторы, отрицательно повлиявшие на деятельность лизинговых организаций

Факторы, отрицательно повлиявшие на деятельность лизинговых организаций в отчетном году	Средний балл по участникам опроса
Высока стоимость кредитных ресурсов	3,85
Сложности при получении кредитов	3,38
Недостаточный объем ресурсной базы	3,04
Высокая конкуренция	3,00
Высокие инвестиционные риски	2,77
Высокий уровень налогообложения	2,46
Недостаточный спрос на продукты, предлагаемые лизинговой организацией	2,38
Изменение обменного курса белорусского рубля	2,15
Иные факторы в области налогообложения	1,92
Недостаточный уровень нормативно-правового регулирования лизинговой деятельности	1,88
Высокие тарифы на страховые услуги	1,81
Изменение налогового законодательства	1,69
Уровень инфляции	1,65
Низкий уровень информативности	1,50
Изменение законодательства в области валютного регулирования и контроля	1,31

Источник: [2]

Таким образом, лизинг в Республике Беларусь – сравнительно новый вид деятельности. Для стимулирования инвестиций в производственную сферу, для обновления промышленного потенциала, для повышения конкурентоспособности отечественных производителей нашей стране необходимо развивать лизинговые отношения. Но для этого нужно создать соответствующие условия. Как показывает опыт зарубежных стран, этому уделяют самое пристальное внимание: соответствующее законодательство, налоговые и амортизационные льготы и т.д.

Республика Беларусь находится в выгодном географическом положении, что способствует развитию международного лизинга и привлекательности его для стран соседей.

Необходима поддержка компаний, занимающихся предоставлением международного лизинга как на государственном уровне, так и на внутрифирменном.

Нашим производителям и предпринимателям необходимо создать условия, при которых они стремились бы развивать этот вид деятельности. Также следует стимулировать банки предоставлять кредиты лизинговым компаниям, которые заключают длительные договора.

Кроме этого, необходимо рассмотреть возможность снижения таможенных пошлин и налогов по товарам, ввозимым на территорию Республики Беларусь и являющимся объектами международного финансового лизинга.

В условиях становления рыночной экономики и возрастания конкуренции на предприятиях сейчас главное – выбрать приоритетные направления развития, которые в короткий срок обеспечили ему успех. Обновление производственного потенциала, увеличение стоимости основных средств связаны с поиском новых механизмов реализации инвестиций. Одним из современных и перспективных форм финансирования инвестиций в основные средства является лизинг.

Список литературы

1. О вопросах регулирования лизинговой деятельности: Указ Президента Респ. Беларусь, 25 февраля 2014 г., №99 // Нац. Реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2014. – №6. – 1/14857.

2. Обзор белорусского рынка лизинга // [Электронный ресурс] – 2016. – Режим доступа: https://leasing-belarus.by/analitika/rejting-kompanij/- Дата доступа: 05.03.2018.

The article analyzed the leasing rialto_of the Republic of Belarus. There were investigated the problems of the activity of leasing organizations and revealed necessary steps to improve the efficiency and development of leasing.

Станкевич Екатерина Дмитриевна, студентка 4 курса специальности «Финансы и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail:Stankevich-kat@mail.ru .

Научный руководитель – ***Крупенко Юлия Вячеславовна,*** старший преподаватель кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: krupenko_jv@grsu.by.

УДК 336.22(476)

А. А. Супрун

НАЛОГОВАЯ НАГРУЗКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Проанализирована налоговая нагрузка Республики Беларусь и ее влияние на экономику. Выявлены особенности системы налогообложения и определены тенденции и направления ее совершенствования.

Вопрос определения оптимального уровня налоговой нагрузки является актуальным как для реального, так и для финансового сектора страны. С одной стороны, налоговая нагрузка является существенным фактором, характеризующим условия ведения бизнеса и инвестиционной привлекательности страны, но с другой стороны, она определяет

финансовые возможности государства в выполнении его важнейших функций. Поэтому, для белорусской социально-ориентированной рыночной экономики вопросы построения правильной и эффективной системы налогообложения играют особую роль.

Темпы экономического роста напрямую зависят от уровня налогообложения. Увеличение налогового бремени выше оптимального уровня оказывает отрицательное воздействие на экономику, в частности, ослабляет стимулы к труду и сбережениям, а также приводит к переходу части экономики в теневой сектор, что, в свою очередь, отражается в неэффективном разделении труда и сокращении налоговой базы. По оценке экспертов МВФ Л.Медины и Ф. Шнейдера, доля теневого сектора Беларуси в 2015 году составляет до 32,37% ВВП. Несмотря на то, что она снижалась с 1995 года, где она составляла 53,57 %, ее размер остается значительным по сравнению с долей теневого сектора развитых стран, которая составляет 7-15 % [1].

Теоретические и эмпирические исследования зависимости темпов экономического роста от уровня налоговой нагрузки позволяют сделать следующие выводы. В моделях эндогенного роста выявлено как положительное, так и отрицательное влияние увеличения налогов на долгосрочные темпы экономического роста. Общий характер связи между налоговой нагрузкой и экономическим ростом зависит от оценки продуктивности государственных расходов. Ряд эмпирических исследований показал, что оптимальное соотношение государственных доходов и расходов оказывает положительное влияние на развитие экономики. Кроме того, детальный анализ показывает, что увеличение налога на прибыль и подоходного налога оказывает негативное влияние на экономический рост, предпочтение следует отдавать налогам на потребление [2, с. 12].

Данные теоретические выводы подтверждают важность установления оптимальной налоговой нагрузки, способствующей уменьшению доли теневого сектора экономики, увеличению деловой активности и улучшению инвестиционного климата в стране.

В связи с этим, Правительство Республики Беларусь проводит реформирование налоговой системы, направленное на снижение налогового бремени и упрощение порядка уплаты налогов. Начиная с 2006 года, применяемые налоги и сборы приведены к стандартному перечню, отменен ряд налогов (так называемые оборотные налоги), снижены ставки основных налогов (в частности, налога на прибыль), реализован комплекс мер по упрощению налогового администрирования (включая сокращение периодичности уплаты налогов и внедрение электронного декларирования) [3, с. 28]. Однако в связи с ухудшением условий на внешних рынках и сокращением налоговой базы, в 2014 году, по ряду важнейших налогов произошло увеличение ставок. Наиболее значимыми изменениями стали: повышение ставки подходного налога с физических лиц с 12% до 13% и ставки налога на прибыль для банковских и страховых организаций с 18% до 25% в 2015 году; расширение перечня подакцизных товаров и повышение ставок акцизов на алкоголь и табачные изделия в 2015-2017 гг.; повышение ставки НДС на услуги электросвязи до 25%. В 2018 году запланирована разработка нового Налогового кодекса и предполагается его вступление в силу с 1 января 2019 года.

Данные меры позволили снизить налоговую нагрузку на прибыль и малый бизнес, что создает более благоприятные условия для ведения бизнеса (таблица).

Таблица – Динамика налоговой нагрузки Республики Беларусь, в % к ВВП

Год	Отчет МНС	«Ведение бизнеса»
2012	26,0	54,0
2013	25,4	52,0

Продолжение таблицы

2014	24,3	51,8
2015	25,6	54,8
2016	25,3	52,9

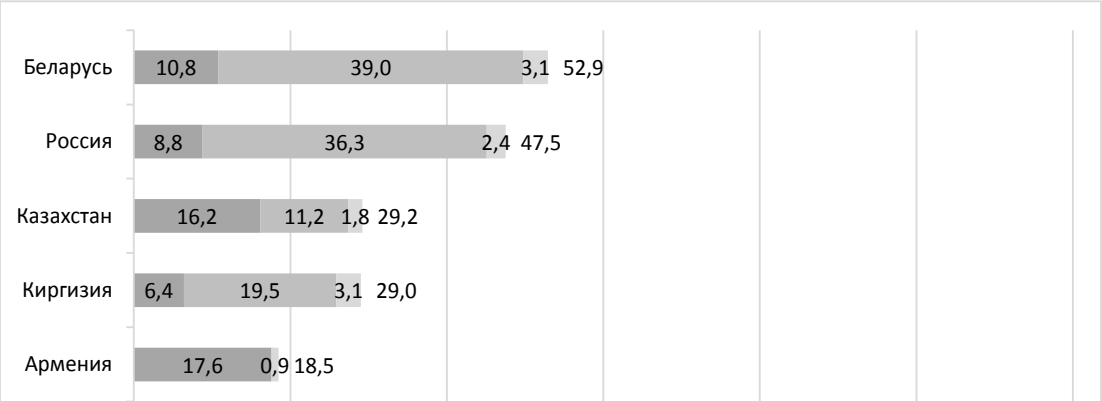
Источник: собственная разработка на основании данных [4], [5].

Согласно отчету «О налоговой нагрузке на экономику Республики Беларусь за 2016 год», подготовленному Министерством по налогам и сборам (далее МНС), налоговая нагрузка составляет 25,3% к ВВП, что является весьма благоприятным условием для развития экономики [4]. Однако в международном рейтинге «Ведение бизнеса – 2016», проводимом Всемирным банком, показатель налоговой нагрузки значительно выше и равен 51,8 % к ВВП. Данная разница обусловлена тем, что МНС при подсчете показателя не учитывает отчисления в государственные целевые бюджетные фонды, такие как Фонд социальной защиты населения, Республиканский дорожный фонд, Республиканский фонд охраны природы и др.

По итогам доклада «Ведение бизнеса – 2016» Беларусь заняла 37-е место в общем рейтинге благоприятности ведения бизнеса (среди 190 стран). По показателю «Налогообложение» Республика Беларусь занимает 99-ю позицию, что по сравнению с позицией предыдущего года ниже на 36 пунктов [5].

По показателю «Фискальная свобода», который входит в индекс экономической свободы, рассчитываемый исследовательским центром Heritage Foundation, Беларусь продолжает улучшать свои позиции и на 2017 год увеличила данный показатель до 92,9 баллов из 100 возможных. Такой результат сопоставим с Казахстаном (98,9), Гонконгом (100,0) и Россией (93,4) и значительно превышает показатели ряда экономически развитых стран, таких как Южная Корея (73 балла), США (53,3), Италия (66,9), Германия (89,9), Австрия (79,7) и других [6].

Как по налоговой нагрузке, так и по ставкам основных платежей, Беларусь соответствует уровню Европейского союза и ЕАЭС. Согласно рейтингу “Paying Taxes 2018”, проводимому Всемирным банком в сотрудничестве с PricewaterhouseCoopers, налоговая нагрузка в Беларуси (52,9%) сопоставима с налоговой нагрузкой в России (47,5%), в то же время в Казахстане этот показатель равен 29,2 процентам, что значительно ниже, чем у обеих стран [7]. Структура налоговой нагрузки стран ЕАЭС представлена на рисунке 1. По отдельным видам налогам (например, по налогу на прибыль) Беларусь выглядит более привлекательно, чем большинство государств. Однако размер НДС составляет 20%, что превышает ставки этого налога у партнеров по ЕАЭС. Это связано с тем, что Беларусь не имеет такого же количества месторождений сырья и прибыльных сырьедобывающих предприятий, как Россия и Казахстан, поэтому высокая ставка НДС обусловлена выполняемой этим налогом фискальной функцией (рисунок).



	Армения	Киргизия	Казахстан	Россия	Беларусь
налог на прибыль	17,6	6,4	16,2	8,8	10,8
подоходный налог		19,5	11,2	36,3	39,0
другие налоги	0,9	3,1	1,8	2,4	3,1
налоговая нагрузка	18,5	29,0	29,2	47,5	52,9

Рисунок – Структура налоговой нагрузки стран АЕЭС

Источник: собственная разработка на основании данных [7]

Проблема определения оптимального уровня налоговой нагрузки Республики Беларусь осложняется зависимостью республиканского бюджета от внешних факторов. В настоящее время порядка 20% доходов бюджета зависят от условий распределения вывозных таможенных пошлин на нефть, объемов экспорта калийных удобрений, цен на данные виды минерального сырья, объемов ввозных таможенных пошлин Таможенного союза. Также белорусская экономика остается восприимчивой к внешним шокам. В случае возникновения затруднений на внешних рынках, влекущих изменение объемов экспорта или цен в пределах 10-20%, потери бюджета могут составить около 1% ВВП [8, с. 24].

Поскольку вопрос привлечения инвестиций является первостепенным для Беларуси, прорабатывается возможность дальнейшего снижения ставки налога на прибыль. Совершенствуется порядок применения амортизационной премии (предусмотрено ее применение в качестве единовременного инвестиционного вычета как суммы, исчисленной в размере 10% первоначальной стоимости зданий, сооружений, передаточных устройств и в размере 20% от стоимости машин и оборудования) [9, с. 16]. При этом для сохранения сбалансированности налоговой системы требуется принятие компенсационных мер, в качестве которых рассматривается ревизия и отмена невостребованных и малоэффективных налоговых льгот, а также увеличение ставок акцизов и ресурсных платежей. Этот шаг позволит сохранить и усилить конкурентоспособность налоговой системы [8, с. 24].

Одной из особенностей налоговой системы является достаточно узкая налоговая база, что несет в себе определенные риски. Серьезное негативное влияние на объем поступлений оказывают применяемые налоговые льготы. Их общий объем оценивается в 16,8% к доходной части бюджета. Основная проблема состоит в том, что остается неизвестным, оправдывают ли себя данные затраты экономически. В связи с этим принимаются меры по расширению налоговой базы для обеспечения доходов бюджета [10, с. 141].

Приоритетным направлением налоговой политики является стимулирование инновационной активности посредством предоставления налоговых льгот предприятиям, осуществляющим экономическую деятельность по реализации наукоемких и

высокотехнологичных товаров, имущественных прав на объекты интеллектуальной собственности. В частности, с 2014 года предприятиям предоставляется право относить на затраты, учитываемые при налогообложении прибыли, затраты на научные исследования и (или) опытно-конструкторские и опытно-технологические работы с применением повышающего коэффициента до 1,5 [9, с. 16].

Таким образом, налоговая нагрузка в Республике Беларусь снижается за счет отмены части налогов, снижения их ставок, однако, по сравнению со странами ЕАЭС, остается высокой. Происходят изменения структуры налоговой нагрузки за счет ее перераспределения на физических лиц, расширяется налоговая база за счет отмены большинства льгот по налогообложению. Основным направлением совершенствования налоговой системы в ближайшие годы видится улучшение ее структуры за счет оптимизации составляющих элементов, направленных на снижение внутренних диспропорций. Главной задачей является поиск возможностей по снижению ставки налога на прибыль с целью повышения инвестиционной привлекательности и увязке с сокращением налоговых льгот, а также совершенствования процессов налогового администрирования.

Список литературы

1. Medina, L Shadow Economies Around the World: What Did We Learn Over the Last 20 Years? / L.Medina, F.Schneider. – IMF Working Paper No. 18/17 – p. 345.

2. Демиденко, М. Налоговая нагрузка и темпы экономического роста / М. Демиденко // Банкаўскі веснік. – Снежань 2006. – С. 12-20.

3. Кийко, Д. Основные направления повышения устойчивости налоговой системы / Д. Кийко // Финансы, аудит, учет. – 2013. № 3 (230). – С. 28-31.

4. Налоговая нагрузка на экономику Республики Беларусь // Министерство по налогам и сборам [Электронный ресурс]. – Минск, 2018. – Режим доступа: http://www.nalog.gov.by/ru/nalog-nagruzka- economica-ru. Дата доступа: 12.02.2018.

5. Рейтинг «Ведение бизнеса – 2016» // Doing Business [Электронный ресурс]. – Россия, 2017. Режим доступа: http://russian.doingbusiness.org/rankings. 12.02.2018.

6. Index of economic freedom 2017 [Electronic resource]. – 2017. – Mode of access: http://www.heritage.org/index. Date of access: 12.02.2018.

7. Paying taxes 2018 [Electronic resource]. – 2018. Mode of access: https://www.pwc.com. Date of access: 12.02.2018

8. Кийко, Д. Пути совершенствования налоговой системы / Д. Кийко // Финансы, аудит, учет. – 2015. – С. 24-29.

9. Меры фискальные и стимулирующие. // Финансы. Учет. Аудит. – 2014 №1. – с.15-18.

10.Теория налогов : курс лекций / И. А. Лукьянова. – Минск : БГЭУ, 2009. – 147 с.

The article analyzes the tax burden in the Republic of Belarus. The peculiarities of the taxation system are revealed and the directions of its improvement are determined.

Супрун Анастасия Александровна, студентка 2 курса специальности «Мировая экономика» факультета международных экономических отношений Белорусского государственного экономического университета, Минск, Беларусь. E-mail: suprun-anastasiya16@mail.ru.

Научный руководитель – ***Яхницкая Наталья Александровна,*** ассистент кафедры экономической политики Белорусского государственного экономического университета, Минск, Беларусь. E-mail: yachnickay@tut.by.

УДК 336.2

К. В. Сычевский

ПРИБЫЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ: ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ, ФУНКЦИИ И МЕХАНИЗМ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ

В статье проанализированы экономическое содержание и сущность прибыли, ее функции и механизм распределения, определены принципы распределения прибыли, выделены особые ставки налога на прибыль в Республики Беларусь, проанализированы ставки налога на прибыль в зарубежных странах.

Прибыль занимает одно из важных мест в общей системе стоимостных взаимоотношений рыночной экономики и представляет собой важнейший элемент экономического механизма управления общественным производством. В связи с чем, правильное понимание экономической природы прибыли, определение места прибыли во взаимоотношениях между различными экономическими субъектами, а также выявление места и роли государства в механизме распределения прибыли в современных условиях хозяйствования, представляется актуальным.

Проблема экономического содержания, функций и значения прибыли, а также механизма ее распределения исследовалась рядом отечественных и зарубежных экономистов, ученых и практиков. Анализ подходов исследователей к категории «прибыль» позволил установить, что прибыль целесообразно рассматривать в следующих аспектах:

1. прибыль как экономическая категория;
2. прибыль как финансовый результат;
3. прибыль как форма денежных накоплений [4, с. 11].

Прибыль как экономическая категория представляет собой совокупность экономических, распределительных, финансовых отношений, складывающихся по поводу образования, распределения и использования части вновь созданной стоимости, выступающей как приращение суммы средств, авансированных на осуществление хозяйственной деятельности, или как избыток над понесенными в ходе этой деятельности и связанными с нею издержками производства.

Экономическая сущность прибыли как экономической категории товарного хозяйства, ее объем и границы использования в рамках предпринимательских структур во многом зависят от воздействия стимула выгоды в условиях рынка. Сам же факт собственности позволяет владельцам принимать меры по увеличению величины прибыли.Экономическое содержание прибыли заключается не столько во внешнем ее проявлении, сколько во внутренней сущности, а формы проявления – в степени развитости товарного хозяйства.

В ходе проведенного исследования определено, что прибыль, как экономическая категория, выражает сложные экономические отношения между:

- предпринимателями (организациями) и работниками по поводу оплаты труда;
- самими предпринимателями (организациями) по поводу товарообменных операций;
- между предпринимателями (организациями) и государством по поводу взаимоотношений с бюджетом и государственными централизованными фондами;
- предпринимателями (организациями) и инвестиционными институтами и т.д.

Сущность прибыли, как экономической категории, проявляется в ее функциях. В современной экономической науке не сложилось единого мнения, что относить к функциям прибыли. Как правило, выделяют две основные функции прибыли – оценочную (меры эффективности, цели производства) и стимулирующую.

В первой функции прибыль характеризует экономический эффект, полученный в результате деятельности организации. Но, так как прибыль является универсальным показателем, для оценки конкретных сторон эффективности производства применяется система абсолютных и относительных показателей [3, с. 28].

Стимулирующая функция состоит в том, что прибыль является основным элементом источников финансовых ресурсов и резервов организаций, а осуществление принципа самофинансирования зависит от величины получаемой прибыли, так как доля прибыли, остающейся в распоряжении организации, должна быть достаточной для финансирования определенных мероприятий. Можно выделить и третью функцию прибыли – основного источника доходов государства, однако ее значение полностью зависит от системы государственного регулирования экономики и деятельности организаций.

Прибыль, как финансовый результат, представляет собой выраженный в денежной форме экономический итог хозяйственной деятельности организации.

В данном качестве прибыль выступает как один из основных обобщающих качественных показателей финансово-хозяйственной деятельности организации, как инструмент для измерения эффективности производства, который наиболее полно характеризует все стороны хозяйственной деятельности организации. Однако, значение прибыли как обобщающего качественного показателя, не следует преувеличивать, так как ее величина определяется во многом не зависящими от деятельности данной организации факторами (политика цен, изменение ставок налогов, структурные сдвиги в экономике и так далее).

И, наконец, *прибыль как форма денежных накоплений* организации представляет собой источник финансовых ресурсов, направляемых на потребление и накопление.

Следует отметить, что распределение и использование прибыли является важнейшим хозяйственным процессом, обеспечивающим покрытие потребностей предпринимателей и формирование доходов государства. При этом, механизм распределения прибыли должен быть построен таким образом, чтобы всемерно способствовать повышению эффективности производства. Объектом распределения является балансовая прибыль организации. Под ее распределением понимается направление прибыли в бюджет и по статьям использования в организации [3, с.256].

Анализ механизма распределения прибыли позволил нам сформулировать следующие принципы ее распределения:

– прибыль, получаемая организацией в результате производственно-хозяйственной и финансовой деятельности, распределяется между государством и организацией как хозяйствующим субъектом;

– прибыль для государства поступает в соответствующие бюджеты в виде налогов и сборов, ставки которых не могут быть произвольно изменены.

Кроме того, в ходе исследования методики распределения прибыли нами определено:

– во-первых, состав и ставки налогов, порядок их исчисления и взносов в бюджет устанавливаются законодательством Республики Беларусь;

– во-вторых, величина прибыли организации, оставшейся в ее распоряжении после уплаты налогов, не должна снижать его заинтересованности в росте объема производства и улучшении результатов производственно-хозяйственной и финансовой деятельности;

– в-третьих, прибыль, остающаяся в распоряжении организации, в первую очередь направляется на накопление, обеспечивающее его дальнейшее развитие, и только в остальной части – на потребление.

Прибыль, остающаяся в распоряжении организации, используется ею самостоятельно и направляется на дальнейшее развитие предпринимательской деятельности. Она подразделяется на две части. Первая, увеличивает имущество организации и участвует в процессе накопления. Вторая, характеризует долю прибыли, используемой на потребление

(выплата единовременного поощрения и пособия, уходящим на пенсию, а также надбавки к пенсиям, производятся расходы по оплате дополнительных отпусков сверх установленной законом продолжительности, оплачиваются расходы на бесплатное питание или питание по льготным ценам) [3, с.112].

При сокрытии сумм прибыли от налогообложения или взносов во внебюджетные фонды также взыскиваются штрафные санкции, источником уплаты которых является чистая прибыль. Это позволяет использовать ее наиболее эффективно и позволяет продолжить успешную финансовую деятельность.

В настоящий момент ставка налога на прибыль в Республике Беларусь составляет 18 %. В некоторых, определенных законодательством случаях, она может быть снижена, а именно:

1. налог на прибыль в размере 12% уплачивают производители высокотехнологичных товаров, работ и услуг, включенные в перечень, утвержденный Президентом;
2. на дивиденды установлена ставка налога на прибыль в размере 12 %;
3. производство лазерно-оптической техники, при условии, что доля такой продукции составляет не менее половины стоимости объема производства, облагается налогом по ставке 10 %;
4. члены созданной Белорусским государственным университетом научно-технологической ассоциации, в части выручки от реализации информационных технологий и услуг по их разработке составляет 5 % [1].

Данные ставки налогов снижают давление на высокотехнологичные производства и позволяют им использовать свободные денежные средства для расширения производства и наращивания мощностей. Данная политика оказывает положительное влияние на экономику регионов и Республики в целом, формирует благоприятные условия для вхождения новых компаний на данный рынок, что, в свою очередь, вызывает рост конкуренции, а, следовательно, и повышение качества выпускаемой продукции и оказываемых услуг.

Следует отметить, что ставка налога на прибыль в разных странах варьируется и зависит от различных показателей. Анализ ставок налога на прибыль в 2017 году в 10 крупнейших экономиках мира представлен в таблице.

Таблица – Ставка налога на прибыль в 2017 году в 10 крупнейших экономиках мира

Страна	Ставка налога, %	Объем ВВП, трлн. долл. США
США	40,00	18
Китай	25,00	11
Япония	30,86	4,4
Германия	29,79	3,4
Великобритания	19,00	2,9
Франция	33,33	2,4
Индия	35,00	2,1
Канада	26,50	1,6

Источник: собственная разработка автора на основании данных [2]

Данные ставки налога на прибыль свидетельствуют о том, что имеются различные подходы к налогообложению прибыли. Кроме того, в странах с высокими ставками (Япония, Франция, Бразилия, США) существует широкий перечень статей, которые идут на уменьшение налогооблагаемой базы. Еще одним важным фактором, который влияет на налоги на прибыль, является политическая обстановка в стране. Как правило, у кандидатов есть свои взгляды и программы касательно налоговый системы их страны, поэтому частные компании напрямую заинтересованы в победе конкретного кандидата и оказывают ему финансовую

помощь по ходу политической гонки. Ярким примером может служить США, где после избрания нового президента, была проведена налоговая реформа, результатом которой стало понижение ставки налога на прибыль до 21 % [2].

Особым субъектом в отношениях между государством и компаниями являются оффшорные зоны, налог на прибыль в которых в 2-5 раз меньше чем в среднем по миру. Законодательство таких стран построено на том, что крупные компании выводят деньги в банки оффшорных зон с целью минимизации крупных платежей по налогу на прибыль.

Таким образом, проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы:

1. прибыль как экономическая категория выполняет две функции: оценочную (меры эффективности, цели производства) и стимулирующую;

2. соблюдение принципов распределения прибыли позволяет соблюсти интересы государства и организации;

3. согласно законодательства государственные и негосударственные органы и организации не имеют права вмешиваться в процесс использования чистой прибыли организации;

4. ставки налога на прибыль колеблются в зависимости от налоговой системы и текущей политики государства.

Список литературы

1. Налоговый кодекс Республики Беларусь (особенная часть): принят Палатой представителей 11 декабря 2009 г.: одобрено Советом Республики 18 декабря 2009 г.: текст Кодекса по состоянию на 1 янв. 2018 г. // Эталон –Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой инф. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.

2. KPMG [Electronic resource] :Corporate tax rates table– Mode of access: https://home.kpmg.com. – Date of access: 13.02.2018.

3. Герасимова, В.И. Экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник / В.И. Герасимова, Г.Л. Харевич; под ред. В.И. Герасимовой. – Минск: Академия управления при президенте Республики Беларусь, 2008. –514 с.

4. Шишкин, А. К. Бухгалтерский учет и финансовый анализ на коммерческих предприятиях / А. К. Шишкин, С. С. Вартанян, В. А. Микрюков. – М.:ИНФРА-М, 2006. – 235 с.

The article analyzes the economic content of profits, its financial functions and distribution mechanisms, identifies special rates of profit tax in the Republic of Belarus, and examines the tax rates for profits in foreign countries.

Сычевский Кирилл Владимирович, магистрант 1 курса специальности «Финансы, денежное обращение и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: kirillsych95@mail.ru.

Научный руководитель – ***Тарасова Людмила Станиславовна,*** кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов и бухгалтерского учета Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: l.s.tarasova@mail.ru.

УДК 658.15

В. И. Тарасевич

ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТЬ И ЛИКВИДНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ

Изучены понятия платежеспособности, ликвидности и финансового состояния организаций, проанализировано финансовое состояние организаций реального сектора Республики Беларусь, а также кредиторская и дебиторская задолженности предприятий, выявлены и предложены пути повышения их финансовой устойчивости.

Понятия «ликвидность» и «платежеспособность» в современной экономической литературе часто не разграничиваются. Несмотря на то, что они очень схожи, между ними существуют определенные отличия.

Понятия платежеспособности и ликвидности очень близки, но второе более емкое. От степени ликвидности баланса зависит платежеспособность. В то же время, ликвидность характеризует как текущее состояние расчетов, так и перспективу. Организация может быть платежеспособной на отчетную дату, но иметь неблагоприятные прогнозы развития на перспективу.

Основой платежеспособности и ликвидности организации является ликвидность баланса. Ликвидность следует рассматривать как способ поддержания платежеспособности, но в то же время, если организация имеет высокий имидж и постоянно является платежеспособной, то ей легче поддерживать свою ликвидность.

Ликвидность (от лат. liquidus – жидкий, перетекающий) – экономический термин, обозначающий способность активов быть быстро проданными по цене, близкой к рыночной. Ликвидность баланса определяется как степень покрытия обязательств организации ее активами, срок превращения которых в деньги соответствует сроку погашения обязательств. Ликвидность – это способность фирмы быстро реагировать на неожиданные финансовые проблемы и возможности, увеличивать активы при росте объема продаж, возвращать краткосрочные долги путем обычного превращения активов в наличность [2].

Задача поддержания достаточного уровня ликвидности и платежеспособности является актуальной для всех организаций, так как от ее успешной реализации зависит развитие любого субъекта хозяйствования и стабильность экономики в целом. Эффективное управление ликвидностью и платежеспособностью организации осуществляется через формирование пропорций размещения ее ресурсов таким образом, чтобы обеспечить возможность превращения их в денежные средства в максимально короткий период.

Чтобы своевременно проводить денежные операции, возвращать кредиторам долги и отвечать по другим взятым на себя обязательствам, организация должна уделять большое внимание поддержанию своей ликвидности. Для повышения эффективности управления платежеспособностью необходимо постоянно анализировать и объективно оценивать ее уровень.

Платежеспособность оказывает положительное влияние на выполнение производственных планов и обеспечение нужд производства необходимыми ресурсами. Поэтому, платежеспособность направлена на обеспечение планомерного поступления и расходования денежных ресурсов, выполнение расчетной дисциплины, достижение рациональных пропорций собственного и заемного капитала и наиболее эффективного его использования. Чтобы выжить в условиях рыночной экономики и не допустить банкротства предприятия, нужно хорошо знать, как управлять финансами, какой должна быть структура

капитала по составу и источникам образования, какую долю должны занимать собственные средства, а какую заемные.

В практике финансового анализа различают текущую и долгосрочную платежеспособность. Под долгосрочной платежеспособностью понимается способность предприятия рассчитываться по своим долгосрочным обязательствам. Способность предприятия платить по своим краткосрочным обязательствам характеризует текущую платежеспособность.

Главная цель анализа платежеспособности – своевременно выявлять и устранять недостатки в финансовой деятельности и находить резервы улучшения платежеспособности.

Проведение анализа платежеспособности необходимо для руководителей и соответствующих служб предприятия, но его проведением могут заниматься и учредители, и инвесторы. В соответствии с этим, следует выделить внутренний и внешний анализ платежеспособности. Внутренний анализ проводится службами предприятия, и его результаты используются для планирования, прогнозирования и контроля. Его цель – установить планомерное поступление денежных средств и разместить собственные и заемные средства таким образом, чтобы обеспечить нормальное функционирование предприятия, получение максимума прибыли и исключение банкротства. Внешний анализ осуществляется инвесторами, поставщиками материальных и финансовых ресурсов, контролирующими органами на основе публикуемой отчетности. Его цель – установить возможность выгодно вложить средства, чтобы обеспечить максимум прибыли и исключить риск потери.

Оценка платежеспособности осуществляется на основе характеристики ликвидности текущих активов, т.е. времени, необходимого для превращения их в денежную наличность.

Платежеспособность является важнейшей характеристикой финансового состояния предприятия. Если организация платежеспособна, она имеет множество преимуществ перед другими организациями в привлечении инвестиций, в получении кредитов, в выборе поставщиков, в подборе квалифицированных кадров. Предприятие выплачивает своевременно заработную плату рабочим и служащим, налоги в бюджет, взносы в социальные фонды, дивиденды акционерам, проценты по кредитам банкам.

В условиях рыночной экономики предприятия сталкиваются с необходимостью оценки не только своего финансового положения, но и всестороннего изучения финансового положения своих партнеров, что достигается посредством проведения анализа финансового состояния.

Финансовое состояние предприятия – это его способность финансировать свою деятельность. Оно характеризуется обеспеченностью финансовыми ресурсами, необходимыми для нормального функционирования организации, целесообразностью их размещения и эффективностью их использования, финансовыми взаимоотношениями с другими юридическими и физическими лицами, платежеспособностью и финансовой устойчивостью [1].

В рыночной экономике финансовое состояние предприятия отражает конечные результаты его деятельности, которые интересуют не только собственников и работников, но и партнеров, банки, финансовые, налоговые и другие органы. Финансовое состояние предприятия может быть устойчивым, неустойчивым и кризисным. Способность предприятия своевременно производить платежи, финансировать свою деятельность на расширенной основе, поддерживать платежеспособность в неблагоприятных обстоятельствах свидетельствует о его устойчивом финансовом состоянии, и наоборот.

На финансовое состояние предприятия оказывают влияние внутренние и внешние факторы. Устойчивое финансовое положения является результатом управления всей совокупностью производственных и хозяйственных факторов, определяющих результаты

деятельности предприятия. Для его обеспечения предприятие должно располагать гибкой структурой капитала, уметь организовать его кругооборот таким образом, чтобы обеспечить постоянное превышение доходов над расходами с целью сохранения платежеспособности и создания условий для самофинансирования. На финансовое состояние оказывают влияние также и внешние факторы. Основными из них являются государственная политика в сфере налогов и финансирования расходов, процентная политика, государственная амортизационная политика, уровень безработицы и инфляции в стране и др. [2, с.225].

Оценка финансового состояния предприятий реального сектора экономики Республики Беларусь за период с 2014 по 2016 гг. представлена в таблице.

Таблица – Оценка финансового состояния предприятий реального сектора экономики Республики Беларусь за 2014-2016 гг.

Наименование показателей	01.01.2015 г.	01.01.2016 г.	01.02.2017 г.
Выручка от реализации товаров, работ, услуг, млн. руб.	142 951,5	157 547,4	171 797
Начисленные налоги и сборы из выручки, млн.руб.	18 111,5	19 638,5	21 748,6
Себестоимость реализованной товаров, работ, услуг, млн. руб.	114 639,7	126 003,3	137 449,6
Прибыль, убыток (-) от Реализации товаров, работ, услуг, млн. руб.	10 200,3	11 905,6	12 598,8
Прибыль, убыток (-) до налогообложения, млн. руб.	5 948,5	4 345,8	6 036,3
Чистая прибыль, млн. руб	4 486,5	2 780,3	4 304,3
Рентабельность продаж, %	7,1	7,6	7,3
Рентабельность реализованных товаров, работ, услуг, %	8,9	9,4	9,2
Доля убыточных организаций к общему числу организаций, %	14,3	21,7	19
Сумма убытка, млн. руб	1 937,3	4 060,8	2 548,5
Средства полученные из бюджета на покрытие убытков, млн. руб	1 956,5	1 904,1	1 938,7

Источник: собственная разработка автора на основании данных [3]

Анализируя данные таблицы, видно, что доля убыточных организаций существенно увеличивается. Так, в 2014 году данный показатель был на уровне 14,3 %, а к концу 2016 года он увеличился до 19 %.

Также можно отметить рост кредиторской и дебиторской задолженности, а также задолженности по кредитам предприятий реального сектора экономики. За 2014 – 2016 гг. кредиторская задолженность предприятий увеличилась на 39,4 %, дебиторская – на 79 %, а задолженность по кредитам возросла на 43,8 %. Эти тенденции представлены на рисунке.

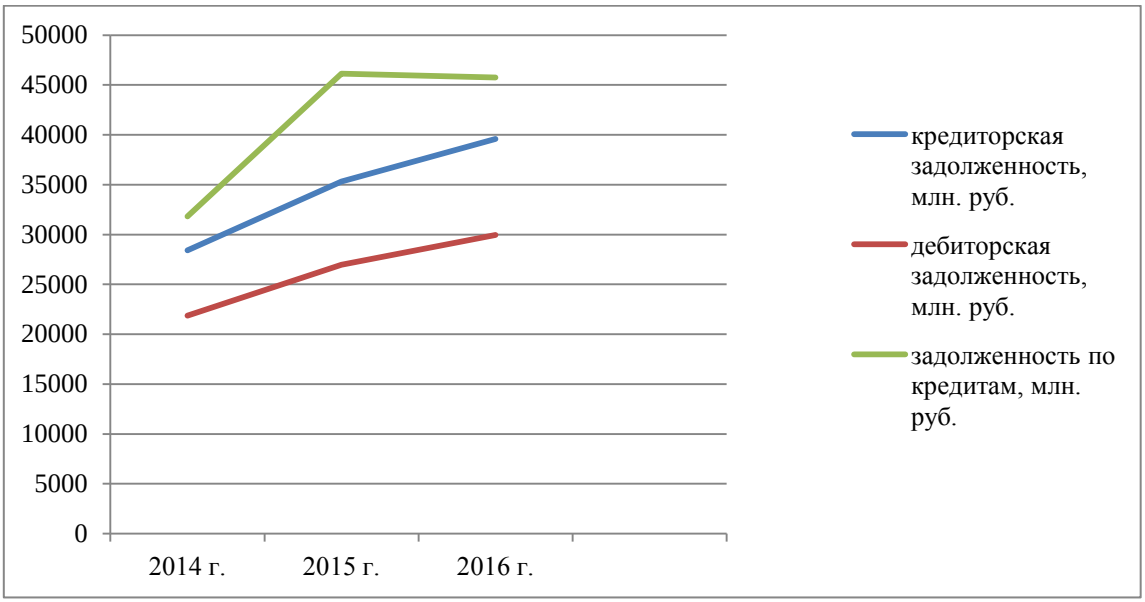


Рисунок – Кредиторская, дебиторская задолженность, задолженность по кредитам предприятий реального сектора экономики в период с 2014 по 2016 гг.

Источник: собственная разработка автора на основании данных [3]

Для укрепления финансового состояния и показателей финансовой устойчивости предприятия необходимо проведение следующих мероприятий:

– создать резервы из чистой прибыли организации, благодаря чему происходит повышение в стоимости имущества доли собственного капитала и увеличение величины источников собственных оборотных средств;

– усилить работы по взысканию дебиторской задолженности, что приводит к ускорению оборачиваемости оборотных средств и росту обеспеченности собственными оборотными средствами, а также увеличению суммы денежных средств предприятия;

– ускорить оборачиваемость дебиторской задолженности организации, влияющей на снижение величины запасов и затрат, повышение рентабельности продаж, ритмичности поступления средств от дебиторов, запас прочности по показателям платежеспособности.

В краткосрочном, среднесрочном и долгосрочном периодах эффективными следует признать такие мероприятия, как:

1) выделение в составе структурных подразделений и структурных единиц центров расходов и центров ответственности;

2) внедрение системы управленческого учета и анализа расходов в разрезе центров ответственности;

3) разработка эффективной и гибкой ценовой политики;

4) систематический контроль за использованием оборудования, проведение своевременной наладки производственных мощностей и другого оборудования с целью недопущения снижения качества продукции (работ, услуг);

5) разработка и внедрение эффективной системы материального стимулирования сотрудников.

Для управления процессом формирования величины прибыли необходимо организовать планирование финансово-хозяйственной деятельности, т.е. выявлять резервы, позволяющие увеличивать показатель прибыли и финансовую устойчивость. Описанные выше мероприятия позволят улучшить финансовое состояние и укрепить финансовую устойчивость организации.

Подводя итог проведенному исследованию, можно сделать вывод, что основой мероприятий по укреплению финансового состояния организации должна стать мобилизация всех внутренних резервов предприятия, максимальное использование которых позволит обеспечить стабильную и устойчивую работу. При этом, устойчивое финансовое состояние организации становится условием выживания в рыночной конкуренции, а также создает основу для производственного и социального развития организации.

Список литературы

1. Ионова, А. Ф. Финансовый анализ: учебник/ А. Ф. Ионова, Н. Н. Селезнева. – М.: Проспект, 2008. – 624 с.

2. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Г. В. Савицкая. – Минск : Новое знание, 2006. – 607 с.

3. Финансы предприятий реального сектора экономики в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http:// www.nbrb.by. – Дата доступа: 20.02.2018.

The concepts of solvency, liquidity and financial status of organizations were studied, the financial status of organizations in the real sector of the Republic of Belarus, as well as creditor and receivables of enterprises, were analyzed, and ways of increasing their financial stability were identified and proposed.

Тарасевич Вероника Ивановна, студентка 4 курса специальности «Финансы и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: veronika2670@mail.ru.

Научный руководитель – ***Чигрина Анастасия Игоревна***, магистр экономических наук, старший преподаватель кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: chigrina_ai@grsu.by.

УДК 336.027

Н. Н. Третьяк

НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ ДОХОДНОЙ БАЗЫ РЕСПУБЛИКАНСКОГО БЮДЖЕТА

Выявлены основные источники формирования доходной базы республиканского бюджета Республики Беларусь, проанализированы состав и структура налоговых доходов, рассмотрены задачи и роль налогов в системе государственного регулирования воспроизводственных процессов и налоговая политика в Республике Беларусь.

.

Важное место среди активно применяемых экономических рычагов отводится налогам, при помощи которых государство осуществляет воздействие на экономическое развитие. В условиях рыночной экономики государство использует регуляторы и инструменты налоговой политики для воздействия на рынки товаров, труда, капитала, инвестиций. В современном обществе налоги являются основным источником доходов государства. Налоговые поступления следует рассматривать фундаментом финансовой базы любого государства, а налоговую политику – одним из основных элементов механизма государственного воздействия на экономическое развитие.

Регулирование финансово– хозяйственной деятельности с помощью налогообложения реализуется через фискальную и стимулирующую функции налогов, что, с одной стороны,

должно решать задачу максимизации доходов государства, с другой стороны сокращение налоговой нагрузки на предпринимателей. Оптимизация налогообложения зависит от многих объективных и субъективных факторов, так как находится под воздействием экономики и политики. Согласно Программе социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016-2020 гг., бюджетно-налоговая политика должна быть направлена на повышение эффективности использования бюджетных средств, их концентрацию на приоритетные направления социально-экономического развития государства при сохранении социальной направленности бюджетных расходов и увеличении их доли на инновационное развитие. Планируется дальнейшая оптимизация налоговой системы для стимулирования экономического роста и инвестиционной активности.

На современном этапе экономического развития налоговая политика направлена на решение следующих задач:

– совершенствование структуры и механизмов взимания установленных налогов и сборов с ориентацией на максимальное приближение по их составу и периодичности уплаты к налоговым системам развитых стран;

– радикальное упрощение процедур налогового администрирования и контроля, укрепление позиций страны в мировых рейтингах;

– оптимизацию бюджетных расходов и повышение эффективности использования бюджетных средств;

– концентрацию бюджетных средств на приоритетных направлениях социально-экономического развития страны [5].

В таблице 1 представлена динамика состава и структуры доходов республиканского бюджета Республики Беларусь за 2014-2016 гг.

Таблица 1 –Динамика состава и структуры доходов республиканского бюджета Республики Беларусь за 2014-2016 г.

Показатель	2014		2015		2016		Темпы изменения, %	
	млрд. рублей	уд. вес, %	млрд. рублей	уд. вес, %	млрд. рублей	уд. вес, %	2015 к 2014	2016 к 2015
Общая сумма доходов	12,82	100	16,72	100	17,76	100	130,4	106,2
Налоговые доходы	10,23	79,8	12,74	76,2	13,09	73,7	124,5	102,7
Неналговые доходы	1,95	15,2	3,14	18,8	3,21	18,1	161,0	102,2
Безвозмездные поступления	0,64	5,0	0,84	5,0	1,46	8,2	131,3	173,8

Источник: собственная разработка автора на основании данных [2], [3], [4]

Анализ данных таблицы 1 показывает увеличение доходов республиканского бюджета за анализируемый период. Абсолютное увеличение доходов республиканского бюджета за 2015 год по сравнению с 2014 годом составило 30,4 %. В 2015 году они составляли 16,72 млрд. рублей, в 2016 г. увеличились до 17,76 млрд. рублей, что составляет 6,2 % относительного увеличения.

Наибольший удельный вес в структуре доходов республиканского бюджета традиционно занимают налоговые доходы. В 2016 году они составили 73,7% от общего объема налогов. Удельный вес налоговых доходов имеет тенденцию к сокращению (2014 г. – 79,8 %; 2015 г. – 76,2 %; 2016 г. – 73,7 %).

Абсолютный рост неналоговых доходов за период 2014 – 2015 гг. составил 61 %, что в относительном выражении составило 3,14 млрд. рублей. За период 2015 – 2016 гг. неналоговые доходы увеличились незначительно – 0,07 млрд. рублей в относительном выражении, что в абсолютном выражении составило 2,2 %.

По показателю безвозмездные поступления можно отметить положительную тенденцию роста. Динамика состава и структуры налоговых доходов Республики Беларусь за 2014 – 2016 гг. представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Динамика состава и структуры налоговых доходов республиканского бюджета за 2014-2016 г, млрд.рублей

	Год						Темпы изменения,%	
	2014	уд.вес, %	2015	уд.вес, %	2016	уд.вес, %	2015 к 2014	2016 к 201
Налоговые доходы	10,23	100	12,74	100	13,09	100	124,5	102,7
Налоги на доходы и прибыль	0,66	6,5	0,82	6,4	0,73	5,6	124,2	89,0
Налоги на товары(работы, услуги)	7,37	72,0	7,5	58,9	8,39	64,1	101,8	111,9
Налоговые доходы от внешнеэкономической деятельности	1,84	18,0	3,92	30,8	3,42	26,1	213,0	87,2
Другие налоги, сборы (пошлины) и другие *налоговые* доходы	0,36	3,5	0,5	3,9	0,55	4,2	138,9	110,0

Источник: собственная разработка автора на основании данных [2], [3], [4]

За анализируемый период следует отметить рост абсолютной суммы налоговых доходов. За период 2014 – 2015 гг. налоговые доходы увеличились на 24,5 %, за период 2015 – 2016 гг. – на 2,7 %. Наибольший удельный вес в налоговых доходах занимают налоги на товары, работы, услуги. Однако следует отметить тенденцию к снижения удельного веса данной группы в общей сумме налоговых доходов за 2014 - 2015 гг. Так, в 2014 г. они занимали 72 %, в 2015 г. снизились до 58,9 % в структуре, что в 2014-72%, В 2016 г. произошло увеличение налогов на товары, работы и услуги на 11,9 %, что составило 64,1 % от общей суммы налоговых доходов. Основным фактором, определившим изменение структуры налоговых доходов за 2014 - 2015 гг. явилось увеличение поступлений доходов от внешнеэкономической деятельности (на 113%.) за счет зачисления в 2015 году в бюджет Республики Беларусь вывозных таможенных пошлин от экспорта и возобновления взимания вывозной таможенной пошлины. Анализ структуры налогов на товары за 2014 – 2016 гг. представлен в таблице 3.

Таблица 3 – Структура налогов на товары за 2014-2016 г, %

	Удельный вес в %		
	2014	2015	2016
Налоги на товары (работы, услуги)	100	100	100
НДС	65,4	66,8	67,8
акцизы	28,8	25,9	26,1
налоги и сборы на отдельные виды деятельности	3,3	–	–
сбор за проезд автомобильных транспортных средств иностранных государств по автомобильным дорогам общего пользования Республики Беларусь	2,4	2,4	1,5
специальные сборы, пошлины	1,1	1,6	1,8
экологический налог	12,1	8,9	9,4
налог за добычу природных ресурсов	38,7	59,9	49,3

Источник: собственная разработка автора на основании данных [2], [3], [4]

Наибольший удельный вес в анализируемой группе налогов занимает налог на добавленную стоимость. Удельный вес НДС в 2015 г. составил 66,8 %, в 2016 г. – 67,8%. Увеличение НДС можно объяснить ростом объемов торговли, что обусловило повышение суммы налогов. Удельный вес налога за добычу природных ресурсов в 2014 г. составил 38,7%, в 2015 году – 59,9%. За 2016 год произошло незначительное снижение этого налога, и удельный вес составил – 49,3% .

Подводя итоги проведенному исследованию установлено, что налоги выполняют особую роль в системе государственного регулирования воспроизводственных процессов. Именно от выстраивания направлений налоговой политики происходит обеспечение решения важнейших экономических и социальных задач со стороны государства. Налоги являются основным источником доходов государства, следовательно налоговая политика должна быть направлена на их максимизацию, но, одновременно, налоги должны стать мощным регулятором хозяйственных и общественных отношений с целью обеспечения условий расширенного воспроизводства и стабильного функционирования экономики. Таким образом, все государственные решения по поводу изменения ставок налогообложения должны быть экономически обоснованы и просчитаны, чтобы осуществлять стимулирование или дестимулирование тех или иные экономических процессов, происходящих в обществе и во всех секторах экономики.

Список литературы

1. Министерство по налогам и сборам Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.nalog.gov.by/ru/– Дата доступа: 03.03.2018.

2. Об утверждении отчета об исполнении республиканского бюджета за 2014 год: Закон Респ. Беларусь, 16 июля 2015 г.,№304-З // Консультант Плюс : Беларусь.Технология [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь – Минск, 2015.

3. Об утверждении отчета об исполнении республиканского бюджета за 2015 год: Закон Респ.

Беларусь, 12 июля 2016 г.,№395-З // Консультант Плюс : Беларусь.Технология [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь – Минск, 2016.

4. Об утверждении отчета об исполнении республиканского бюджета за 2016 год: Закон Респ. Беларусь, 17 июля 2017 г., №49-З // Консультант Плюс : Беларусь.Технология [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь – Минск, 2017.

5. Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016-2020 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.economy.gov.by/uploads/files/Programma-2020.pdf /– Дата доступа: 03.03.2018.

The main sources of formation of the revenue base of the republican budget of the Republic of Belarus are identified, the structure of tax revenues is analyzed, and the tax policy in the Republic of Belarus is considered.

Третьяк Наталья Николаевна, студентка 4 курса специальности «Финансы и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: trietiak.96@mail.ru .

Научный руководитель – ***Чигрина*** **Анастасия Игоревна**, магистр экономических наук, старший преподаватель кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: chigrina_ai@grsu.by.

УДК 336.763

М. И. Фетисова

ВАЛЮТНЫЕ ОБЛИГАЦИИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В статье рассматриваются параметры выпуска валютных облигаций банков Республики Беларусь, проанализировано предложение облигаций в иностранной валюте на примере ОАО «АСБ Беларусбанк» и ОАО «Белагропромбанк».

В поиске альтернативных депозитам вариантов размещения иностранной валюты, вкладчики все чаще останавливают свой выбор на валютных облигациях, поскольку ставки по ним обычно выше, чем по банковским депозитам. Главное преимущество облигаций в том, что не нужно платить подоходный налог с дохода по ним. Облигации могут быть номинированы в белорусских рублях, долларах США, ЕВРО, российских рублях. Есть специфическое различие между облигациями для юридических и физических лиц. В то время как облигации для физических лиц реализуются по их номинальной стоимости, облигации для юридических лиц размещаются в текущих ценах, которые могут изменяться в течение всего срока обращения. Размещение облигаций осуществляется путем открытой продажи физическим лицам – резидентам и нерезидентам Республики Беларусь.

Чтобы оценить целесообразность размещения средств в облигации, следует проанализировать условия обращения данного банковского продукта. Какие банки страны сегодня готовы предложить этот вид сбережений и на каких условиях? Рассмотрим подробно предложения облигаций, номинированных в иностранной валюте на примере ОАО «АСБ Беларусбанк» и ОАО « Белагропромбанк» (таблицы 1 и 2).

Таблица 1 – Выпуски валютных облигаций юридических лиц, находящиеся в обращении ОАО «Беларусбанк», по состоянию на 01.01.2018 г.

Выпуск	Номинал, у.ед.	Размер дохода, %	Срок обращения	Валюта
175	1000	4	С 11.08.2014 по 11.08.2019	Доллар США
176	1000	4	С 11.08.2014 по 11.08.2019	Евро
177	1000	5,5	С 11.08.2014 по 11.08.2019	Российский рубль
188	1000	5	С 31.12.2014 по 20.12.2024	Доллар США
189	1000	5	С 31.12.2014 по 20.12.2024	Евро
202	1000	5	С 26.02.2016 по 28.02.2018	Доллар США
203	3000	5	С 26.02.2016 по 28.02.2018	Доллар США
204	5000	5	С 26.02.2016 по 28.02.2018	Доллар США
205	1000	5	С 26.02.2016 по 31.05.2018	Доллар США
206	5000	5	С 26.02.2016 по 31.05.2018	Доллар США
207	1000	5	С 26.02.2016 по 31.08.2018	Доллар США
208	5000	5	С 26.02.2016 по 31.08.2018	Доллар США
209	3000	5	С 26.02.2016 по 31.10.2018	Евро
210	3000	5	С 26.02.2016 по 31.10.2018	Евро
211	100	5	С 31.03.2016 по 01.04.2018	Доллар США
212	1000	3,5	С 19.05.2017 по 31.05.2019	Доллар США
213	3000	3,5	С 19.05.2017 по 31.05.2019	Доллар США
214	5000	3,5	С 19.05.2017 по 31.05.2019	Доллар США
215	100	3,5	С 01.06.2017 по 01.06.2019	Доллар США
216	100	3,5	С 01.06.2017 по 01.06.2019	Евро

Источник: собственная разработка на основе данных [2]

ОАО «АСБ Беларусбанк» является первопроходцем в этом направлении – облигации, как новый вид сбережений, были предложены этим банком первым в банковской системе и с тех пор он постоянно наращивает свое присутствие на отечественном рынке ценных бумаг. Начиная современную работу с облигациями с 2004 года, ОАО «АСБ Беларусбанк» завоевал свое доверие у клиентов. Первоначально ОАО «АСБ Беларусбанк» выпускал относительно небольшие объемы первых займов. Однако интерес к данному виду ценных бумаг у клиентов возрос, что стало предпосылкой того, что каждый последующий проспект эмиссии сопровождался увеличением объемов. Нельзя не сказать о том, что спросом пользуются как облигации в белорусских рублях, так и в иностранной валюте – долларах США и евро. ОАО «АСБ Беларусбанк» на протяжении всего срока работы с облигациями выпускал ценные

бумаги с различными номиналами. Новый вид сбережений оказался удобным дополнением к существующей у данного банка линейке продуктов. По сути, вложение в облигации равносильно вкладу, но процентные ставки выше большинства предложений по валютным вкладам. Ведь облигации не подвержены риску снижения ставки дохода: по зарегистрированному выпуску облигаций ее изменение уже невозможно. Такая премиальная доходность на фоне постоянно снижающихся ставок на рынке депозитов весьма привлекательна для клиентов. Выплата процентов в Беларусбанке и Белагропромбанке осуществляется 2 раза в год.

ОАО «Белагропромбанк» также осуществил несколько эмиссий валютных облигаций (таблица 2).

Таблица 2 – Выпуски валютных облигаций юридических лиц, находящиеся в обращении ОАО «Белагропромбанк», по состоянию на 01.01.2018 г.

Выпуск	Номинал, у.ед.	Размер дохода, %	Срок обращения	Валюта
196	1000	4,5	С 24.12.2014 по 24.12.2019	Евро
199	1000	4,5	С 29.12.2014 по 29.12.2019	Доллар США
209	1000	5	С 20.06.2016 по 10.07.2018	Доллар США
210	5000	5	С 20.06.2016 по 10.07.2018	Доллар США
211	1000	5	С 20.06.2016 по 10.07.2018	Евро
212	100000	12	С 02.08.2016 по 27.08.2018	Российский рубль
213	200000	12	С 02.08.2016 по 27.08.2018	Российский рубль
216	1000	4	С 26.12.2016 по 15.01.2019	Доллар США
217	5000	4	С 26.12.2016 по 15.01.2019	Доллар США

Источник: собственная разработка на основе данных [2]

Вкладчики ОАО «Белагропромбанк» обратили внимание на высокую фиксированную доходность процентных облигаций, возможность периодического получения дохода и досрочного погашения. Кроме того, с облигациями банка можно совершать любые предусмотренные законодательством сделки, в том числе куплю- продажу, дарение, залог. Доходы по облигациям не подлежат обложению подоходным налогом. Однако из данных таблиц 1 и 2 очевидно, что ставки по новым выпускам облигаций все больше приближаются к ставкам по депозитам. Проанализируем объемы выпущенных валютных облигаций, находящихся в обращении ОАО «Беларусбанк (таблица 3).

Таблица 3 – Объемы выпущенных валютных облигаций, находящихся в обращении ОАО «Беларусбанк» за 2015-2017 гг.

Параметр/год	2015	2016	2017	Изменение 2017 г. к 2015 г.
Количество выпусков	20	20	28	8
Количество облигаций	258000	2086000	2880800	2622800
Объем выпуска, млн.	2120	2080	2875	755

Источник: собственная разработка на основе данных [4]

Как видно из таблицы 3, к 2017 году количество выпусков валютных облигаций увеличилось с 20 до 28. Количество облигаций при этом также возросло с 258000 в 2015 году до 2880800 в 2017, хотя в 2016 году претерпевало спад до 2086000

Динамика объемов выпуска изображена на рисунке 1.

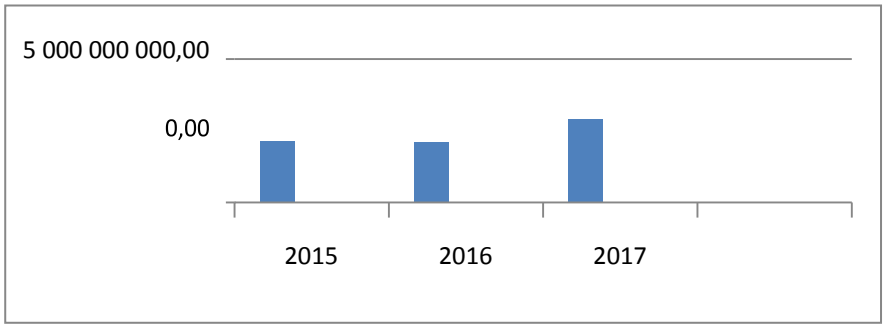


Рисунок 1 – Динамика объемов валютных облигаций ОАО «Беларусбанк» за 2015- 2017 гг.

Источник: собственная разработка на основе данных [4]

Беларусбанк, продавая своим клиентам облигации, получает дополнительные финансовые ресурсы, которые пойдут на собственное развитие и развитие белорусской экономики. Как видно из данных таблицы 3, количество облигаций в исследуемый период претерпевало существенные колебания, однако в настоящий момент находится на подъеме, что означает рост заинтересованности клиентов в покупке валютных облигаций.

Далее проанализируем объемы выпущенных валютных облигаций, находящихся в обращении ОАО «Белагропромбанк» (таблица 4).

Таблица 4 – Объемы выпущенных валютных облигаций, находящихся в обращении ОАО «Белагропромбанк», за 2015-2017 гг.

Параметр/год	2015	2016	2017	Изменение 2017 г. к 2015 г.
Количество облигаций	306000	302000	273000	-33000
Объем выпуска, млн.	1270	8950	2170	900

Источник: собственная разработка на основании данных [5]

Исходя из данных таблицы 4, можно заметить, что в 2016 году выпуск валютных облигаций ОАО «Белагропромбанк» был наибольшим за исследуемый период, достигнув размера в 8950 млн., а затем объемы резко снижаются. Количество облигаций при этом снизилось на 33000 (с 306000 в 2015 году до 273000 облигаций в 2017 году). Проиллюстрируем это с помощью рисунка 2.

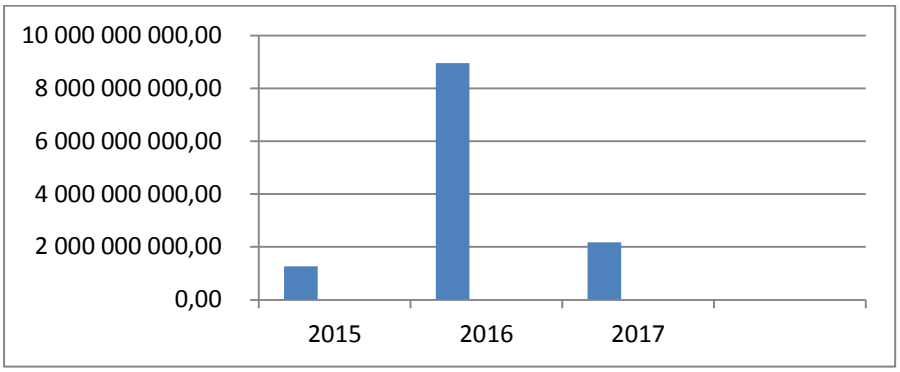


Рисунок 2 – Динамика объемов валютных облигаций ОАО «Белагропромбанк» за 2015-2017гг.

Источник: собственная разработка на основании данных [5]

Еще один банк в РБ – «Альфа-банк» – осуществляет эмиссию валютных облигаций номиналом 1000 долларов США (доходность 4-5 %) и 1000 евро (доходность 2,5-3 %). В Альфа-Банке минимальная сумма сделки для физических лиц составляет 20 000 долларов в эквиваленте.

В 2016 году ОАО «АСБ Беларусбанк» первым не только в Беларуси, но и на территории СНГ, внедрил технологию онлайн-покупки облигаций. Это было ново, неординарно и вызывало повышенный интерес. «Беларусбанк» приступил к размещению новых выпусков Интернет-облигаций банка, номинированных в долларах США и евро. Объем эмиссии – 30 миллионов долларов США и 20 миллионов евро. Приобрести ценные бумаги можно как в валюте номинала облигации, так и в белорусских рублях. В исследуемый период 5 %-я доходность с валютных вложений в Беларуси не встречается (в отличие от интернет-облигаций), это выше доходности большинства безотзывных депозитов, предлагаемых белорусскими банками физическим лицам. Невысокий номинал одной интернет-облигации «Беларусбанка» – всего 100 долларов США – делает их доступными широкому кругу частных инвесторов. Обеспечение этих облигаций залогом государственных ценных бумаг равнозначно государственной гарантии. Банк не погашает интернет-облигации досрочно, но их можно продать. Вторичный рынок этих ценных бумаг не ограничен. То есть, до наступления срока погашения ценных бумаг владелец может перепродать их другому физическому лицу. Фактически такая особенность приравнивает интернет-облигации к отзывным банковским депозитам. Новинка от ОАО «АСБ Беларусбанк» – интернет-облигации эмитированы в бездокументарной форме и являются «продвинутой версией» традиционных бумажных облигаций. Приобрести ценные бумаги можно посредством системы «Интернет-банкинг» с использованием платежной карты как в валюте номинала облигации, так и в белорусских рублях.

Интернет-облигации имеют ряд преимуществ не только по сравнению с документарными облигациями, но и с банковскими депозитами:

- возможность приобретать облигации круглосуточно, не выходя из дома;
- получение дохода по облигациям без посещения банка;
- никаких комиссий при покупке облигаций и получении дохода по ним;
- возможность купить валютные облигации за валюту, и за белорусские рубли;
- возможность досрочно вернуть вложенные средства путем продажи облигаций до срока погашения на вторичном рынке – все выплаты по облигациям осуществляются «автоматически» строго в установленные даты (проценты выплачиваются раз в три месяца);
- полностью исключен риск утери или утраты облигаций, т.к. они хранятся на персонифицированном счете «депо» в депозитарии ОАО «АСБ Беларусбанк»;

- бесплатное и дистанционное открытие счета «депо» в депозитарии банка для хранения приобретенных облигаций;
- доступ клиента к просмотру своего счета «депо» в режиме онлайн.

Для того чтобы облигации юридических лиц применялись как финансовый инструмент, на них должен быть спрос со стороны тех субъектов экономики, которые имеют временно свободные денежные средства.

Когда речь заходит о преимуществах облигаций перед вкладами, можно выделить несколько важных аспектов: более высокая доходность, возможность оставить в тайне размер своих сбережений при покупке облигаций на предъявителя и при этом получать гарантированный доход, возможность беспрепятственной передачи облигаций «На предъявителя» третьим лицам, использование облигаций – это возможность расширить список инструментов сбережения. Однако стоит иметь ввиду, что, если возврат банковских вкладов в нашей стране гарантирован государством, то на облигации такие гарантии не распространяются. Альтернативой депозиту облигации являются не всегда, т.к. комиссии брокера при покупке корпоративных ценных бумаг запросто могут «съесть» львиную долю дохода, если приобрести, скажем, 2-3 облигации. А вот в том случае, если в покупку ценных бумаг будет вложена крупная сумма средств, да еще под высокие ставки выгода по сравнению с вкладом будет очевидна.

Таким образом, предложения по размещению иностранной валюты являются весьма привлекательными, в то время как предложение по размещению белорусских рублей в облигации не имеет существенных преимуществ перед банковскими вкладами, с учетом постоянно растущих ставок по ним.

Список литературы

1. Белагропромбанк размещает валютные облигации для физических лиц [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belta.by/newscompany/view/belagroprombank- razmeschaet-valjutnye-obligatsii-dlja-fizicheskih-lits-pod-5-godovyh-179429-2016/– Дата доступа: 23.02.2018

2. Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.nbrb.by/ – Дата доступа: 21.02.2018

3. Никифорова, В. Д. Рынок ценных бумаг: учеб. пособие / В. Д. Никифоров // СПб.: Издательство СПбГУЭФ, 2010. – 159 с.

4. ОАО «АСБ Беларусбанк» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://belarusbank.by/ – Дата доступа: 21.02.2018.

5. ОАО «Белагропромбанк» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belapb.by/ – Дата доступа: 21.02.2018.

In the article discusses the features of foreign currency bonds issue in the Republic of Belarus, namely: offers of foreign currency bonds for individuals on the example of JSC "Belarusbank" and JSC "Belagroprombank".

Фетисова Марина Игоревна, студентка 3 курса специальности «Финансы и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: marina.fetisova.98@gmail.com

Научный руководитель – ***Цветкова Марина Анатольевна***, м.э.н., старший преподаватель кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: cvetkova_ma@grsu.by.

УДК 336.7

Н. Хамитхан

ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ ДЕПОЗИТНЫХ ОПЕРАЦИЙ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В СООТВЕТСТВИИ СО СТАНДАРТАМИ КАЧЕСТВА

Согласно требованиям Системы менеджмента качества коммерческие банки применяют стандарты качества банковской деятельности с целью повышения эффективности и конкурентоспособности на межбанковском рынке. На основе общепринятых стандартов СМК по ISO 9000 коммерческий банк индивидуально формирует систему качества в соответствии с её целями и задачами, спецификой внешнего окружения и внутренними особенностями деятельности. Система менеджмента качества является неотъемлемой частью корпоративного управления банком. От эффективности данной системы зависят успех и качество системы управления банка в целом. Стандарты качества банковской деятельности необходимы для решения проблемы качества оказываемых банковских услуг, определяющих ответственность и безопасность банковского бизнеса.

Политика в области обеспечения качества услуг является составной частью корпоративной политики коммерческих банков и определяет стратегию, приоритетные цели и обязательства перед потребителями и обществом.

Конкурентоспособность банка и его позиция на рынке напрямую зависят от качества продуктов/услуг, стабильности бизнес-процессов, удовлетворенности и доверия клиентов. Особо актуальным это становится в периоды экономической нестабильности.

Предоставление услуги пользователю предполагает утверждение спецификации на способы предоставления услуги, контроль за её соблюдением и коррекцию процессов при возникновении отклонений. В этой связи, деятельность по управлению качеством включает постоянное наблюдение и контроль за процессом на всех этапах предоставления услуги для предупреждения нежелательных явлений, в том числе случайных и систематических ошибок и неудовлетворенности пользователя. Конечная оценка услуги проводится на этапе непосредственного контакта пользователя и производителя услуги, что позволяет последнему составить объективное мнение о качестве услуги.

Согласно требованиям Системы менеджмента качества коммерческие банки применяют стандарты качества банковской деятельности с целью повышения эффективности и конкурентоспособности на межбанковском рынке. На основе общепринятых стандартов СМК по ISO 9000 коммерческий банк индивидуально формирует систему качества в соответствии с её целями и задачами, спецификой внешнего окружения и внутренними особенностями деятельности. Система менеджмента качества является неотъемлемой частью корпоративного управления банком. От эффективности данной системы зависят успех и качество системы управления банка в целом.

Стандарты качества банковской деятельности необходимы для решения проблемы качества оказываемых банковских услуг, определяющих ответственность и безопасность банковского бизнеса.

В связи с тем, что банки в основном работают с привлечёнными денежными средствами, депозитные операции коммерческого банка являются основным источникам формирования ресурсов, т.е. фондирования банка, которое позволяет осуществлять кредитные операции. Поэтому, важным вопросом является оптимальная организация депозитной политики банка с целью удовлетворения потребностей клиентов и работы самого банка.

Учитывая значение, роль и применение стандартов качества банковской деятельности обозначим основные результаты, которые получит банк от построения СМК по ISO 9000 [1]:

1. повышение качества предоставления банковских продуктов и услуг;
2. повышение удовлетворенности клиентов;
3. увеличение продаж банковских продуктов и услуг, усиление конкурентного преимущества;
4. повышение прибыли и имиджа банка;
5. формализация и оптимизация деятельности банка;
6. паспространение успешных технологий и стандартов работы на филиалы, развитие бизнеса;
7. факт наличия сертификата соответствия ISO 9000 у банка расширяет возможности сотрудничества с иностранными инвесторами и партнерами, крупными финансовыми институтами.

Стандарт качества банковской деятельности по депозитным операциям (далее – Стандарт) устанавливает единые требования:

– к процессу осуществления кредитными организациями депозитных операций, который представляет собой комплекс взаимосвязанных организационных, информационных, финансовых и юридических мероприятий, объединенных единой технологией, направленной на удовлетворение потребностей клиентов в сохранении и приумножении своих денежных средств;

– к качеству предоставляемых кредитными организациями продуктов по привлечению средств юридических и физических лиц;

– по повышению качества депозитных операций [2].

Предметом настоящего Стандарта является процесс осуществления кредитными организациями пассивных депозитных операций, т.е. операций по привлечению средств. Активные депозитные операции – размещение временно свободных ресурсов одних кредитных организаций в другие, в том числе депозитные операции центрального банка (депозитные аукционы; депозитные операции по фиксированной процентной ставке; депозитные операции, проводимые с использованием специальных программно-технических средств; депозитные операции на основе отдельных соглашений с центральным банком) – не входят в область регулирования данного Стандарта.

Определенные в Стандарте требования соответствуют передовой отечественной и международной практике и не противоречат требованиям международных стандартов качества.

Стандарты качества банковской деятельности (СКБД):

- стандарт качества организации управления кредитным риском в банковских организациях;
- стандарт качества управления взаимоотношениями с потребителями банковских услуг;
- стандарт качества организации внутреннего контроля в банках и др.

Приведем пример условных требований к продуктовому бизнес-процессу «Вклады» и соответствующему продукту банка для управляемого уровня зрелости бизнес-процесса.

Продуктовые требования. В банке проводится анализ клиентских сегментов и их потребностей. Линейка банковских вкладов ориентирована на различные сегменты клиентов. Информация о вкладах доведена до клиентов, достоверна, понятна клиентам и не содержит скрытых («подводных») элементов. В банке детально проработаны, контролируются и адаптируются под требования клиентов количественные (процентные ставки, сроки) и качественные (названия вкладов, условия договоров и др.) характеристики вкладов. При обслуживании клиентов реализуется индивидуальный подход.

Технологические требования. Требования к бизнес-логике (технологии) процесса «Вклады». Список необходимых процедур процесса «Вклады». Успешные практики (Best practice) по реализации бизнес-процесса «Вклады» и соответствующих технологий.

Организационные требования. Требования к участникам бизнес-процесса «Вклады», их ответственность за нормальное функционирование и качество бизнес-процесса.

Управленческие требования. В банке имеются необходимые документы для управления процессом «Вклады» и его нормального функционирования: регламент процесса, процентная политика, инструкции и правила по выполнению операций по вкладам (в том числе в автоматизированной банковской системе).

В банке периодически проводятся планирование, анализ и контроль всех операций, параметров, показателей по вкладам. Проводится оценка степени удовлетворенности вкладчиков, принимаются необходимые корректирующие/предупреждающие действия.

Информационные требования. Все информационные потоки в рамках бизнес-процесса «Вклады» стандартизованы. Информация о клиентах, операциях надежно защищена, хранится в единой базе данных (либо на бумажных носителях в структурированном виде), может быть представлена в удобном для анализа виде и для генерации отчетности.

Программно-технические требования. Используемое программно-техническое оборудование позволяет бесперебойно, в кратчайшие сроки и с высоким уровнем качества проводить операции по вкладам. Все необходимые процедуры бизнес-процесса «Вклады» автоматизированы. Программно-техническое оборудование модернизируется и обновляется в соответствии с развитием технологий.

Кадровые требования. В банке разработан и соблюдается кодекс корпоративной культуры, устанавливающий для сотрудников требования к форме одежды и взаимодействию (общению) с клиентами (в том числе работающих по «Вкладам»). Сотрудники обладают необходимыми профессиональными навыками и знаниями для работы по «Вкладам», а также высокими личностными качествами. Для сотрудников установлена система мотивации, зависящая от результатов и качества их работы по «Вкладам». В банке имеются учебные материалы по продукту «Вклады», на постоянной основе организовано обучение/повышение квалификации сотрудников.

Имущественной-технические требования. Помещения банка обеспечивают необходимый уровень безопасности, сохранность банковской и коммерческой тайны. Есть отделенные от общего зала кассы для выполнения расчетно-кассовых операций (в том числе по вкладам). Помещения ориентированы на полное удовлетворение потребностей клиентов. Все помещения оформлены в фирменном стиле банка, в принятых в банке цветовых и дизайнерских решениях. Обеспечены комфортные условия для ожидания вкладчиками очереди (удобная мебель, столы/стойки, вода/кофе) [3].

Банкам обслуживания следует активно подходить к оценке и учету степени удовлетворенности клиентов. Необходимо принимать во внимание как положительные, так и отрицательные оценки пользователей и своевременно выявлять их возможные последствия для будущей деятельности.

Таким образом, соблюдение коммерческими банками требований Системы менеджмента качества является необходимым условием эффективной и конкурентоспособной деятельности на финансовом рынке в целях соблюдения интересов клиентов и банка. Организация депозитных операций коммерческого банка на основе стандарта качества банковской деятельности позволяет улучшить и оптимизировать структуру депозитной политики.

Список литературы

1. Официальный сайт Международной организации по стандартизации [Электронный ресурс] –Режим доступа: http: // www.iso.org. – Дата доступа: 15.02.2018.
2. ИСО 9000:2005 «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь»
3. Окрепилов В. В. Международные стандарты. Международные организации по стандартизации / В. В. Окрепилов // Менеджмент Качества – 2013. – № 1. – С. 352-355.

According to requirements of the Quality management system commercial banks apply the quality standards of bank activity for the purpose of increase in efficiency and competitiveness in the interbank market. On the basis of the SMK standard standards according to ISO 9000 the commercial bank individually forms the quality system according to her purposes and tasks, specifics of an external environment and internal features of activity. The quality management system is an integral part of corporate management by bank. Success and quality of a control system of bank in general depend on efficiency of this system. The quality standards of bank activity are necessary for a solution of the problem of quality of the rendered banking services defining responsibility and safety of banking business.

Хамитхан Назгуль, докторант 1 курса специальности «Финансы» АО «Финансовая Академия», Астана, Казахстан, E-mail: nazen67@mail.ru

Научный руководитель – ***Искакова Загира Дуйсембаевна,*** доктор экономических наук, профессор кафедры «Финансы» АО «Финансовая Академия», Астана, Казахстан. E-mail: isakova_zd@mail.ru.

УДК 338.5

И. С. Цыплакова

АНАЛИЗ ПРИБЫЛИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ В ОАО «ГРОДНОРАЙАГРОСЕРВИС»

Проведен анализ прибыли и рентабельности в организации ОАО «Гроднорайагросервис». Изучены анализ и структура прибыли предприятия, рентабельность выпускаемой продукции и выявлены резервы их роста. Внесено предложение по повышению размера прибыли предприятия.

В условиях рыночной экономики и переходного к ней периода целевой функцией предприятия становится прибыль. Прибыль является важным источником финансирования развития и совершенствования производства, удовлетворения хозяйственных нужд, социальных потребностей работников и собственников используемого капитала.

В современных условиях важным фактором дальнейшего развития любого предприятия является превышение поступлений денежных средств по сравнению с платежами. От наличия или отсутствия доходов будет зависеть в конечном счете возможность функционирования фирмы, ее конкурентоспособность и финансовое состояние.

В свою очередь, важнейшими факторами роста доходов предприятия являются увеличение объема производства и реализации продукции, внедрение научно-технических разработок, а, следовательно, повышение производительности труда, снижение себестоимости, улучшение качества продукции. В условиях развития предпринимательской деятельности создаются объективные предпосылки реального претворения в жизнь указанных факторов.

В системе бухгалтерского учета за отчетный период определяется финансовый результат, который представляет собой прирост или уменьшение собственного капитала организации в процессе ее деятельности и называется чистым доходом (прибылью),

свидетельствующим о приросте вложенного собственником капитала, или чистым убытком (уменьшение капитала). Для определения прибыли или убытка организации в конце каждого отчетного периода осуществляется сопоставление полученных организацией доходов с понесенными при этом расходами [1, с. 455].

В процессе анализа необходимо изучить состав прибыли, ее структуру и динамику. Анализ динамики и состава прибыли ОАО «Гроднорайагросервис» за 2014-2016 гг. представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Динамика и состав прибыли (убытка) ОАО «Гроднорайагросервис» за 2014-2016 гг.

Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Отклонение (+;-)		Темп изменения, %	
				2015 к 2014	2016 к 2015	2015 к 2014	2016 к 2015
1	2	3	4	5	6	7	8
1. Выручка от реализации товаров, продукции, работ, услуг, тыс руб.	4214	4600	4982	386	382	109,2	108,3
2. Себестоимость реализованных товаров, продукции, работ, услуг, тыс руб.	2852	3265	3252	413	-13	114,5	99,6
3.Валовая прибыль, тыс руб.	1362	1335	1730	-27	395	98	129,6
4. Управленческие расходы, тыс руб.	338	377	515	39	138	111,5	136,6
5. Расходы на реализацию, тыс руб.	323	314	416	-9	102	97,2	132,5
6. Прибыль (убыток) от реализации товаров, продукции, работ, услуг, тыс руб.	700	644	799	-56	155	92	124,1
7. Прочие доходы по текущей деятельности, тыс руб.	834	809	1277	-25	468	97	157,8
8. Прочие расходы по текущей деятельности, тыс руб.	1098	1203	1824	105	621	109,6	151,6
9. Прибыль (убыток) от текущей деятельности, тыс руб.	436	250	252	-186	2	57,3	100,8
5. Прибыль (убыток) от инвестиционной деятельности, тыс руб.	-2	5	-	7	-5	-250	0
6. Прибыль (убыток) от финансовой деятельности, тыс руб.	-113	-126	-126	-13	0	111,5	100
7. Прибыль до налогообложения, тыс р.	320	129	126	-191	-3	40,3	97,7
8.Налог на прибыль, тыс руб.	102	88	111	-14	23	86,3	126,1
9.Прочие налоги и сборы, исчисляемые из прибыли (дохода), тыс руб.	33	29	7	-4	-22	87,9	24,1
10.Чистая прибыль, тыс руб.	186	12	8	-174	-4	6,5	66,7

Источник: собственная разработка на основании данных предприятия

Оценив динамику источников формирования прибыли организации за 2014-2016 гг. по данным таблицы 1, следует отметить рост прибыли по текущей деятельности только на 2 тыс. руб. или 0,8 %. Данный факт, в первую очередь, был обусловлен ростом прибыли от реализации товаров на 155 тыс руб. или на 24,1 %, ростом прочих доходов по текущей деятельности на 468 тыс. руб. или на 57,8 % и значительным ростом прочих расходов по текущей деятельности на 621 тыс. руб. или 51,6 %.

Прибыль от реализации выросла на 155 тыс. руб. или на 24,1%.

В целом, наращивание валовой прибыли на 395 тыс. руб. или на 29,6 % было связано с превышением темпа роста выручки от реализации (108,3 %) по сравнению с темпом роста себестоимости реализованных товаров (99,6 %).

Наращивание объемов выручки от реализации товаров, послужившей ростом финансовых результатов в 2016 году, обусловлено ростом цен на реализованные товары, а также увеличением объема производства.

Структуру прибыли ОАО «Гроднорайагросервис» представим в таблице 2.

Таблица 2 – Состав и структура прибыли ОАО «Гроднорайагросервис» за 2014-2016 гг.

Показатели	2014 г.		2015 _ г.		2016 г.		Изменение структуры, п.п.	
	тыс. руб.	доля, %	тыс. руб.	доля, %	тыс. руб.	доля, %	015 к 2014	016 к 2015
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Прибыль от текущей деятельности, тыс р.	436	136,3	250	193,8	252	200	57,5	6,2
2. Прибыль (убыток) от инвестиционной деятельности, тыс р.	-2	-0,6	5	3,9	0	0	4,5	-3,9
3. Прибыль (убыток) от финансовой деятельности, тыс р.	-113	-35,3	-126	-97,7	-126	-100	-62,4	-2,3
4. Прибыль до налогообложения, тыс р.	320	100	129	100	126	100	-	-
5.Налог на прибыль, тыс р.	102	31,9	88	68,2	111	88,1	36,3	19,9
6.Прочие налоги и сборы, исчисляемые из прибыли (дохода), тыс р.	33	10,3	29	22,5	7	5,6	12,2	-16,9
7.Чистая прибыль, тыс р.	186	58,1	12	9,3	8	6,3	-48,8	-3

Источник: собственная разработка на основании данных предприятия

Как показывают данные таблицы 2, общая сумма брутто-прибыли за исследуемый период снизилась на 191 тыс руб. Наибольшую долю в ее составе занимает прибыль от

текущей деятельности. Доля чистой прибыли, как и ее сумма, имеет тенденцию к снижению. Ниже представлена динамика показателей рентабельности деятельности ОАО «Гроднорайагросервис» (таблица 3).

Таблица 3 – Динамика показателей рентабельности деятельности ОАО «Гроднорайагросервис» за 2014-2016 гг.

Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Отклонение, +, -	
				2015 к 2014	2016 к 2015
1. Выручка от реализации продукции (товаров, работ, услуг), тыс р.	4214	4600	4982	386	382
2. Полная себестоимость реализованной продукции (товаров, работ, услуг), тыс р.	3513	3956	4183	443	227
3. Прибыль от реализации продукции (товаров, работ, услуг), тыс р.	700	644	799	-56	155
4. Показатели рентабельности, %					
4.1. Рентабельность продаж (стр. 3 : стр. 1*100)	16,6	14	16	-2,6	2
4.2. Рентабельность продукции (стр. 3 : стр. 2 * 100)	19,9	16,3	19,1	-3,6	2,8

Источник: собственная разработка на основании данных предприятия

Итак, рентабельность продаж в ОАО «Гроднорайагросервис» в 2016 г. выросла на 2%. Обусловлено это более быстрыми темпами роста прибыли от реализации, чем выручки. Рентабельность продукции также выросла в 2016 г. (+2,8%) и составила 19,1 %.

Проанализируем факторы, повлиявшие на изменение общей рентабельности продаж (таблица 4).

Таблица 4 – Расчет влияния прибыли от реализации продукции и выручки от реализации на изменение рентабельности продаж

Показатели	2015 г.	2016 г.	Отклонение	Расчет влияния факторов
.Прибыль от реализации продукции, тыс р.	$П_0 =$ 644	$П_1 =$ 799	$\Delta П =$ +155	$\Delta R_П = \frac{П_1 \times 100}{B_0} - \frac{П_0 \times 100}{B_0} =$ $= \frac{799 \times 100}{4600} - 14 = 3{,}37\ \%$
2. Выручка от реализации, тыс.руб.	$B_0 =$ 4600	$B_1 =$ 4982	$\Delta B =$ 382	$\Delta R_B = \frac{П_1 \times 100}{B_1} - \frac{П_1 \times 100}{B_0} =$ $= 16 - 17{,}37 = -1{,}37\ \%$
3. Рентабельность продаж, %	$R_0 =$ 14	$R_1 =$ 16	$\Delta R =$ +2	$\Delta R = \Delta R_П + \Delta R_B =$ $= 3{,}37 - 1{,}37 = +2\%$

Источник: собственная разработка на основании данных предприятия

Таким образом, рентабельность продаж ОАО «Гроднорайагросервис» в 2016 г. выросла по сравнению с 2015 г. на 2 %, в том числе за счет роста прибыли от реализации продукции она выросла на 3,37 % и за счет роста выручки от реализации продукции она снизилась на 1,37 %.

Для повышения эффективности деятельности исследуемой организации и увеличения выручки от реализации продукции, работ, услуг можно предложить задействовать пустующие склады. Проектным мероприятием будет рациональное использование складских помещений, а именно оказание услуг по ответственному хранению товаров.

Свободная полезная площадь составляет 768 метров квадратных.

Количество паллетомест, умещающихся на данной площади, определяется как отношение свободной полезной площади к площади паллетоместа. Паллетоместо имеет размер 800х1200х1800 мм (ширина, глубина, высота). Следовательно, площадь одного паллетоместа составляет 0,96 метров квадратных. Количество паллетомест = 768 : 0,96 = 800 мест.

Основные затраты, необходимые для осуществления услуг по ответственному хранению, в месяц составляют 7807 бел. руб.

Для ОАО «Гроднорайагросервис» экономическую выгоду от данного вида деятельности будем рассчитывать из планируемой прибыльности в размере 30% (для того, чтобы было преимущество перед конкурентами по данному виду деятельности).

Расчёт отпускной цены паллетомест с НДС составляет 0,5075 руб.

Проведём расчёт выручки от оказания услуг по ответственному хранению товаров в ОАО «Гроднорайагросервис».

Расчёт производится с учётом полной загрузки свободной полезной площади, с общей загрузкой 800 паллетомест, где выручка в день составляет 406 руб., выручка в год – 146160 руб.

Следовательно, выручка от введения нового вида деятельности – оказания услуг по ответственному хранению – будет составлять 12180 бел.руб. в месяц.

Сумма налоговых отчислений от оказания услуг по ответственному хранению составит 2451,74 бел. руб. в месяц.

Далее проведём расчёт экономического эффекта от осуществления нового вида деятельности, т.е. расчёт чистой прибыли (таблица 5).

Таблица 5 – Расчёт экономического эффекта от осуществления нового вида деятельности в ОАО «Гроднорайагросервис»

Наименование показателя	Сумма, бел. руб.
1. Чистая прибыль (Выручка в месяц с НДС – НДС – Себестоимость – Налог на прибыль)	1921,27
2. Чистая прибыль за год (стр. 1*12)	23055,24

Источник: собственная разработка автора

Из данных расчётов видно, что данный вид деятельности является целесообразным, т.к. он покрывает затраты по заработной плате и отчислениям с заработной платы, по коммунальным платежам, и приносит прибыль. Увеличение чистой прибыли составит 23055,24 белорусских рубля.

Таким образом, экономический анализ прибыли на предприятии сегодня становится чрезвычайно актуальным. Анализ прибыли позволяет выявить основные факторы ее роста, эффективность использования ресурсов, потенциальные возможности предприятия, а также

определить влияние внешних и внутренних факторов на размер прибыли, порядок ее распределения.

Список литературы

1. Стражев, В.И. Анализ хозяйственной деятельности в промышленности: учебник / В.И. Стражев [и др.]; под общ. ред. В.И. Стражева. – Минск: Выш. шк. 2010. – 678 с.

The article analyzes the profit and profitability of the enterprise. The analysis and structure of the enterprise's profit, the profitability of the output products and the reserves of their growth are revealed. A proposal was made to increase the size of the company's profits.

Цыплакова Ирина Сергеевна, студентка 3 курса специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: iratsyplakova@gmail.com .

Научный руководитель – ***Авдейчик Ольга Васильевна,*** старший преподаватель кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: avdejchik_ov@grsu.by.

УДК 658.14/17

В. Ю. Шулейко

АНАЛИЗ ДЕБИТОРСКОЙ И КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ В ОАО «УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ ХОЛДИНГА «ЛИДСЕЛЬМАШ»

Проведен анализ состава, структуры и динамики дебиторской и кредиторской задолженности, а также оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности. Сформулированы пути регулирования дебиторской и кредиторской задолженности в целях улучшения финансового состояния.

Современная экономика представляет собой широко разветвленную сеть сложных отношений входящих в нее хозяйствующих субъектов между собой. Основой этих взаимоотношений являются расчеты за поставленную продукцию, в процессе которых происходит удовлетворение взаимных требований и обязательств.

На сегодняшний день данная тема является актуальной, т.к. востребованность результатов исследований в области анализа и контроля дебиторской и кредиторской задолженности определяется недостаточной степенью раскрытия ряда существенных теоретических и прикладных положений. В связи с этим, стоит прибегнуть к соответствующей методике, адекватно учитывающей современные условия финансово-хозяйственной деятельности субъекта рыночной экономики.

Анализ состава, структуры и динамики кредиторской задолженности ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш» за 2014-2016 годы представлен в таблице 1 и на рисунке.

Таблица 1 - Динамика кредиторской задолженности ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш» за 2014-2016 гг., тыс. руб.

Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2016 от 2014 г.	
				Отклонение, +/-	Темп роста, %
Кредиторская задолженность	10991	14660	9781	-1210	89
В том числе:					
перед поставщиками, подрядчиками и исполнителями	8113	7513	6514	-1599	80,3
по авансам полученным	458	4243	1013	555	221,2
по налогам и сборам	447	280	632	185	141,4
по социальному страхованию и обеспечению	139	139	107	-32	77
по оплате труда	373	477	342	-31	91,7
собственнику имущества (учредителям, участникам)	1116	421	192	-924	17,2
перед прочими кредиторами	345	1587	981	636	284,3

Источник: собственная разработка на основе данных баланса ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш»

Как видно из данных таблицы 1, за 2014-2016 гг. общая сумма кредиторской задолженности снизилась на 1210 тыс. руб. или на 11%, в том числе кредиторская задолженность перед поставщиками и подрядчиками снизилась на 1599 тыс. руб., по оплате труда – снизилась на 31 тыс. руб., по социальному страхованию и обеспечению – снизилась на 32 тыс. руб., собственникам имущества – снизилась на 924 тыс. руб. Однако, за исследуемый период возросла кредиторская задолженность по налогам и сборам - на 185 тыс. руб., по авансам полученным выросла на 555 тыс. руб. Сумма кредиторской задолженности перед прочими кредиторами выросла на 636 тыс. руб.

Структура кредиторской задолженности предприятия за 2014-2016 гг. представлена на рисунке.

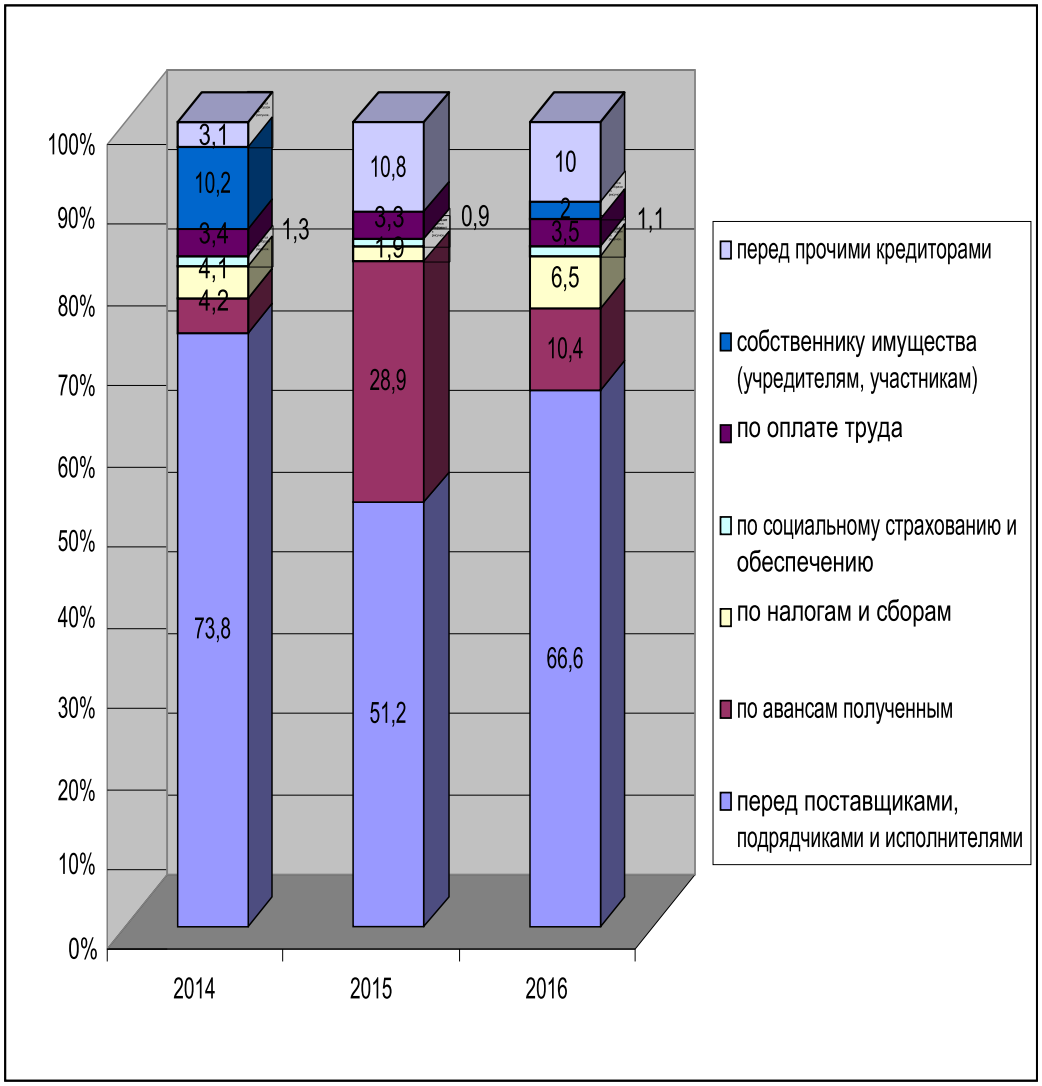


Рисунок – Структура кредиторской задолженности ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш» за 2014-2016 гг.

Источник: собственная разработка на основе данных баланса ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш»

Как видно из рисунка, снизился удельный вес задолженности перед поставщиками, подрядчиками и исполнителями на 7,2%, доля задолженности собственнику имущества (учредителям, участникам) снизилась на 8,2%.

Доля задолженности перед поставщиками, подрядчиками и исполнителями на конец 2016 г. составила 66,6%, по авансам полученным – 10,4%; по налогам и сборам – 6,5%, по оплате труда 3,5%, по социальному страхования и обеспечению – 1,1 %; собственнику имущества – 2% и перед прочими кредиторами – 10%.

Структура и динамика дебиторской задолженности представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Структура и динамика дебиторской задолженности ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш» за 2014-2016 гг.

Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Отклонение	
				2015 г.	2016 г.
1	2	3	4	5	6
Общая сумма дебиторской задолженности, тыс. руб.	10168	7833	5109	-2335	-2724
В том числе:					
просроченная	215	669	447	454	-222
Доля дебиторской задолженностити, %:					
В общей сумме краткосрочных активов	29,3	22,9	18,4	-6,4	-4,5
в выручке	20,8	21,5	12,1	0,7	-9,4
Доля просроченной дебиторской задолженности в общей ее сумме, %	2,1	8,5	8,7	6,4	0,2

Источник: собственная разработка на основе данных статистической отчетности формы 12-ф (расчеты) ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш»

Как видно из данных таблицы 2, происходит снижение суммы дебиторской задолженности за 2016 г. как по сравнению с 2015 г., так и с 2014 г. Положительная тенденция прослеживается и в динамике доли дебиторской задолженности в краткосрочных активах и выручке, которая в 2015 г. и 2016 г. снижается. Однако, отрицательным моментом можно отметить рост доли просроченной дебиторской задолженности в общей ее сумме с 2,1% в 2014 г. до 8,7% в 2016 г. Анализ оборачиваемости дебиторской задолженности представлен в таблице 3.

Таблица 3 – Оборачиваемость дебиторской задолженности ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш»

Показатель	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Отклонение (±)		Темп роста, %	
				2015 от 2014 г.	2016 от 2015 г.	2015 от 2014 г.	2016 от 2015 г.
Выручка от реализации продукции, тыс р.	48958	36464	42214	-12494	5750	74,5	115,8
Среднегодовая величина дебиторской задолженности, тыс р.	8891	8058	5528	-833	-2530	90,6	68,6
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	5,5	4,5	7,6	-1	3,1	81,8	168,9
Длительность (средний срок) погашения дебиторской задолженности, дн.	65,5	80	47,4	14,5	-32,6	122,1	59,3

Продолжение таблицы 3

Доля дебиторской задолженности в краткосрочных активах, %	29,3	22,9	18,4	-6,4	-4,5	–	–

Источник: собственная разработка на основе данных баланса и отчета о прибылях и убытках ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш»

Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности, рассчитанный для ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш», недостаточно высок. К 2016 году значение данного показателя выросло на 3,1 или на 68,9%, что свидетельствует о повышении платежной дисциплины покупателей, о снижении продаж с отсрочкой платежа и своевременном погашении покупателями задолженности перед рассматриваемой организацией. В 2016 г. ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш» смогла добиться значительного снижения удельного веса дебиторской задолженности в краткосрочных активах (с 29,3% по итогам 2014 г. до 18,4% в 2016 г.) и это свидетельствует о том, что структура имущества предприятия стала более мобильна.

2016 г. по сравнению с 2015 г. увеличивается с 2,8 оборота до 3,5, свидетельствуя об увеличении скорости оплаты задолженностей предприятия. Так, оборачиваемость кредиторской задолженности в 2016 г. по сравнению с 2015 г. выросла на 0,7 (3,5 – 2,8), в том числе за счет роста выручки от реализации продукции она выросла на 0,5 (3,3 – 2,8) и за счет снижения среднегодовой величины кредиторской задолженности ее значение выросло на 0,2 (3,5 – 3,3). В 2016 году произошло сокращение доли кредиторской задолженности в составе обязательств организации, что оценивается положительно. Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности во всех периодах превышает коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности (таблица 4).

Таблица 4 – Оборачиваемость кредиторской задолженности ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш»

Показатель	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Отклонение (±)		Темп роста, %	
				2015 от 2014 г.	2016 от 2015 г.	2015 от 2014 г.	2016 от 2015 г.
Выручка от реализации продукции, тыс р.	48958	36464	42214	-12494	5750	74,5	115,8
Среднегодовая величина кредиторской задолженности, тыс р.	11311	12826	12221	1515	-605	113,4	95,3
Коэффициент оборачиваемости	4,3	2,8	3,5	-1,5	0,7	65,1	125
Длительность (средний срок) погашения кредиторской задолженности, дн.	83,7	128,6	102,9	44,9	-25,7	153,6	80
Доля кредиторской задолженности в обязательствах, %	37,2	36,8	23,5	-0,4	-13,3	98,9	63,9

Источник: собственная разработка на основе данных баланса и отчета о прибылях и убытках ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш»

Далее проведем анализ соотношения дебиторской и кредиторской задолженности с темпами изменения объема выручки ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш» в 2014-2016 гг. в таблице 5.

Таблица 5 – Соотношение дебиторской и кредиторской задолженности с темпами изменения объема выручки ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш» за 2014-2016 гг., тыс. руб.

Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2016 к 2014	
				Отклонение, +/-	Темп роста, %
1. Выручка без налогов	48958	36464	42214	-6744	86,2
2. Средний остаток дебиторской задолженности	8891	8058	5528	-3363	62,2
3. Средний остаток кредиторской задолженности	11311	12826	12221	910	108
4. Сумма превышения кредиторской задолженности над дебиторской	2420	4768	6693	4273	276,6
5. Соотношение дебиторской и кредиторской задолженности	0,8	0,6	0,5	-0,3	62,5

Источник: собственная разработка на основе данных баланса и отчета о прибылях и убытках ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш»

Как видно из данных таблицы 5, дебиторская задолженность ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш» не превышает кредиторскую. Преобладание кредиторской задолженности над дебиторской говорит о нерациональном использовании средств, недостаточной платежеспособности предприятия. Темпы изменения дебиторской задолженности не превышают темпы роста выручки от реализации, что является положительной тенденцией в работе предприятия. За 2014-2016 гг. общая сумма кредиторской задолженности выросла на 910 тыс. руб.; произошло снижение суммы дебиторской задолженности на 3363 тыс. руб. Кредиторская задолженность в 2016 г. превышает дебиторскую на 50%, это свидетельствует о нерациональном использовании средств, недостаточной платежеспособности предприятия.

В ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш» и дебиторская, и кредиторская задолженность велики. Основную долю дебиторской задолженности составляют такие организации как ООО «ОТП-комплектация» – 38%, ОАО «Гродножилстрой» – 23% и ОАО «Мапид» – 13%. В свою очередь, основную долю кредиторской задолженности занимают организации: ОАО «Стройкомплекс» – 29 %, СМТ №22 – 15% и ОАО «Агрокомбинат Снов» – 11%.

В целях улучшения финансового состояния ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш» могут быть применены следующие меры по управлению дебиторской и кредиторской задолженностью:

– следить за соотношением дебиторской и кредиторской задолженности. Значительное превышение дебиторской задолженности создает угрозу финансовой устойчивости предприятия и делает необходимым привлечение дополнительных источников финансирования;

– по возможности ориентироваться на увеличение количества заказчиков с целью уменьшения масштаба риска неуплаты одним или несколькими плательщиками;

– контролировать состояние расчетов по просроченным задолженностям. В условиях инфляции всякая отсрочка платежа приводит к тому, что предприятие реально получает лишь часть стоимости выполненных работ. Поэтому, необходимо расширить систему авансовых платежей;

– своевременно выявлять недопустимые виды дебиторской и кредиторской задолженности, к которым, в первую очередь, относят просроченную задолженность поставщиков и покупателей свыше трех месяцев, по оплате труда, и по платежам в бюджетные и внебюджетные фонды;

– следует использовать опыт успешных предприятий по предоставлению скидок в случае досрочной оплаты товаров (работ, услуг), начисления кредитных процентов в случае задержки оплаты;

– применять правильный и рациональный выбор рассрочки и отсрочки платежей;

– переводить краткосрочные обязательства в долгосрочные [1, с. 327];

В завершение необходимо подчеркнуть, что управление дебиторской и кредиторской задолженностью позволяет повысить ликвидность баланса, увеличить показатели рентабельности, а также повысить его финансовую устойчивость в целом.

Список литературы

1. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учебник / Г.В. Савицкая. — 6-е изд., испр. и доп. — Минск : ИНФРА-М, 2018. — 378 с.

*The composition, structure and dynamics of accounts receivable and accounts payable are analyzed. The analysis of the turnover of accounts receivable and payable. The ways of regulating accounts receivable and payable are formulated in order to improve the financial situation***.**

Шулейко Виктория Юрьевна, студентка 3 курса специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: vika_lapulik@mail.ru .

Научный руководитель – ***Авдейчик Ольга Васильевна,*** старший преподователь кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: avdejchik_ov@grsu.by.

УДК 657

В. Ю. Шулейко

АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ ХОЛДИНГА «ЛИДСЕЛЬМАШ»

В статье исследованы отдельные аспекты анализа финансовых результатов деятельности ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш»: представлена динамика, состав и структура прибыли, проведен анализ прибыли от реализации продукции, прочих финансовых доходов и расходов, рассчитаны показатели рентабельности продукции и продаж, предложены резервы роста прибыли и рентабельности.

В условиях рыночной экономики исследование финансовых результатов с целью альтернативного использования ресурсов, а также поиска факторов, влияющих на величину

результативных показателей, и оценка степени их влияния, имеет приоритетное значение, поскольку от глубины познания и правильности использования полученного результата зависит эффективность функционирования бизнеса. Очевидно, что экономический анализ как основной инструмент, с помощью которого выявляют причины изменения показателей финансовых результатов и резервы роста прибыли, является одним из важнейших аспектов исследования хозяйственной деятельности организации.

Обобщающая оценка деятельности организации дается на основе таких результирующих финансовых показателей, как прибыль (убыток) – абсолютный показатель и рентабельность – относительный показатель. Прибыль и рентабельность отражают эффективность процесса производства.

В качестве объекта исследования была избрана организация Министерства промышленности Республики Беларусь ОАО «Управляющая компания холдинга

«Лидсельмаш», основным видом деятельности которого является производство радиаторов и котлов центрального отопления. Также общество специализируется на изготовлении сельскохозяйственной техники (стационарной, навесной, прицепной).

Основным источником информации анализа финансового состояния ОАО

«Управляющей компании холдинга «Лидсельмаш» послужила бухгалтерская отчетность, в состав которой входят бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытках, отчет об изменении собственного капитала, отчет о движении денежных средств, отчет об использовании целевого финансирования.

Следует отметить, что в своей деятельности ОАО «Управляющая компания холдинга

«Лидсельмаш» для отражения в бухгалтерском учёте финансовых результатов руководствуется рядом нормативно-правовых актов: Законом Республики Беларусь «О бухгалтерском учете и отчетности» от 12.07.2013 № 57-з (с изм. и доп. Закона Республики Беларусь от 4.06.2015 г. № 268-З) [1], Инструкцией по бухгалтерскому учету доходов и расходов, утвержденной постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 30.09.2011 № 102 [2], Инструкцией о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета, утвержденной постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 29.06.2011 № 50 [3].

Порядок формирования в бухгалтерском учете информации о доходах и расходах в организациях (за исключением банков, небанковских кредитно-финансовых организаций, страховых организаций, бюджетных организаций) определен Инструкцией № 102 [2]. Так, в частности, все доходы и расходы организации разделены на следующие группы:

– доходы и расходы по текущей деятельности – отражаются на счете 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности»;

– доходы и расходы по инвестиционной деятельности – отражаются на счете 91

«Прочие доходы и расходы»;

– доходы и расходы по финансовой деятельности – отражаются на счете 91 «Прочие доходы и расходы»;

– иные доходы и расходы - отражаются на счете 91 «Прочие доходы и расходы».

Полагаем, что такая группировка доходов и расходов соответствует порядку их отражения на счетах бухгалтерского учета, закрепленному в Инструкции о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета, утвержденной постановлением Минфина РБ от 29.06.2011 № 50.

Прежде всего, анализ финансовых результатов следует начать с анализа динамики и состава прибыли ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш» за 2014-2016гг. (таблица 1).

Таблица 1 - Динамика и состав прибыли (убытка) ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш» за 2014-2016 гг.

Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Отклонение (+;-)		Темп изменения, %	
				2015 к 2014	2016 к 2015	2015 к 2014	2016 к 2015
1	2	3	4	5	6	7	8
1. Выручка от реализации товаров, продукции, работ, услуг, тыс. руб.	48958	36464	42214	12494	5750	74,5	115,8
2. Себестоимость реализованных товаров, продукции, работ, услуг, тыс. руб	38480	33053	38336	-5427	5283	85,9	116
3.Валовая прибыль. тыс. руб	10478	3411	3878	-7067	467	32,6	113,7
4. Управленческие расходы, тыс. руб.	2308	2165	2264	-143	99	93,8	104,6
5. Расходы на реализацию, тыс. руб	2217	1847	953	-370	-894	83,3	51,6
6. Прибыль (убыток) от реализации товаров, продукции, работ, услуг, тыс. руб	5953	-601	661	-6554	1262	-10,1	-110
7. Прочие доходы по текущей деятельности, тыс. руб	7909	1206	441	-6703	-765	15,2	36,6
8. Прочие расходы по текущей деятельности, тыс. руб	8865	2197	2710	-6668	513	24,8	123,4
9. Прибыль (убыток) от текущей деятельности, тыс. руб	4997	-1592	-1608	-6589	-16	-31,9	101
10. Прибыль (убыток) от инвестиционной деятельности, тыс. руб	677	384	-148	-293	-532	56,7	-38,5
11. Прибыль (убыток) от финансовой деятельности, тыс. руб	-3114	-5671	-5248	-2557	423	182,1	92,5
12. Прибыль до налогообложения, тыс. руб	2560	-6879	-7004	-9439	-125	-268,7	101,8
13.Налог на прибыль, тыс. руб	553	-	-	-553	-	-	-

Источник: собственная разработка на основании данных ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш»

Как видно по данным таблицы 1, по итогам 2014 г. ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш» получило чистую прибыль в размере 2066 тыс руб., в остальные годы (2015-2016 гг.) предприятие сработало с убытком. Общая сумма брутто-прибыли за 2014 г. составила 2560 тыс. руб. Наибольшую долю в ее составе занимает прибыль от текущей деятельности.

От финансовой деятельности организация несет убытки. Чистая прибыль составила 80,7% общей прибыли (прибыли до налогообложения).

В 2015 г. была получена прибыль только от инвестиционной деятельности в размере 384 тыс. руб., остальные виды деятельности – убыточны (рисунок 1).

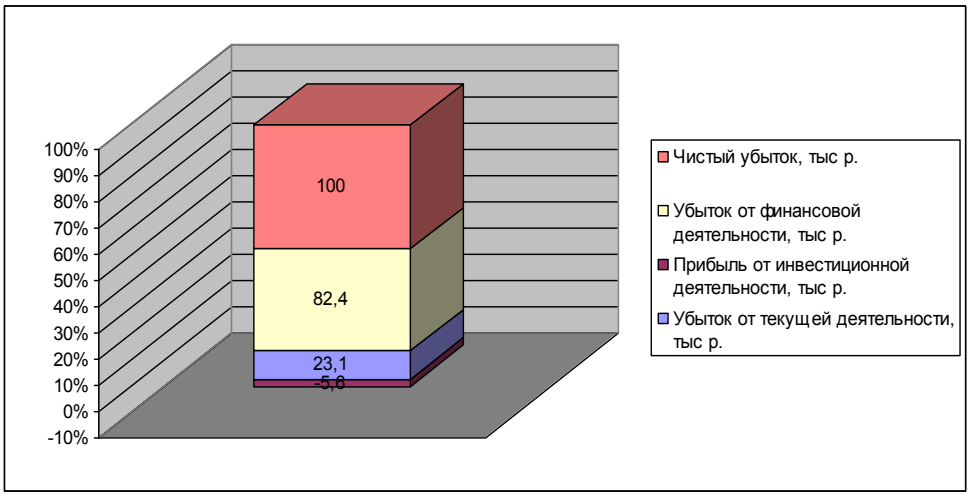


Рисунок 1 – Структура прибыли (убытка) ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш» за 2015 г.

Источник: собственная разработка автора

Основную долю убытка составляет убыток от финансовой деятельности (82,4 %). По итогам 2016 г. ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш» от всех видов деятельности получила убытки (рисунок 2).

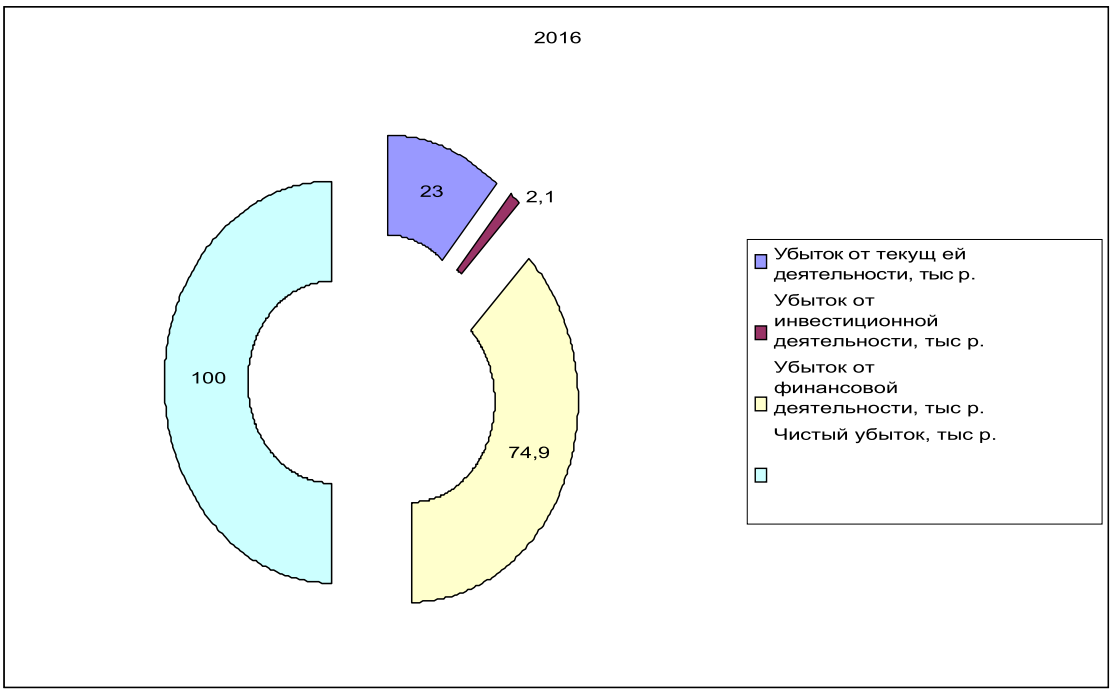


Рисунок 2 – Структура убытка ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш» за 2016 г.

Источник: собственная разработка автора

Таким образом, ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш» с 2015 г. несет убытки почти по всем видам деятельности.

Укрупненно прибыль от реализации продукции (фактически полученная) рассчитывается как разность между выручкой от реализации продукции, налогами, включаемыми в цену и уплачиваемыми из выручки, и себестоимостью реализованной продукции. Проанализируем динамику прибыли от реализации продукции ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш»за 2014-2016гг. в таблице 2.

Как показывают проведенные исследования, прибыль от реализации в 2015 г. снизилась по сравнению с 2014 г. на 6554 тыс. руб. или на 110,1%, однако в 2016 г. по сравнению с 2015 г. произошел ее рост на 1262 тыс р. или на 210%.

Проведем анализ показателей рентабельности, которые характеризуют эффективность работы организации, в данном случае эффективности реализации продукци в ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш» за 2014-2016 гг. (таблица 2).

Таблица 2 – Динамика показателей рентабельности деятельности ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш» за 2014-2016 гг.

Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Отклонение, +, -	
				2015 к 2014	2016 к 2015
1. Выручка от реализации продукции (товаров, работ, услуг), тыс. руб.	48958	36464	42214	-12494	5750
2. Полная себестоимость реализованной продукции (товаров, работ, услуг), тыс. руб.	43005	37065	41553	-5940	4488
3. Прибыль (убыток) от реализации продукции (товаров, работ, услуг), тыс. руб.	5953	-601	661	-6554	1262
4. Показатели рентабельности (убыточности), %					
4.1. Рентабельность (убыточность) продаж (стр. 3 : стр. 1*100)	12,16	-1,65	1,57	-13,81	3,22
4.2. Рентабельность (убыточность) продукции (стр. 3 : стр. 2 * 100)	13,84	-1,62	1,59	-15,46	3,21

Источник: собственная разработка на основании данных ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш»

Из данных таблицы 2 видно, что рентабельность продаж в ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш» в 2016 г. выросла на 3,22 п.п., что обусловлено получением прибыли от реализации в 2016 г. против убытка в 2015 г. Рентабельность продукции также выросла в 2016 г. (+3,21 %) и составила 1,59 %.

Для повышения уровня доходности ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш» целесообразно заменить хотя бы половину изделий отечественными аналогами или восстановленными. Резерв снижения себестоимости составит:

$$P \downarrow C = \frac{6705{,}19}{2} \times 0{,}7 = 2346{,}8 \; тыс.долл.США$$

Таким образом, реализация мероприятий по импортозамещению приведет к экономии в размере 2346,8 тыс. долл. или 4599,728 тыс. руб. (1,96*2346,8=4599,73).

Исходя из проведенного анализа, мы выявили, что исследуемая организация за последние два года сработало с чистым убытком. Поэтому, необходимо изыскивать резервы роста прибыли, основными из которых является повышение выручки от реализации продукции и снижение себестоимости реализованной продукции. Важнейшим резервом роста прибыли организации и рентабельности является снижение себестоимости продукции путем восстановления импортных деталей.

Полагаем, что рыночные отношения объективно требуют изменения функциональной направленности бухгалтерского учета, превращения его из преимущественно фиксирующего инструмента в инструмент анализа. При этом, особую актуальность приобретают вопросы формирования в бухгалтерском учете и отражения в отчетности таких показателей финансового результата, которые могли бы полностью удовлетворить интересы заинтересованного пользователя в данной информации.

Список литературы

1. О бухгалтерском учете и отчетности: Закон Респ. Беларусь от 12 июл. 2013 г. № 57-З // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: http://pravo.by. Дата доступа: 14.01.2018.

2. Об утверждении Инструкции по бухгалтерскому учету доходов и расходов и признании утратившими силу некоторых постановлений Министерства финансов Республики Беларусь и отдельных структурных элементов: постановление Министерства финансов Респ. Беларусь от 30 сент. 2011 г. № 102: с изм. и доп.: текст по состоянию на 31 дек. 2013 г. // Национальный реестр правовых актов РБ. [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: http://pravo.by. Дата доступа: 03.01.2018.

3. Об установлении типового плана счетов бухгалтерского учета, утверждении Инструкции о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета и признании утратившими силу некоторых постановлений Министерства финансов Республики Беларусь и их отдельных структурных элементов: постановление Министерства финансов Респ. Беларусь от 29 июн. 2011 г. № 50: с изм. и доп.: текст по состоянию на 2 фев. 2013 г. // Национальный реестр правовых актов РБ. [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: http://pravo.by. Дата доступа: 03.01.2018.

4. Отчет о прибылях и убытков в ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш» за 2014-2016гг.

5.Программа производства и реализации основных видов промышленной продукции в ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш» за 2014-2016гг.

The article investigates separate aspects of the analysis of financial results of activities Open JSC "Managing company "Lidselmash": presents the dynamic, composition and structure of profits, conducted analysis of profit from sales of products, other financial income and expenses, calculate the indicators of profitability of production and sales, the proposed reserves of growth of profit and profitability.

Шулейко Вероника Юрьевна, студентка 3 курса специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: veronika.lida96@mail.ru.

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. E-mail:l.s.tarasova@mail.ru.

УДК 657.01

И. В. Шупица

ОНЛАЙН-БУХГАЛТЕРИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ, ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

В статье рассматривается одно из последних новшеств в сфере бухгалтерского учёта – онлайн-бухгалтерия, которая представляет собой онлайн-сервис, дающий возможность исполнять весь перечень услуг по ведению бухгалтерского учета. В ходе исследования проанализированы преимущества и недостатки онлайн-бухгалтерии, а также рассматриваются возможные способы устранения недостатков.

В настоящее время проблемы организации учётного процесса также важны, как и теоретические вопросы бухгалтерского учёта. Поэтому, необходимо регулярно улучшать уже имеющиеся способы ведения бухгалтерского учёта, а также разрабатывать новые. Информационные и инновационные технологии снабжают нас новыми возможностями для ведения бухгалтерского учета. Бухгалтерия всегда считалась основой предприятия, со временем методы ведения бухгалтерского учёта менялись и усовершенствовались. Но, невзирая на постоянство её важности, формы и методы ведения бухгалтерского учёта изменяются и развиваются. Кропотливая работа ручного бухгалтерского учёта была автоматизирована, компьютерные программы приобрели масштабное распространение и упростили работу бухгалтера на предприятии настолько, насколько это было возможно. Однако, развитие сети Интернет даёт право говорить о новом этапе развития методов бухгалтерского учёта, в которых программа для ведения бухгалтерского учета – это сервис в Интернете. Базисом работы данных программ является облачное хранилище данных, построенное на облачных вычислениях.

Онлайн-бухгалтерия – это программа, предназначенная для автоматизации бухгалтерского и налогового учёта, включая подготовку обязательной (регламентированной) отчётности в организации, которая расположена на удалённом сервере. Облачная бухгалтерия – совсем молодой сервис, возникший в 2010-2011 гг., но уже успевший завоевать признание многих предпринимателей во всем мире [4, с. 100].

Сущность онлайн-бухгалтерии заключается в том, что пользователю на возмездной основе предоставляется доступ к программе в сети Интернет, которая позволит обеспечить реализацию всех бухгалтерских процессов используя минимальное количество трудовых и финансовых затрат. Этот процесс можно рассмотреть на примере работы облачного хранилища данных – прототипа сетевого хранилища, в котором данные хранятся и используются на множестве распределённых в сети серверов, предоставляемых в пользование клиентам. Фирма, предоставляющая облачный сервис, размещает свои сервера в так называемых дата-центрах. Дата-центр или центр обработки данных – это специально оборудованное охраняемое здание или помещение, в котором размещается серверное и сетевое оборудование. Облачный сервис, имея лицензионное соглашение с поставщиками программного обеспечения, создаёт инфраструктуру и предоставляет целиком настроенные рабочие места для работы с программами посредством сети Интернет. Фирма, предоставляющая облачный сервис, поддерживает работоспособность всей системы и организовывает техническую и иную поддержку пользователям. С целью обеспечения сохранности данных пользователей, фирмы производят их резервное копирование. Копии баз данных информации могут выгружать на свои личные устройства и пользователи. Таким образом, все бухгалтерские сведения хранятся в дата-центрах. Для того, чтобы повысить безопасность данных, компании, предоставляющие облачный сервис, могут использовать

несколько дата-центров. При этом, пользователю не нужно покупать, устанавливать или управлять собственными серверами, чтобы использовать какие-либо приложения, пользователь оплачивает только аренду сервера для обработки и хранения данных.

В связи с вышеизложенным, возникает вопрос: онлайн-бухгалтерия используется для достижения тех же целей, что и привычное для всех бухгалтеров программное обеспечение, установленное на компьютере пользователя, тогда чем отличается локальное программное обеспечение от онлайн сервисов и что же здесь инновационного? Отличительной особенностью считается то, что для выполнения своей работы бухгалтеру необходим только доступ в Интернет, так как уже было сказано выше, а также то, что вся информация хранится на серверах в дата-центрах. Применение облачного хранения – новейшее достижение в бухгалтерской деятельности. Однако стоит заметить, что большинство бухгалтеров на предприятии имеют большой стаж работы, тем самым придерживаясь более консервативных методов ведения бухгалтерского учёта. Надо сказать, что в западных странах интернет-бухгалтерии уже приобрели массовый характер, став привычным для бизнеса способом организации учетного процесса [5, с. 196].

В Республике Беларусь онлайн-бухгалтерия только начинает развиваться. Данный вид услуг предоставляют на данный момент только три организации: «Ассистент», «Учёткин», «Profuchet». Стоит заметить, что цены на предоставление данных услуг варьируются в зависимости от того, какой пакет абонентских услуг выберет пользователь. Например, «Ассистент» предоставляет свои услуги в ценовой политике от 59 до 450 рублей в месяц, «Учёткин» от 19 до 31 рубля в месяц с предоставлением 14 дневного бесплатного тестового использования, «Profuchet» от 50 долларов США до 350 долларов США [1], [2] , [3].

В США в 2013 году проводился анализ изменения мнения руководителей и бухгалтеров об облачной бухгалтерии за 3 года. Опрос показал, что из новичков они превратились в опытных пользователей, заявляющих, что облачные системы не просто смогли составить конкуренцию локальным бухгалтерским программам, но и оставили их далеко позади. Так, многие из опрошенных руководителей настойчиво заявили, что никогда не вернутся к прежней системе учета, поэтому можно утверждать о начале новой эры в бухгалтерском учете [6].

Однако, в Республике Беларусь использование облачной бухгалтерии только начинает зарождаться, но уже сейчас намечается положительная тенденция развития онлайн-бухгалтерии.

Для того, чтобы начать использовать онлайн-бухгалтерию, руководитель вместе с бухгалтером должны взвесить все преимущества и недостатки данной системы. Основные преимущества у данной системы бухгалтерского учёта:

1. Доступность к собственным данным для широкого круга лиц, благодаря этому пользователи легко могут воспользоваться их услугами посредством любых устройств.

2. Оперативное изменение принципов работы. Например, у предприятия увеличился документооборот. Вместо того, чтобы покупать множество сейфов и шкафов для хранения, достаточно просто сообщить компании-арендодателю облака и Вам выделят необходимое количество памяти, для хранения документов.

3. Возможность самостоятельного управления. Пользователь в любое время может взаимодействовать с хранилищем, при этом всё осуществляется автоматически, и для этого не нужно привлекать персонал облачного сервиса.

4. Защищённость. Все данные хранятся в зашифрованном виде в охраняемом помещении дата-центра.

5. При использовании онлайн-бухгалтерии, контролирующим органам не следует волноваться о том, что субъект хозяйствования может использовать «пиратскую» версию программного обеспечения для ведения бухгалтерского учёта, так как компании имеют

лицензированное соглашение с поставщиками программного обеспечения.

6. Иногда использование онлайн-бухгалтерии может сохранить денежные средства фирмы за счёт привлечения меньшего количества трудовых ресурсов для выполнения задач, связанных с ведением бухгалтерского учёта, в виде сохранения денежных средств, которые могли бы быть выплачены в качестве заработной платы.

Помимо основных преимуществ можно выделить преимущества, которые дополняют основные: постоянная актуальность данных, выражающаяся в постоянном обновлении программного обеспечения; интеграция с другими сервисами, например, с интернет-банкингом; несомненная польза для индивидуальных предпринимателей, ведущих свою деятельность через интернет-магазины и не имеющие офиса, заключающаяся в отсутствие надобности в аренде офиса, а хранении всех документов в хранилище; некоторые компании предоставляют кратковременный период бесплатного пользования своими услугами; автоматизация деятельности.

Как мы видим, онлайн-бухгалтерия – весьма полезный помощник в ведении бухгалтерского учёта, но на сегодняшний день сложно говорить о том, что онлайн-бухгалтерия сможет полностью заменить привычные методы ведения бухгалтерского учёта, так как белорусская система ещё недостаточно эффективна, мало безопасна и плохо известна среди компаний, которые на протяжении всей своей деятельности пользовались услугами штатного бухгалтера.

Наряду с преимуществами онлайн-бухгалтерии есть ряд недостатков, которые могут повлиять на работу предприятия:

1. Необходимость обеспечения постоянного доступа в Интернет. Без доступа в Интернет пользователь не сможет использовать и каким-либо другим способом взаимодействовать с облачным хранилищем. Однако облачное хранилище не требует высокоскоростного Интернета, что является плюсом. Решений может быть несколько. Как со стороны пользователя, так и со стороны компании-арендодателя. Со стороны компании, это может быть создание оффлайн-программ, которые позволяли бы получать доступ если не ко всей, то к части информации, хранящейся на облаке. Со стороны пользователя, это обеспечение всех сотрудников возможностью доступа в сеть Интернет.

2. В некоторых интернет-браузерах программы не всегда корректно работают из- за отсутствия совместимости. Эту проблему можно решить созданием приложения, которое получало бы доступ к облаку напрямую без интернет-браузера.

3. Выгрузка данных. Если пользователь решает прекратить работу с облачным хранилищем, он сталкивается с проблемой невозможности выгрузки всей документации, так как хранилища имеют разные стандарты выгрузки данных. Данная проблема в скором будет решена, так как лимиты будут увеличены или вовсе исчезнут.

4. Некоторые пользователи опасаются потери своей информации или того, что кто-либо может увидеть их бухгалтерские данные, а эти опасения создают эффект «сарафанного радио», из-за чего замедляется процесс развития данной технологии в Республике Беларусь. Партнёром компаний, предоставляющим доступ к облачному хранению, должны быть страховые компании, что могло бы решить данную проблему и уберечь данные пользователя от несанкционированного доступа третьих лиц или от потери данных.

5. Производительность в работе с программным обеспечением и информацией в облаке может быть ниже, чем при работе с локальными копиями. Проблема может быть решена приобретением более современного оборудования для хостинга облачного хранилища компанией-арендодателем.

Подводя итог исследования, можно сделать вывод, что спрос на предоставление бухгалтерских услуг с помощью облачного хранения на данный момент не велик, также, как

и на компании, предоставляющие данные услуги. Однако, развитие новых методов ведения бухгалтерского учёта в скором времени изменит это. Если облачное хранение в Республике Беларусь расширит сферу своего применения, то потенциал в сфере автоматизации бухгалтерского учёта может увеличиться в разы. Наиболее эффективным методом, позволяющим развить онлайн-бухгалтерию в Республике Беларусь, будет являться более тесное сотрудничество с государственными налоговыми, контрольными и статистическими органами для улучшения контрольной и надзорной деятельности государственных структур, а также более «прозрачной» деятельности субъектов хозяйствования.

Список литературы

1. Ассистент.by [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://assistent.by/price. – Дата доступа: 03.03.2018

2. Учёткин.by [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.uchetkin.by/tarifs. – Дата доступа: 03.03.2018

3. Profuchet [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://profuchet.by/%D1%86%D0%B5%D0%BD%D1%8B. – Дата доступа: 03.03.2018

4. Калимулина, О.В. Традиционные формы и методы завоевания мирового рынка программного обеспечения уходят в прошлое / О.В. Калимулина. // Российский внешнеэкономический вестник, 2013. – № 1. – С.99-104.

5. Ушникова, Р.Т. Облачные интернет-технологии в инновационной бухгалтерии / Р.Т. Ушникова, А.А. Ипполитова // Вестник КемГУ, 2013. - № 4 (56). Т. 2. - С. 194-197.

6. Sommer B. How I Learned to Stop Worrying And Love Cloud Financial Software [Electronic resource]: Financialforce. – Mode of access: https://financialforce. com/cloudfinancial-software-journeys-vitalanalysisweb.html?&utm_site=www.financialforce.com&utm_placement=rc_asset&utm_asset=how_i_learned_to_stop_worrying_and_love_ cloud_financial_software. - Date of access: 03.03.2018.

The article considers one of the latest innovations in the field of accounting - online accounting, which is an online service that gives us the opportunity to perform the full range of accounting activities. In the course of the research, the advantages and disadvantages of online accounting are analyzed, and possible ways of eliminating shortcomings are considered.

Шупица Игорь Витальевич, студент 3 курса специальности «Экономическое право» юридического факультета Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: shupicaigor@mail.ru.

Научный руководитель – ***Грабцевич Зоя Михайловна***, кандидат исторических наук, доцент кафедры финансов и бухгалтерского учёта факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: grabcevich@grsu.by.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ

УДК 330.837

И. В. Акудович, Д. В. Тихонков

ВЛИЯНИЕ НЕФОРМАЛЬНЫХ ИНСТИТУТОВ НА УРОВЕНЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

В статье рассмотрено влияние культурных предпосылок на экономическое развитие государств. Более подробно исследован на примере влияния институтов католической церкви на экономическое возвышение Западной Европы. Выявлено, что изменение космологических представлений непреднамеренно влияет на материальные представления, следовательно, и на экономическое развитие.

На протяжении всего времени существования экономической науки всегда стоял открытым вопрос: почему одна часть мира доминирует, а другая часть отстаёт в экономическом развитии?

Профессор Дипак Лал в своих исследованиях экономического уровня развития развивающихся стран приводит множество факторов, влияющих на данный уровень. Среди тех факторов, которые находились в фокусе его внимания, особое значение уделялось тому, что мы называем институтом. В общем виде можно сказать, что **институты** – это некоторые ограничительные механизмы, которые накладываются на человеческое поведение. Некоторые из них являются формальными институтами ограничения в виде правовых систем. Например, общее право, которое не позволяет совершать некоторые действия. Если вы нарушите эти ограничения, вы столкнетесь с определёнными проблемами. Другие организационные механизмы являются неформальными, под которыми подразумевается культура.

Когда мы начинаем размышлять на тему, что представляет собой человеческое поведение, стоит задуматься, что было бы без таких ограничений. Для того чтобы рассмотреть эту тему, мы воспользуемся термином «homo economicus» (человек экономический). Как экономисты, мы рассматриваем человека в качестве человеческого агента. Мы исходим из того, что они корыстны и как потребители стараются максимизировать свои позиции, а как производители – свою прибыль. Институты ограничивают корыстное поведение человека, которое направлено на извлечение выгоды. Если таких ограничений нет, мы не сможем сотрудничать, взаимодействовать с другими людьми и не сможем получать выгоду от сотрудничества. Для примера можно привести историю Робинзона Крузо, который, попав на остров, до встречи с Пятницей не нуждался в институтах и, ни на что и ни на кого не взирая, мог заниматься той деятельностью, которая была направлена на выражение и достижение его корыстных целей. Но после того как появился Пятница, им обоим пришлось каким-то образом взаимодействовать, чтобы сосуществовать и заниматься полезной совместной деятельностью. Тут как раз и появляются некоторые институты взаимодействия.

Самое время ввести понятия, которые имеют непосредственное отношение к нашей теме, и первым будет понятие «трансакционные издежки». **Трансакционные издержки** – это то, что мы платим за взаимоотношения с людьми, определенные издержки взаимоотношения между людьми.

Далее следует рассмотреть и ввести понятие «культура», которая является неформальным институтом. Понятие культуры является дискуссионным. Антропологи

считают, что **культура** – это характеризующий данное сообщество особый способ осуществлять деятельность. Для экономистов культура служит фундаментом правил игры и неформальным ограничителем взаимодействия людей. Также будет полезно выяснить, как смотрят на культуру экологи [1, с. 87].

По мере того как меняется окружающая среда, в которой находится человечество и происходят климатические изменения, к новым условиям приходится приспосабливаться. Порой возникают ситуации, в которых некоторые виды не могут приспособиться. К примеру, некоторые бабочки вымирают и исчезают из природы, в то время как появляются новые, которые более приспособлены к этим изменениям. Мы, как люди, наделённые разумом, не мутируем, не изменяемся, не приобретаем новые формы, не становимся новыми видами. Вместо этого мы учимся тому, как приспособится к изменениям в этой новой среде, и накопленные знания передаём следующим поколениям в виде социальных традиций и общественного договора. Т.е. в отличие от животных человеку разум даёт возможность менять свою окружающую среду путем обучения. Он учится новым способам выживания в другой среде и фиксирует их в виде социального обычая. И вот такой экологический подход к этой проблематике очень хорошо укладывается в экономическое понятие равновесия. Если не происходит изменения в среде, агенты, преследующие собственные интересы, не узнают ничего нового, в силу чего их поведение становится рутинным. Т.е. у агентов складываются определённые стойкие представления, и, в общем, нет необходимости в том, чтобы они нарушали своё равновесие. Но в том случае если изменение происходит и затрагивает ту среду, в которой мы находимся, то наши предыдущие представления оказываются фальсифицированными. Люди совершают те же самые действия, а результат не тот. Изменилась окружающая среда, нарушилось состояние равновесия. Поэтому в последующем процессе приспособления люди должны отказываться от предыдущих теорий и, чтобы выжить, приспосабливаться к новой среде. Тогда мы получим социальное новое равновесие.

Стоит отметить, что существует два типа **культурных представлений**, которые как раз связаны с этим изменяющимся равновесием. Первый – это **космологические** представления, т.е. представления, как нам жить. Есть многочисленные подтверждения такого кросскультурного феномена, что космологические представления изменяются крайне медленно. Для того чтобы в них произошли изменения, требуется не одно, а много поколений. Следующий тип представлений – это **материальные** представления, а именно представления о том, как наилучшим образом обеспечить наше существование. То есть это то, что является предметом экономической науки. И вот эти представления могут изменяться довольно часто по мере того, как меняются представления об экономической структуре. Для примера можно взять Россию и посмотреть на то, как страна прошла этап от плановой экономики к рыночной. Мы видим, как быстро люди поняли, что есть другой способ или другая экономическая структура, которая может обеспечить им существование. Люди должны были изменить материальные представления, и они их изменили в течение одного поколения. Мы полагаем, что частью космологических представлений является политическое устройство. В зависимости от того, какие космологические представления вы имеете, у вас будут соответствующие формы политического устройства, которые являются важной частью любой политической системы. Надо сказать, что институт политического устройства предопределен той экологией, на территории которой складывалась система, где функционирует рассматриваемая цивилизация [2, с. 189].

Два типа культурных представлений транслируются в два типа трансакционных издержек. Можно сказать, что мы платим за то или иное политическое устройство общества необходимым созданием механизмов контроля соблюдения правил или некоторых полицейских функций, которые необходимы для государства. Т.е. для того чтобы обеспечить выполнение людьми взятых на себя обязательств. Заемщик должен возвращать взятый

кредит. Необходим механизм, гарантирующий то, что соглашение будет выполнено. Это и называется трансакционными издержками, в которых не было бы нужды, если бы наши космологические представления допускали, что мы можем друг другу доверять и никакого дополнительного контроля над нами не требуется. Трансакционные издержки заключаются в контроле соблюдения правил.

Природу можно рассматривать с точки зрения **основных постулатов:**

1) Чем мы мотивируем свое поведение – это преследование собственных интересов. Мы своекорыстны, но поскольку вынуждены взаимодействовать с другими людьми, которые занимаются тем же самым, а значит, преследуют свои интересы, нам приходится находить свои механизмы взаимодействия и взаимности. Это может выражаться принципом «ты – мне, я – тебе». Поэтому в силе этого взаимодействия вырабатывается необходимость создания и развития инстинкта обмена и торговли.

2) Необходимость взаимодействия в рамках тех племён, в которых начинали эволюционное существование. Это тот самый инстинкт обмена и торговли, который мы должны были в себе развивать. Именно это называется экономическим принципом. Т.е. при возникновении возможности извлечения прибыли вступает в действие механизм инстинкта обмена и торговли с учётом необходимости соблюдения взаимных интересов.

По мере того как человечество развивалось и уходило от собирательства и охоты, вело уже более оседлый образ жизни, оно начинало заниматься сельскохозяйственной деятельностью. Всё чаще наступала необходимость взаимодействия с чужаками путём торговли. То, что экономисты называют «дилемма заключённого», т.е. замкнутость той среды, в которой мы находились раньше, становится неактуальной. Появление оседлого земледелия способствовало тому, что по мере увеличения количества единичных транзакций с внешними силами или чужаками всё чаще возникала потребность в новых правилах, которые сдерживали или ограничивали поведение людей и давали возможность извлечения выгоды от взаимодействия. Космологии древних цивилизаций создавали интернализированные моральные кодексы. Например, через моральные запреты, направленные против основных инстинктов, побуждающих нас врать и жульничать. Такие интернализированные правила, которым следовали люди, регулировались или мотивировались той основной эмоцией интернализации, которую мы называем стыдом. Таким образом, интернализированные моральные правила приводили к тому, что называют коммунализмом. Это необходимость жить в обществе и необходимость соблюдения тех правил, которые это общество вырабатывало [1, с. 402].

Потом возникла ситуация, при которой пришедшие на смену собирательству и охоте аграрные оседлые цивилизации всячески сдерживали угрозы, которые представляли для них внешние силы. Угрозы тем общинным правилам или устоям, в соответствии с которыми они жили. Такую внешнюю угрозу видели в торговцах, потому что мотивация их состояла в том, чтобы заработать в любой ситуации. Аграрные цивилизации рассматривали их как необходимое зло. Т.е. они их терпели, но, тем не менее, старались их контролировать. Аграрные цивилизации, которые существовали достаточно долго в истории человечества, развивались за счёт экспансивного экономического механизма. Они удерживали и развивали уже устоявшиеся моральные правила и такие интернализированные своды и этические коды и развивались за счёт роста населения и расширения всей структуры.

Но даже такие аграрные цивилизации и сообщества иногда демонстрировали интенсивный рост, когда рост дохода на душу населения превышал продукт, который производило это общество в целом. Тут следует вспомнить рост империй, которые хотя бы на какое-то время стимулировали рост такого интенсивного развития, которое мы называем «Смитовским», потому что Адам Смит являлся тем учёным, который данный тип роста описал. Второй тип роста, называемый «Прометеевским», – это некий постоянный

стабильный рост дохода на душу населения пропорционально валовому продукту, который общество создавало. «Прометеевский» тип роста заменил экономику, основанную на земледелии, экономикой, зависимой от энергии, получаемой из полезных ископаемых. Новый экономический строй заменил зависимый от земли, органические продукты минеральным сырьём. Это радикально изменило перспективы выпуска продукции на душу населения. И затем это привело Западную Европу к научно-технической революции.

Рассмотрим институциональные предпосылки для данного перехода. Давайте обратимся к **двум папским революциям**. Первую революцию осуществил Папа Григорий Великий в VI веке. Она привела к изменению в западных космологических представлениях семьи, которая привела к возникновению индивидуализма как постулата в противовес коммунализму, который существовал до этой революции как в западной цивилизации, так и в подавляющем количестве оседлых аграрных цивилизаций. В VI веке католическая церковь укрепляется в языческой Британии. Когда в 597 году первый архиепископ Кентерберийский Августин прибыл в Англию, он сразу послал гонцов в Рим к Папе Григорию I, ища совета по текущим проблемам, включая проблемы семьи. Четыре из девяти вопросов, по которым Августин просил совета у Папы Григория, касаются пола и брака. Ответы папы перевернули традиционные средиземноморские и ближневосточные установки, принятые в обществе в сфере отношений внутри дома. Традиционная система дозволяла и поощряла практику брака с близкими родственниками, вдовами близких кровных родственников, передачу детей путём усыновления и, наконец, сожительства, или конкубината. В ответе Папы они были запрещены. Все отвергнутые Папой практики имели общий аспект: они касались наследования семейной собственности. Эти практики предотвращают изъятия собственности из семьи наследницами, борющихся с проблемами отсутствия сыновей. Различные формы близкородственных браков должны уберечь от отсутствия сыновей. Усыновление, полигамия, повторный брак могут помочь, когда семья бездетна. Следовательно, папский запрет на эти практики мешал семье сохранять её собственность и способствовал отчуждению последней. Именно к этому церковь и стремилась, ведь её богатство выросло именно через дары и пожертвования. Осуществляя свою революцию, Папа Григорий изменил подход к любви и браку. Он способствовал тому, что молодые люди стали более независимы в принятии решений, и стимулировал заключение браков, исходя из взаимной любви молодых. Церковь разрушила евразийскую систему, державшую страсть под контролем. Результатом стало поощрение браков по любви, а не на основе сватовства. Свобода завещателя, а не наследование среди родственников. Таким образом, это привело к тому, что земля и другие ценности стали переходить по наследству к церкви. Церковь невероятным образом разбогатела. Её накопления были феноменальными. Достаточно сказать, что к концу VII века треть земельных владений во Франции была во владении церкви. В течение двух последующих столетий наблюдается очень быстрое обогащение церкви.

Но как в самой церкви, так и за её пределами было немало таких хищников, которые стремились к этому неожиданному богатству. Начиная с X века, началось масштабное расхищение церковных земель. Это привело ко второй папской революции, которая изменила западные материальные представления. Эта революция была направлена на восстановление разграбленной церковной собственности. Она произошла в 1075 году под руководством Папы Григория VII. Он объявил политическое и юридическое главенство папства над всей церковью и независимость духовенства от светского контроля. Григорий VII также настаивал на высшем главенстве Папы в светском контроле, включая власть низлагать королей и императоров. В результате этой революции церковь была поставлена над государством, что привело к созданию церковного государства. Однако это угрожало не только принцам и принцессам. Это означало также своего рода «лицензию», которая

позволяла восставать против устоявшихся и предлагаемых норм порядка. Т.е. порой принцы и принцессы, попадая в немилость церкви, могли быть экскоммуницированы, т.е. отлучены от неё в случае, если они не следовали тем принципам, которые предлагала церковь. Тогда была создана правовая и административная структура для рыночной экономики. Вся западная правовая традиция фактически создана в период с XI по XIII век и проводилась под эгидой церковного государства. Возможно, именно это послужило изменению той траектории, по которой пошла западная цивилизация в отличие от других частей евразийского континента и тех государств, которые также развивались на евразийском пространстве, включая те государства, которые приняли православие [2, с. 274].

Итак, две папские революции. Первая полностью изменила представление об институте семьи и брака. Вторая революция привела к созданию экономического и административного фундамента рыночной экономики. Для того чтобы закрепить новое устройство, для того чтобы основать и, прежде всего, продвигать институт брака независимо от института любви и укрепления семейных уз церковь внедрила и развивала представление о вине за «первородный грех». Но как считают исследователи, Папа не мог уничтожить человека, не вызвав всеобщей политической и церковной катастрофы. В конечном итоге всё это привело к «смерти» христианского Бога и коллапсу западной морали и семьи.

Изменение космологических представлений связано с именем Папы Григория Великого, а изменение материальных представлений – с именем Папы Григория VII. Можно сделать вывод, что вы не обязаны перенимать космологические представления, но вы обязаны подчиниться новым изменениям материальных представлений. Первой страной, которая это сделала, была Япония. Она переняла правовую образовательную систему, присоединилась к современному миру, переняв материальные представления Запада, но не отказалась от своих космологических представлений. Очень важно ответить, что модернизация возможна без прохождения всего пути вестернизации.

Итак, мы видим расхождение или те изменения и отличия, которые наблюдались как в сфере семьи, так и в сфере экономического устройства в сравнении с общими характеристиками, которые касались и применялись ко всем евразийским обществам, начиная с VII века.

Список литературы

1. Грейф, А. Институты и путь к современной экономике. Уроки средневековой торговли : пер. с англ. И. Кушнаревой/ А.Грейф – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2013. – 536 с.

2. Лал, Д. Непреднамеренные последствия. Влияние обеспеченности факторами производства, культуры и политики на долгосрочные экономические результаты / Д. Лал – М.: ИРИСЭН, 2007. – 338 с.

In this article, we considered the influence of cultural preconditions on the economic development of states on the example of the influence of the institutions of the Catholic Church on the economic rise of Western Europe.

Акудович Илья Васильевич – студент 2 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: tkkultura@gmail.com.

Тихонков Даниил Витальевич – студент 2 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: daniil.tihonkov@mail.ru.

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. E-mail: matalytskaya@mail.ru.

УДК 338.5

А. В. Аполонис

СОСТОЯНИЕ СФЕРЫ ДОРОЖНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В данной статье проведен анализ состояния сферы дорожного строительства в Республике Беларусь. Выявлены направления развития предприятий дорожного хозяйства, определена особая актуальность строительства новых конструкций дорожных покрытий, которые позволяют повысить сроки службы и обеспечить высокие транспортно-эксплуатационные свойства автомобильных дорог.

Транспортная сеть в пределах Республики Беларусь образует единый комплекс, где все виды транспорта тесно связаны между собой, дополняя друг друга. Поэтому становится важным не только поддерживать уже существующие трассы в отличном состоянии, но и строить новые. Основное внимание уделяется улучшению транзитной привлекательности Республики Беларусь. В этом комплексе играют важную роль автомобильные дороги, оказывающие огромное влияние на социальное и экономическое положение страны. От их состояния и уровня развития непосредственно зависят основные экономические показатели, валовой национальный продукт, уровень цен, доходы государственного бюджета и степень занятости населения. Без надежно работающей, экономичной, безопасной и экологически чистой сети автомобильных дорог, ориентированной на интересы пользователей и экономики республики, невозможны радикальная перестройка экономической и социальной сфер, формирование рыночных отношений в народном хозяйстве [1, с. 98-99].

Дороги являются важнейшей частью транспортной системы государства и в то же время связующей силой, без которой невозможно его экономическое, социальное и культурное развитие. Для Республики Беларусь, расположенной в центре Европы, автомобильные дороги являются источником общественного благосостояния и служат всему обществу. Этому способствует географическое расположение республики, расположенной на перекрёстке европейских магистралей.

Предприятия отрасли делают все возможное, чтобы проезд по автомобильным дорогам республики был максимально безопасным, быстрым и более комфортным. Главные дороги республики – это визитная карточка страны, истинное достояние белорусского народа, поэтому дорожники стараются не только его сохранить, но и приумножить.

Постоянное совершенствование проходящих по территории республики международных транспортных коридоров, удобство, комфорт и безопасность движения по ним привлекают в страну транзитные транспортные потоки.

Общей стратегической задачей остается приведение основных трасс, ведущих из Минска в областные центры, в состояние, соответствующее европейским стандартам.

В Республике Беларусь насчитывается около 278 организаций, осуществляющих дорожно-строительную деятельность. Дорожно-строительные управления (ДСУ) занимаются строительством, реконструкцией, ремонтом, ДРСУ - содержание и ремонт. ДЭУ - Дорожно-Эксплуатационное Управление. Для обеспечения технологических процессов материалами, конструкциями, изделиями, была создана ДорСтройИндустрия (Фаниполь), БелДорТехника. Развитие дорожного хозяйства Республики Беларусь основано на техническом прогрессе. Создан БелДорНИИ. Головная организация по проектированию автомобильных дорог– Белгипродор.

Постановлением Совета Министров № 1296 от 31 декабря 2014 г. утверждена Государственная программа по развитию и содержанию автомобильных дорог в Республике

Беларусь на 2015-2019 гг. Большая часть автотрасс эксплуатируется с прошедшими межремонтными сроками, более 30 % мостов и путепроводов не отвечают нормативам, часть из них находится в предаварийном состоянии и нуждается в неотложном восстановлении. Высокое качество дорог подчеркивает статус страны, поэтому для Беларуси – связующего звена между Востоком и Западом – очень важным является реконструкция автомагистралей по направлениям международных транспортных коридоров, к областным центрам от Минска и другим наиболее востребованным участкам.

Дорожный фонд фактически заработал в 2015 г. Законом о республиканском бюджете на этот год закреплены доходные статьи, которые будут его наполнять: определены четыре постоянных источника: сбор за проезд по платным автотрассам (система BelToll), плата за проезд крупногабаритных и тяжеловесных автомобилей, госпошлина за допуск транспортных средств к участию в дорожном движении, а также сбор с иностранных грузовых автомобилей за проезд по дорогам общего пользования. Получаемые таким образом средства планируется расходовать только на нужды дорожного хозяйства.

Завершена реконструкция автомобильной дороги М-5/Е 271 Минск – Гомель на участках Пуховичи – Бобруйск (2013 год), Жлобин – Гомель (2014 год), дороги М-5/Е 271 на участке Бобруйск – Жлобин. Возобновлено строительство автомобильных дорог с цементобетонным покрытием. Первой дорогой, где в качестве дорожного полотна укладывают бетон, стала вторая МКАД, на строительстве которой в 2015-2016 гг. были сосредоточены основные силы. В перспективе устройство этого покрытия планируется и на других дорогах страны. В 2016 году начата масштабная реконструкция автомобильной дороги М-6 Минск – Гродно. Всемирный банк выделил кредит в сумме 250 млн. долл. США для реализации этого проекта.

В целях выполнения поставленных Правительством задач в период до 2019 года планируется продолжить реконструкцию автомобильной дороги Р-23 Минск – Микашевичи, начать реконструкцию участков автомобильных дорог Р-122 Могилев-Чериков-Костюковичи (км 7,8 – км 82), Р-20 Витебск – Полоцк – граница Латвийской Республики (Григоровщина), М-8/Е 95 Граница Российской Федерации (Езерище) – Витебск – Гомель – граница Украины (Новая Гута). Данные участки автомобильных дорог являются перспективными международными дорогами.

В Республике Беларусь в 2017 году протяженность сети автомобильных дорог общего пользования составляет 86 896 километров. Из общей их протяженности твердое покрытие имеют 75 353 километра дорог (или 86,7 %), из них усовершенствованное покрытие – 48 419 километров. Практически все республиканские автомобильные дороги имеют усовершенствованное покрытие. Местные автомобильные дороги протяженностью 11 500 километров не имеют твердого покрытия, являются грунтовыми, проезд по ним при неблагоприятных погодных условиях проблематичен.

Плотность сети автомобильных дорог общего пользования составляет 418 километров на 1000 кв. километров территории республики и является одной из самых высоких среди стран-участниц СНГ. За 1997-2016 годы уровень автомобилизации населения увеличился в 2,9 раза, протяженность автомобильных дорог общего пользования возросла в 1,6 раза, а объем финансирования дорожных работ без учета кредитных средств для реконструкции и строительства автомобильных дорог уменьшился в 1,5 раза.

По результатам дорожной диагностики 2017 года протяженность участков республиканских автомобильных дорог, не соответствующих нормативным требованиям, составляет 5023 километра (29,7 %). Имеют несоответствие по ровности покрытия 3189 километров дорог (19,3 %), дефектности покрытия – 2927 километров (17,7 %), прочности дорожных одежд – 948 километров (5,7 %).

На этих участках водители транспортных средств вынуждены снижать скорость движения, что приводит к экономическим издержкам. 11 С ограничением несущей способности дорожного покрытия до 6 тонн на ось эксплуатируется 1826 километров республиканских автомобильных дорог. Из 2259 мостовых сооружений (104,2 тыс. пог. метров) на республиканских автомобильных дорогах не соответствуют нормативным требованиям 972 сооружения (51,5 тыс. пог. метров).

По сравнению с 2008 годом в 8 раз сократилась протяженность капитально отремонтированных в 2016 году республиканских автомобильных дорог и в 2,5 раза протяженность дорог, на которых произведен текущий ремонт. Из-за недостаточного финансирования не обеспечивается восстановление ежегодного износа, а это ведет к необратимому процессу постепенного разрушения дорожных покрытий. Ремонт и восстановление этих дорог обойдется в 2,5-3 раза дороже, чем затраты на ремонт и модернизацию при своевременном их проведении.

Недостаточное финансирование ведет к ухудшению транспортно- эксплуатационного состояния автомобильных дорог, что оказывает непосредственное влияние на социально-экономические аспекты развития экономики, валовой национальный продукт, уровень цен, доходы государственного бюджета и степень занятости населения [2, с. 156].

Государственная программа по развитию и содержанию автомобильных дорог в Республике Беларусь на 2017 – 2020 годы разработана в соответствии с приоритетом социально-экономического развития государства (инвестиции в целях роста производительности труда и формирования центров опережающего регионального развития) и направлена на повышение качества жизни населения за счет улучшения транспортно-эксплуатационного состояния автомобильных дорог общего пользования [3].

Важно отметить, что при строительстве белорусских дорог в основном используются материалы, производимые в пределах государства. Так, состав асфальтобетона, применяемого при укладке автомобильных дорог, постоянно совершенствуется. Разработками составов асфальтобетонных дорог вплотную занимается институт БелдорНИИ. При этом укладываемое дорожное полотно уже предполагает увеличенную нагрузку на ось в 11,5 тонн. Именно такую нагрузку оказывает при движении большегрузный транспорт в Беларуси.

С 1 августа 2013 г. в Беларуси введена в эксплуатацию национальная электронная система взимания платы за проезд по платным дорогам. Данная система носит название BelToll, и действует она на 1512 км дорог страны. В карту платных дорог входят следующие участки: автодорога М-2 Минск – Национальный аэропорт Минск, М-1/Е 30 Брест (Козловичи) – Минск – граница Российской Федерации (Редьки) на всем протяжении, а также участки автодорог М-5/Е 271 Минск – Гомель и М-6/Е 28 Минск – Гродно – граница Республики Польша (Брузги), М-3 Минск – Витебск, М-4 Минск – Могилев, Р-1 Минск – Дзержинск, М-7/Е 28 Минск – Ошмяны – граница Литовской Республики (Каменный Лог).

Запланирована разработка Генеральной схемы развития придорожного сервиса на республиканских автомобильных дорогах до 2020 года. Данная схема будет предусматривать возведение новых объектов вблизи крупных населенных пунктов, расположенных около автомобильных дорог.

Стоит отметить, что на сегодняшний день на автомобильных дорогах Республики Беларусь успешно работают 146 газозаправочных пунктов, 369 автозаправочных станций, 67 гостиниц, функционирует 89 охраняемых стоянок, 40 автомоек, свыше 500 пунктов питания, около 380 торговых точек и 80 пунктов техобслуживания.

Основные предприятия, целью которых являются обеспечение надлежащего транспортно-эксплуатационного состояния сети республиканских автомобильных дорог, являются Республиканские унитарные предприятия автомобильных дорог: «Минскавтодор-

центр», «Брествтодор», «Витебскавтодор», «Гомельавтодор», «Гродноавтодор», «Могилевавтодор».

На балансе предприятий находятся республиканские автомобильные дороги общего пользования. Кроме своих основных функций, организации могут оказывать следующие виды услуг: изыскания и проектирование строительства, реконструкции и ремонта (капитальный, текущий) автомобильных дорог и улиц населенных пунктов, разработка проектов организации дорожного движения и др.

Развитие дорожной сети в Беларуси получает значительную господдержку. Кабинетом министров Беларуси, Постановлением № 699 от 18.09.2017 г., принята Государственная программа по развитию и содержанию автомобильных дорог в Беларуси на 2017-2020 годы. На реализацию данной Госпрограммы будет выделено более 5,6 млрд. бел. рублей, за счет средств, предусмотренных бюджетом на финансирование республиканского и местного дорожного хозяйства. Эта сумма не окончательная, и, вероятнее всего, будет корректироваться с учетом возможностей республиканского и местных бюджетов, и объема внешних и внутренних займов на эти цели.

На строительство и ремонт дорог в бюджете заложено около 2,9 млрд. долл. США. Программой предусмотрено направить более 1,5 млрд. рублей (800 млн. долл. США) на реконструкцию и строительство дорог республиканского значения I категории, в числе которых участки автодорог М6 (Минск – Гродно), М10 (Граница России – Гомель – Кобрин), Р23 (Минск – Микашевичи), Р58 (Минск – Калачи – Мядель), Р53 (Слобода – Новосады), Р80 (Слобода – Паперня) протяженностью 274,2 км. Источниками финансирования работ средства республиканского дорожного фонда, кредитные ресурсы белорусских и иностранных финансовых учреждений, частные инвестиции.

Также за счет привлеченных кредитов предусмотрена реконструкция и ремонт еще 380,3 км республиканских автодорог, в числе которых участки дорог М6 (Минск - Гродно), М7 (Минск – Ошмяны – граница Литвы), Р23 (Минск – Микашевичи), Р16 (Тюхиничи – ысокое – граница Польши), Р80 (Слобода – Паперня), Р58 (Минск – Калачи – Мядель), а за счет частного инвестирования планируется отремонтировать автотрассу М10 (Граница России – Гомель – Кобрин) на участке Речица – Калинковичи.

Программой предусмотрено начать разработку проектной документации по следующим участкам республиканских автодорог М3 (Минск – Витебск), М8 (Граница России – Витебск – Гомель – граница Украины), М10 (Граница России – Гомель – Кобрин), Р20 (Витебск – Полоцк – граница Латвии), Р45 (Полоцк – Глубокое – граница Литвы), Р46 (Лепель – Полоцк – граница России), а также участкам с гравийным покрытием автомобильных дорог республиканского значения. Вместе с тем, в документе есть оговорка «Реконструкция и возведение указанных участков будут начаты в случае наличия финансовых средств».

На 2017-2020 годы запланированы работы по устройству искусственного освещения на возводимых и реконструируемых республиканских автомобильных дорогах, а также в местах наибольшей концентрации дорожно-транспортных происшествий, аварийно-опасных пешеходных переходов и подходов к ним, пересечений дорог, в том числе на транспортных развязках. В результате полной реализации программы в Беларуси значительно расширится сеть платных автомобильных дорог. Плата за проезд большегрузного транспорта и водителей-иностранцев (кроме стран, членов Таможенного союза) будет введена на всем протяжении дороги М6 (Минск - Гродно), а также на участке дороги Р28 (Минск – Молодечно – Нарочь). Планируется что к 2021 году протяженность платных дорог составит около 1786 км.

В 2017-2020 годы предполагается поступление в республиканский бюджет от взимания платы за проезд по платным автомобильным дорогам более 817 млн. рублей, которые будут

направляться на содержание, ремонт и развитие республиканской сети автомобильных дорог, в первую очередь ее платных участков.

Уделено внимание и местным автомобильным дорогам. Предусмотрено выполнение работ по поддержанию транспортно-эксплуатационных показателей согласно требованиям технических нормативных правовых актов и требованиям по обеспечению безопасных условий для движения транспортных средств. Предусмотрен капитальный ремонт - 687,7 км дорожного полотна, текущий ремонт 6281,3 км автодорог местного значения строительство и реконструкция 31 км. По мостам и путепроводам запланирован капремонт 894,8 метра погонных, текущий ремонт 1317,2 м. пог., новое строительство 597,5 м. пог.

Содержание местных автомобильных дорог обойдется бюджету в сумму более 410 млн. бел. рублей (210 млн. долл. США) из них не менее 10 % на содержание мостового и путепроводного хозяйства.

Таким образом, один из наиболее актуальных вопросов в нашем государстве - это развитие автодорог. Для повышения качества и количества дорожного полотна сделано немало усилий, и в будущем этому вопросу планируется удаляться должное внимание. Этому способствует внедрение в производство покрытий и технологических процессов укладки, новейших технологий, которые соответствуют международным стандартам.

От состояния и уровня дорог непосредственно зависят валовой национальный продукт страны, уровень цен, доходы государственного бюджета, степень занятости населения, приток инвестиций и другие экономические показатели

Рост автомобильных перевозок в значительной степени определяется развитием и состоянием дорожной сети, ее надежностью, экономичностью. При этом важна не только мощность, бесперебойность транспортной системы, но и качество услуг, их доступность. Еще одна актуальная задача – сделать перемещение людей и грузов максимально безопасным.

В целях обеспечения сохранности и должного состояния дорожных покрытий требуется восстановление их ежегодного износа. В противном случае это ведет к необратимому процессу их постепенного разрушения. Ремонт и восстановление таких дорог обойдется в 2,5-3 раза дороже, чем затраты на их своевременные ремонт и модернизацию. По результатам проводимых ежегодно диагностике и сезонных осмотров автомобильных дорог на республиканских автодорогах выполнение ремонтных мероприятий требуется на 30 % протяженности дорог и 43 % мостовых сооружений. На местных автомобильных дорогах выполнение ремонтных мероприятий необходимо на 31 % протяженности дорог и 64 % мостовых сооружений.

Список литературы

1. Аксенов, И. Я. Единая транспортная система: учебник для вузов / И.Я. Аксенов – М.: Высш. шк., 2009. - 383с.

2. Афанасьев, Л. Л. Единая транспортная система и автомобильные перевозки : учеб. пособие / Л. Л. Афанасьев – М. : Транспорт, 2008 – 333 с.

3. Об утверждении Государственная программа по развитию и содержанию автомобильных дорог в Республике Беларусь на 2017-2020 годы : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 18 сент. 2017 г., № 699 // Эталон – Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. - Минск, 2018.

In this article, the state and quality level of the roads of the Republic of Belarus have been studied. Areas of development in the field of road facilities are indicated. The urgency of the direction in the development of the road network is the construction of the construction of road clothes, which allow to increase the service life and provide high transport-operational properties of highways.

Аполонис Анна Викторовна, магистрант 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 экономика и управление на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: goraeva_tj@grsu.by.

УДК 338.5

Н. А. Барановская

ОРГАНИЗАЦИЯ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рассмотрены теоретические основы материально - технического обеспечения, а также организация материально - технического обеспечения ОАО «Гродно Азот» Предложены необходимые мероприятия по совершенствованию материально – технического обеспечения предприятия.

В настоящее время, ни одно предприятие не обходится без применения материальных ресурсов в своей хозяйственной деятельности. Промышленные предприятия приобретают сырье и материалы, потребляют их в производственном процессе и получают готовую продукцию.

Производство любого вида продукции связано с использованием материальных ресурсов. Материальные ресурсы определенного ассортимента и качества являются основной и необходимым условием выполнения программы выпуска и реализации продукции, снижения себестоимости. Комплексное использование ресурсов, их рациональный расход, применение более дешевых и эффективных материалов является важнейшим направлением увеличения выпуска продукции и улучшения финансового состояния.

Экономическая эффективность улучшения использования и экономии материальных ресурсов весьма велики, поскольку они оказывают положительное воздействие на все стороны производственной и хозяйственной деятельности предприятия.

Процесс материального обеспечения – это совокупность операций, обеспечивающих предприятие необходимыми предметами и средствами труда. Несоблюдение сроков поставки продукции на любом этапе становится причиной нарушения сроков изготовления промежуточной или конечной готовой продукции в последующих звеньях цепи. При этом, несоблюдение требований к заказываемым и поставляемым материальным ресурсам по качеству, размерам и габаритам приводит к увеличению себестоимости выпускаемой продукции. В свою очередь, своевременная поставка производству материальных ресурсов необходимого качества, комплектности и ассортимента позволяет сократить затраты труда на изготовление продукции и потери времени, в связи с простоем оборудования, при отсутствии материальных ресурсов. Таким образом, от качества функционирования снабжения зависит качество выполняемых производственных функций или услуг не только в данном конкретном звене, но и во всех последующих этапах производства.

Помимо прочего, закупочная деятельность является одной из важнейших составляющих процесса управления запасами предприятия. Управление запасами представляет собой задачу, общую для всех предприятий. При управлении запасами любой организации, независимо от сложности системы снабжения, приходится отвечать на вопросы, сколько

заказывать и когда заказывать. Для решения этих вопросов есть конкретные системы управления запасами:

- с определенным размером заказа;
- с определенным перерывом между заказами (с постоянным уровнем запаса).

Существует достаточно много моделей, которые позволяют определить оптимальный уровень инвестиций в запасы и потому многие модели получили достаточное распространение на практике.

Рассмотрим некоторые из этих моделей:

1.Модель экономически обоснованной потребности в запасах (EOQ) или модель Уилсона. Математическая модель EOQ определяет оптимальный объем запасов исходя из цели минимизации затрат на их приобретение и хранение при удовлетворении прогнозируемого спроса на эти товары. Эти затраты варьируются в зависимости от заказанного количества.

Остальные характеристики модели следующие:

- спрос на товары в единицу времени известен определенно;
- запасы расходуются с линейным темпом;
- затраты на осуществление закупок и загрузку материальных ценностей на склады остаются постоянными, и нет никаких скидок за покупки в больших объемах;
- сроки реализации заказа — заранее известны и равны нулю;
- дефициты недопустимы;
- пополнение запасов осуществляется мгновенно.

При этих параметрах оптимальная партия заказа, основанная на критерии минимизации совокупных затрат, определяется формулой (1):

$$Q = \sqrt{\frac{2AS}{W}} \tag{1}$$

где Q – оптимальный размер заказа,

A – затраты на поставку единицы заказа,

S – потребность в заказываемом продукте,

W – затраты на хранение единицы заказываемого продукта[1, с. 112].

2. Модель планирования потребности в материалах (MRP) – представляет собой компьютерную информационную систему, предназначенную для обработки заказов и графика формирования запасов, зависящего от спроса на продукцию компании. MRP предназначена для ответа на три вопроса: что, сколько и когда необходимо. Основными компонентами модели являются, во-первых, накладная на предметы материально-технического обеспечения, которая определяет, что потребуется для производства конечного продукта. Накладная формируется на основе компьютерной имитации каждого продукта, которая дает описание его материальной структуры, статуса в запасах и процесса производства. Во-вторых, это основной график, который показывает, сколько компании потребуется поставить конечных продуктов и когда. В-третьих, это база данных (в бумажном варианте — картотека учета) товарно-материальных ценностей, в которой зафиксировано, какое количество запасов имеется в наличии и сколько заказано.

Вся эта информация обрабатывается с помощью различных компьютерных программ, чтобы определить потребности в материалах для каждого планового периода. В результате компьютерной обработки получается плановый график выполнения заказов, отправка заказов, необходимые коррекции в заказах, отчет об исполнении поставок, плановый отчет и отчет об отклонениях от плана выполнения заказов[2, с. 75].

Полученный с помощью компьютерной имитации расчет потребности в комплектующих изделиях используется для определения графика загрузки оборудования в производственных цехах. Эти графики сравниваются с мощностью каждого из цехов для того, чтобы определить возможность выполнения основного графика. Если находятся узкие места, то основной график пересматривается. Когда это сделано, размещаются заказы на покупки и составляется график операций по цехам.

Таким образом, организация должна располагать необходимым запасом материалов для бесперебойного питания ими цехов. Величина запасов должна быть достаточной для нормального обеспечения производства, но в то же время и минимальной, исключающей длительное оседание материалов на складе и замедление оборачиваемости вложенных в них оборотных средств.

Рассмотрим систему материально – технического обеспечения на примере ОАО «Гродно Азот». Предприятие ОАО «Гродно Азот» является единственным производителем азотных удобрений и капролактама в Республике Беларусь. Высокое качество, выгодное географическое положение позволяет успешно конкурировать продукции на мировом рынке.

Вопросами материально-технического обеспечения ОАО «Гродно Азот» занимается отдел материально-технического обеспечения.

Отдел материально-технического обеспечения находится в подчинении заместителя генерального директора по коммерческим вопросам предприятия.

Отдел материально – технического обеспечения взаимодействует со следующими подразделениями предприятия:

1. планово-экономический отдел предоставляет службе обеспечения годовой и квартальные планы производства продукции, плановую смету материальных затрат и действующие прейскуранты материальных ресурсов;

2. производственный отдел предоставляет службе обеспечения месячные планы производства продукции с детализацией по декадам, изменения плановых заданий, сведения о размерах незавершенного производства;

3. технологический отдел предоставляет нормы расхода материалов, сведения об изменениях норм расходов и т. д.;

4. отделы главного механика, конструкторский отдел передают расчеты своих потребностей в ресурсах и заявки на них;

5. все цехи определяют свои потребности во вспомогательных материалах и передают их отделу материально – технического обеспечения, который обобщает их в общий сводный план закупок;

6. бухгалтерия передает сведения о движении материалов в денежном выражении и отчеты о выполнении показателей по закупкам;

7. финансовый отдел увязывает нормы производственных запасов с нормами оборотных средств и обеспечивает финансирование обеспечения в плановом периоде;

8. отдел труда и зарплаты вместе с отделом кадров согласовывает численность работников и фонд зарплаты отдела материально – технического обеспечения;

9. юридический отдел согласовывает проекты договоров с поставщиками;

10. транспортный отдел согласует перевозку и доставку материальных ресурсов на предприятие;

11. склады осуществляют разгрузку, приемку, хранение, выдачу и учет движения поступающих и отпускаемых материальных ресурсов;

12. отдел технического контроля составляет список материалов, подлежащих лабораторному контролю, и запрещает приемку материалов, не отвечающих требованиям стандартов.

В работе отдела материально-технического обеспечения имеются следующие недостатки:

- дублирование товарных позиций в номенклатурном справочнике;
- недостаточно точное описание номенклатурных позиций;
- отсутствие системы стандартизации номенклатурных наименований;
- непрозрачные и непонятные для инициирующих подразделений, сроки поставки требуемых материалов на производство;
- полное отсутствие и порой непонимание обратной связи и инициирующих.

Проведенный анализ теоретических источников и работы предприятия, позволяет рекомендовать следующие мероприятия для эффективной работы системы материально – технического обеспечения ОАО «Гродно Азот»:

- Составление стандарта, согласно которому, будут даваться названия новым позициям в номенклатурном справочнике. Необходимо, чтобы наименование позиции было максимально информативным, точным и, при этом, достаточно лаконичным. В качестве примера можно взять международный классификатор товаров, где деление осуществлено по наиболее значимым экономическим и техническим классификационным признакам.
- Внедрение системы обратной связи позволило бы отделу снабжения получать информацию о закупаемых товарах и материалах (качество, надежность и т.д.) непосредственно от тех, кто их использует. Важность данной информации сложно переоценить, поскольку она может повлиять на выбор поставщиков, а также на качество закупаемых материально - технических ресурсов.
- Своевременное отслеживание ситуации с запасами накопленных ресурсов, для профилактики образования неликвидов на предприятии, это важное направление деятельности работников отдела материально – технического обеспечения. Раз в две недели составлять отчет о накоплении остатков, разделяя их на: операционные, страховые и неликвидные. Нахождение вариантов реализации неликвидов или их использования.
- Для прогнозирования потребности в материально – технических ресурсах, потребуется ввести рейтинговую оценку приоритетности запасов на основе матрицы ABC-анализа. Идея метода состоит в том, что из всего множества объектов (товаров) требуется выделить наиболее значимые, с точки зрения вклада в конечный результат (прибыль). Как правило, таких объектов относительно не много, на них и требуется сосредоточить основные усилия и внимание.

Список литературы

1. Бланк, И.А. Финансовый менеджмент: учеб. курс / И.А. Бланк. - К.: Ника-Центр: Эльга, 2012. - 527 с.

2. Гетьман, В.Г. Методические изъяны в учете запасов / В. Г. Гетьман // Все для бухгалтера. - 2013. - № 12. - С. 3 – 7.

The article is devoted to material and technical support.The principles of organization of the system of material and technical support of the enterprise are considered.Ways of improving the system of material and technical support of Jack"Grodno Azot" are offered.

Барановская Наталия Аликовна, студентка 4 курса специальности «Экономика и управления и предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: natalinabaranovskay@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. E-mail: shamov_ov@grsu.by.

УДК 338.512

Т. Н. Бекиш, Ю. С. Шимкович

ОСНОВНЫЕ РЕЗЕРВЫ И ФАКТОРЫ СНИЖЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ

В статье раскрывается сущность понятия себестоимость, приводится группировка затрат по экономических элементам и калькуляционным статьям, а также основные факторы и резервы снижения себестоимости продукции в хлебопекарной промышленности.

В настоящее время в странах СНГ, в том числе Республике Беларусь, в условиях перехода к рыночной экономике, большое значение имеет эффективная организация производства. В новых условиях выживание возможно только при росте эффективности работы предприятия, снижении себестоимости и максимизации прибыли. Один за другим экономические кризисы ставят в тяжелое положение не только предприятия, но и рядовых граждан - потребителей, от уровня покупательской способности которых зависят объемы продаж производимой продукции.

Затраты являются одним из важных элементов в деятельности организации: без них невозможно ведение предпринимательской деятельности, они являются основным качественным показателем, отражающим результаты хозяйственной деятельности предприятия, а также инструментом оценки технико-экономического уровня производства и труда, качества управления. Тема данной статьи является актуальной в условиях рыночных отношений, когда каждое предприятие стремиться извлечь максимальную прибыль с наименьшими затратами.

Себестоимость продукции - это совокупность текущих затрат предприятия на производство и реализацию продукции, выраженных в денежной форме. В себестоимости продукции находят отражение все произведенные предприятием затраты живого и овеществленного труда в виде расходов сырьевых, материальных, топливно-энергетических ресурсов, амортизации основных фондов, оплаты труда. Себестоимость включает прямые материальные и трудовые затраты, а также накладные расходы на управление и обслуживание производства [1, с. 145].

Для практического использования в системе управления формированием затрат целесообразно использовать классификацию по элементам и статьям затрат.

Группировка затрат по экономическим элементам применяется при составлении сметы затрат на производство всей выпущенной продукции, планировании снижения себестоимости, определения её структуры, а также при нормировании оборотных средств. Она отличается от группировки затрат по статьям тем, что в ней все затраты распределяются по видам, характеризующим их экономическое содержание, без учета мест их возникновения.

Для предприятий всех отраслей промышленности установлена следующая обязательная номенклатура затрат на производство по экономическим элементам:

1) материальные затраты (за вычетом стоимости возвратных отходов). Сюда относится стоимость приобретаемых со стороны для производства продукции сырья и материалов, комплектующих изделий и полуфабрикатов, топлива и энергии всех видов, расходуемых как на технологические цели, так и на обслуживание производства (отопление зданий, транспортные расходы и т.д.). Из затрат на материальные ресурсы исключается стоимость возвратных отходов, под которыми понимаются остатки сырья, материалов, образовавшиеся в процессе производства продукции и утратившие полностью или частично потребительские качества исходного продукта и в силу этого используемые с повышенными затратами или вовсе не используемые по прямому назначению;

2) затраты на оплату труда. Сюда относится основная и дополнительная заработная плата промышленно-производственного персонала предприятия, в том числе премии рабочим и служащим за производственные результаты, стимулирующие и компенсирующие выплаты, а также затраты на оплату труда не состоящих в штате предприятия работников, занятых в основной деятельности;

3) отчисления на социальные нужды. Сюда относятся обязательные отчисления по установленным нормам органам социального страхования, Пенсионного фонда, Государственного фонда занятости и медицинского страхования в процентах к оплате труда работников;

4) амортизация материальных и нематериальных активов. Сюда входит сумма амортизационных отчислений на полное восстановление основных производственных фондов, определяемые исходя из их балансовой стоимости и установленных норм, включая и ускоренную амортизацию их активной части;

5) прочие затраты. Сюда относятся все другие затраты, не вошедшие в ранее перечисленные элементы затрат. Это налоги, сборы, отчисления в специальные фонды и плата по кредитам в пределах установленных ставок, затраты на командировки, оплата услуг связи и другие [2, с. 134].

При калькулировании себестоимости единицы отдельных видов продукции применяется группировка затрат по калькуляционным статьям. Такая группировка производится в зависимости от места возникновения и назначения затрат по видам продукции и услуг. Она используется для определения себестоимости единицы отдельных видов продукции, а также для планирования и учета расходов по цехам и переделкам производства.

Перечень статей калькуляции, их состав и методы распределения по видам продукции, работ, услуг определяются отраслевыми методическими рекомендациями по вопросам планирования, учета и калькулирования себестоимости продукции, работ, услуг с учетом характера и структуры производства. В качестве типовой группировки применяется следующая номенклатура статей калькуляции [3, с. 110]:

1) сырье и материалы;

2) возвратные отходы (вычитаются);

3) покупные полуфабрикаты и услуги производственного характера сторонних организаций;

4) топливо и энергия на технологические цели;

5) заработная плата производственных рабочих (основная и дополнительная);

6) отчисления на социальные нужды;

7) расходы на подготовку и освоение производства;

8) общепроизводственные расходы;

9) общехозяйственные расходы;

10) потери от брака;

11) прочие производственные расходы;

12) коммерческие расходы.

Сумма одиннадцати первых статей калькуляции образует производственную себестоимость продукции, а сумма двенадцати статей - полную себестоимость продукции.

Под структурой себестоимости продукции понимается соотношение затрат по элементам или статьям либо их доля в полной себестоимости. Она находится в движении и на нее влияет множество факторов: специфика предприятия, ускорение научно-технического прогресса, географическое местонахождение предприятия, инфляция и изменение процентной ставки банковского кредита.

Задача снижения себестоимости продукции имеет большое народнохозяйственное

значение, поскольку себестоимость – ценообразующий фактор, оказывающий существенное влияние на показатель прибыли и конкурентоспособность продукции предприятия и отрасли. Снижение себестоимости в масштабах промышленного производства позволяет увеличить темпы расширенного воспроизводства, способствует росту объемов производства продукции и ее конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынке, увеличению социальных возможностей государства [4, с. 115].

Актуальность снижения себестоимости продукции возрастает с увеличением объемов производства, поскольку каждый процентный пункт снижения обеспечивает при этом всю возрастающую сумму экономии.

Г. В. Савицкая полагает, что при анализе фактической себестоимости выпускаемой продукции, выявлении резервов и экономического эффекта от ее снижения используется расчет по экономическим факторам, которые наиболее полно охватывают все элементы процесса производства — средства труда, предметы труда и сам труд. Таким образом, основные факторы, влияющие на уровень и динамику себестоимости продукции, можно свести к следующим группам [3, с. 203]:

1) факторы использования средств труда;

2) факторы использования предметов труда;

3) факторы использования живого труда;

4) факторы организации труда, производства и управления.

Определение источников снижения себестоимости в учебном пособии по экономике Л. Н. Нехорошевой основывается на классификации резервов и знании факторов, обеспечивающих условия для снижения отдельных видов затрат [5, с. 137].

Под резервами снижения себестоимости продукции понимают объективную возможность снизить ее на предприятии, в отрасли. Под факторами снижения себестоимости понимают условия, обеспечивающие это снижение.

Все многообразие факторов, которые оказывают влияние на себестоимость продукции можно классифицировать на три категории:

1) инновации, направленные на повышение технического уровня производства: механизация, автоматизация, компьютеризация производства, применение современных технологий, новых видов материалов, совершенствование конструкции изделия;

2) инновации в сфере управления, организации производства и труда: организация контроллинга и управленческого учета, создание автоматизированных рабочих мест руководящих работников и специалистов, внедрение научной организации труда, расширение зон обслуживания и др.;

3) экономические факторы: совершенствование материального стимулирования персонала, привлечение инвестиций, внедрение прогрессивных норм и нормативов и др. [6, с.79].

Все факторы, которые влияют на уровень снижения затрат, можно подразделить по масштабам их действия: общегосударственные, внутриотраслевые и внутрипроизводственные.

Общегосударственные связаны с политикой правительства в области экономических отношений.

Внутриотраслевые факторы в условиях реформирования экономики играют незначительную роль и могут быть представлены процессом совершенствования нормативов системы цен на продукцию и в области планирования производственной деятельности, принятия ценовых и тарифных, трудовых (отраслевых) соглашений, регулирующих отдельные виды затрат. Вопросы специализации и кооперирования решаются самим предприятием.

Внутрипроизводственные факторы связаны с улучшением использования всех

имеющихся у предприятия материально-технических, трудовых и финансовых ресурсов. Они главным образом зависят от результатов деятельности предприятия, могут быть также независимыми от них [4, с. 103].

Рассматривая факторы и резервы сокращения себестоимости, следует отметить, что в каждой отрасли промышленности данные факторы имеют свою специфику. В рамках данной статьи рассмотрим резервы снижения себестоимости в хлебопекарной промышленности.

В хлебопекарной промышленности резервы снижения себестоимости продукции заключаются в уменьшении потерь муки в виде распыла, полуфабрикатов, сухого вещества при брожении опары, усушки при остывании хлеба. Вместе с тем при всём многообразии конкретных путей экономии материальных ресурсов можно выделить следующие основные направления:

1) сокращение отходов и потерь;

2) ликвидация брака;

3) внедрение новых видов экономических материалов и заменителей;

4) комплексное использование сырья и материалов;

5) уменьшение возрастных отходов;

6) снижение затрат по статье «Основная заработная плата производственных рабочих»;

7) увеличение объема производимой продукции, что способствует уменьшению условно-постоянных расходов;

8) снижение расходов на двигательную энергию в результате правильного подбора мощностей оборудования;

9) уменьшение расходов на ремонт оборудования путем применения прогрессивных методов ремонта;

10) снижение цеховых и общефабричных расходов в результате сокращения административно-управленческого аппарата.

В экономии материалов важное место занимает переход на ресурсосберегающую технику и прогрессивную технологию производства, мало- или безотходные способы обработки. Выявление и использование резервов снижения материальных затрат лучше всего вести на основе построения баланса расхода материалов по всем его составляющим: полезный расход (количество выхода готовой продукции), отходы возвращённые и безвозвратные, потери утилизируемые и не утилизируемые.

Таким образом, можно сделать вывод, что тема данной статьи является актуальной практически для любых субъектов хозяйствования, поскольку у каждого предприятия (организации) с появлением новой техники, новых видов сырья материалов, ТЭР, в процессе осуществления ими инновационной деятельности и т.п. периодически появляются всё новые и новые резервы сокращения затрат, а, следовательно, и снижения себестоимости продукции, работ, услуг.

Список литературы

1. Богдашиц, Е.А. Снижаем затраты производства / Е. А. Богдащиц // Белорусский рынок. – 2010. - №6 – С. 145-148.

2. Экономика организации (предприятия). Практикум: учеб. пособие / О. В. Володько [и др.]; под ред. О. В. Володько. – Минск: Выш. шк., 2015. – 271 с.

3. Смирнов, Р. С. Понятие, структура, состав, динамика и значение себестоимости продукции как экономической категории / Р. С. Смирнов // Молодой учёный. – 2015. - №11 – С. 201-204.

4. Финансы предприятий: учеб. пособие / Н. Е. Заяц [и др.]. – Минск: Выш. шк., 2008. – 526 с.

5. Экономика предприятия: учеб. пособие / Л. Н. Нехорошева [и др.] под общей редакцией Л. Н. Нехорошевой. – 3-е издание. – Минск: Выш. шк., 2012. – 383 с.

6. Мясникова, О.В. Себестоимость продукции и ее государственное регулирование в контексте изменения отчётности белорусских организаций в 2012 году / О.В. Мясникова // Экономика и управление. – 2012. – №4. – С. 76-84.

The article reveals the essence of the concept of prime cost, provides a grouping of costs for economic elements and calculation items, as well as the main factors and reserves to reduce the cost of production in the baking industry.

Бекиш Татьяна Николаевна, студентка 3 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: bekishta@mail.ru.

Шимкович Юлия Сергеевна, студентка 3 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 на предприятии Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: moroz_ai@grsu.by.

УДК657

Е. Р. Бойко

СОСТОЯНИЕ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ В УЧРЕЖДЕНИИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ «МЕДИЦИНСКАЯ СЛУЖБА ДФиТ МВД ПО ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ»

В статье исследуется проблема повышения эффективности использования основных средств и производственных мощностей организации на примере УЗ «Медицинская служба ДФиТ МВД по Гродненской области: представлен анализ технического состояния основных средств организации, определена степень оснащенности труда работающих основными производственными фондами, выявлено влияние производительности труда и фондовооруженности труда работников на изменение фондоотдачи основных средств.

В условиях развития рыночных отношений одним из источников формирования и роста основных фондов, прежде всего, являются собственные средства организаций, а оценка эффективности использования средств труда приобретает особенно важное практическое значение.

Прежде всего, это обусловлено тем, что полное и эффективное использование действующих основных фондов способствует уменьшению потребности в инвестициях на их воспроизводство, росту производительности труда, снижению расходов на их эксплуатацию и увеличению на этой основе прибыли и рентабельности хозяйственной деятельности.

Для оценки уровня использования основных производственных фондов применяется система показателей. Основные показатели использования основных фондов можно объединить в четыре группы:

- показатели экстенсивного использованияосновных производственных фондов, отражающие уровень их использования по времени;
- показатели интенсивного использованияосновных фондов, отражающие уровень использования по мощности (производительности);
- показатели интегрального использованияосновных фондов, учитывающие совокупное влияние всех факторов, как экстенсивных, так и интенсивных;

- обобщающие показатели использованияосновных производственных фондов, характеризующие различные аспекты использования (состояния) основных фондов в целом по предприятию [4, с. 132].

Обобщающими показателями использованияосновных фондов являются фондоотдача, фондоемкость, фондовооруженностьтруда, рентабельность основных производственных фондов.

Фондовооруженность применяется для характеристики степени оснащенности труда работающих и оказывает огромное влияние на величины фондоотдачи и фондоемкости (1).

$$\text{Фондовооруженность} = \frac{\text{Среднягодоваяполнаястоимостьосновныхфондов}}{\text{Среднесписочнаячисленностьработников}}, \quad (1)$$

Обобщающим показателем использования основных фондов служит фондоотдача, которая показывает сколько продукции (оказано услуг в денежном выражении) выпущено за год в расчете на 1 руб. основных производственных фондов.

Таким образом, фондоотдача = производительность труда / фондовооруженность.

Для повышения эффективности производства, важно, чтобы был обеспечен опережающий рост производства продукции по сравнению с ростом основных производственных фондов. Для характеристики технического состояния основных фондов необходимо исследовать возрастной состав оборудования, в связи с чем, оборудование группируют по срокам эксплуатации. Такая группировка показывает удельный вес нового оборудования, отдача от использования которого наиболее высока, долю оборудования со средними сроками эксплуатации, а также процент устаревших средств труда.

Анализ возрастного состава оборудования проводится методом группировки по срокам его функционирования (таблица 1).

Таблица 1 – Возрастная структура основных фондов УЗ «Медицинская служба ДФиТ МВД Республики Беларусь по Гродненской области» за 2017 г.

Срок службы	Число единиц, штук	Удельный вес в общем количестве, % (f)	Середина интервала	
			X	x*f
до 5 лет	17	26,98	2,5	67,46
5–10 лет	15	23,81	7,5	178,57
10–15 лет	18	28,57	12,5	357,14
15–20 лет	10	15,87	17,5	277,78
свыше 20 лет	3	4,76	22,5	107,14
Итого	63	100	X	988,10

Источник: собственная разработка на основе данных УЗ «Медицинская служба ДФиТ МВД Республики Беларусь по Гродненской области»

Исчисление среднего возраста основных средств производится по формуле средней арифметической взвешенной (2):

$$T = \frac{\sum xf}{\sum f}, \quad (2)$$

где T – срок службы оборудования,

f – удельный вес возрастной группы оборудования.

Средний возраст равен: 988,1 / 100 = 9,9 лет.

Данные таблицы 1 свидетельствуют о том, что средний возраст оборудования, используемого в УЗ «Медицинская служба ДФиТ МВД Республики Беларусь по Гродненской области» равен 9,9 лет, в структуре основных фондов 50 % занимает оборудование от 10 и выше лет, такое положение требует от руководства принятия решения в обновлении основных фондов организации.

Внедрение новой техники, передовой технологии, механизации и автоматизации производственных процессов с целью увеличения объема оказанных услуг и повышения производительности труда приводят к росту основных средств организации, укреплению ее материально-технической базы. В связи с этим с каждым годом возрастает доля основных средств, приходящихся на одного работающего. Следовательно, повышается фондовооруженность труда, рост которой должен сопровождаться ростом производительности труда. При этом темпы роста производительности труда должны быть выше темпов роста фондовооруженности труда.

Анализ фондовооруженности труда в УЗ «Медицинская служба ДФиТ МВД Республики Беларусь по Гродненской области» представлен в таблице 2.

Таблица 2 – Анализ фондовооруженности труда УЗ «Медицинская служба ДФиТ МВД Республики Беларусь по Гродненской области» за 2015-2017 гг.

Показатели	Годы			Отклонение, +/-		Темп роста (снижения), %	
	2015	2016	2017	2016 / 2015	2017 / 2016	2016 / 2015	2017 / 2016
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	39699949,0	42621266,7	42635204,9	+2921317,7	+13938,1	107,36	100,03
Среднесписочная численность работников, чел.	109	111	111	+2	-	101,83	100,00
Фондовооруженность труда, тыс. руб./ чел.	364219,7	383975,4	384100,9	+19755,7	+125,6	105,42	100,03
Объем оказанных услуг, тыс. руб.	402642,7	689707,1	830785,8	+287064,4	+141078,7	171,30	120,45
Выработка услуг на 1 работающего, тыс. руб./чел.	3693,97	6213,58	7484,56	+14882	+9872	127,04	114,12

Источник: собственная разработка на основе данных УЗ «Медицинская служба ДФиТ МВД Республики Беларусь по Гродненской области» [1], [2] , [3]

По данным УЗ «Медицинская служба ДФиТ МВД Республики Беларусь по Гродненской области» за 2016-2017 гг. объем оказанных услуг и стоимость основных средств в динамике возросли: темп роста объема оказанных услуг составил 120,45 %, а темп роста среднегодовой стоимости основных средств – 100,03 %. Таким образом, темп роста объема оказанных услуг выше темпа роста стоимости основных средств, что указывает на их эффективное использование.

Аналогично проводился анализ объема оказанных услуг и стоимости основных средств в динамике за 2015-2016 гг.: темп роста объема оказанных услуг составил 171,3 %, а темп роста среднегодовой стоимости основных средств – 107,36 %. Таким образом, темп роста объема оказанных услуг выше темпа роста стоимости основных средств, что указывает на их эффективное использование.

Рост фондовооруженности труда вУЗ «Медицинская служба ДФиТ МВД Республики Беларусь по Гродненской области» сопровождается ростом производительности труда, при этом темпы роста производительности труда выше темпов роста фондовооруженности труда.

Используя прием цепных подстановок, следует проанализировать влияние производительности труда и фондовооруженности труда рабочих на изменение фондоотдачи за анализируемый период (таблица 3).

Таблица 3 – Анализ влияния производительности труда и фондовооруженноститруда работников на изменение фондоотдачи основных средств УЗ «Медицинская служба ДФиТ МВД Республики Беларусь по Гродненской области» за 2016-2017 гг.

Номер расчета	Номер подстановки	Взаимодействующие факторы		Результативный показатель – фондоотдача, руб.	Влияние фактора на результативный показатель	
		производительность труда, тыс. руб./ чел.	фондовооруженность, тыс. руб./ чел.		сумма, тыс. руб.	доля фактора, %
		3	4	5	6	7
		6213,58	383975,4	0,016	-	-
		7484,56	383975,4	0,019	+0,003	+100,19
		7484,56	384100,9	0,019	-	-0,19
Совокупное влияние факторов					0,003	100,00

Источник: собственная разработка на основе данных УЗ «Медицинская служба ДФиТ МВД Республики Беларусь по Гродненской области»

В результате исследования выявлено, что в 2017 г. по сравнению с 2016 г. фондоотдача основных средств не изменилась и составила 0,019 руб. Влияние экстенсивных факторов составило 100,19 %, интенсивных – «минус» 0,19 %.

В заключение следует отметить, что основные средства являются неотъемлемой частью любой организации и от повышения эффективности их использования зависят показатели деятельности организации. Так, в частности, эффективное использование основных средств способствует увеличению выпуска продукции без дополнительных инвестиций, способствует росту производительности труда, снижению себестоимости продукции и повышению рентабельности актива. Кроме того, от эффективности используемых основных средств зависят такие показатели деятельности организации как финансовое положение и конкурентоспособность на рынке.

Список литературы

1. Отчет о движении основных средств, отдельных предметов в составе оборотных средствУЗ «Медицинская служба ДФиТ МВД по Гродненской области» за 2015 – 2017 гг.

2. Отчет об исполнении сметы доходов и расходов внебюджетной организации. УЗ «Медицинская служба ДФиТ МВД по Гродненской области». Вид деятельности: СВОД; платные

медицинские услуги, оказываемые штатной численностью; сдача внаем недвижимого имущества (аренда) за 2015 – 2017 гг.

3. Отчет о выполнении плана по сети, штатам и контингентам по организациям здравоохранения, УЗ «Медицинская служба ДФиТ МВД по Гродненской области» за 2015 – 2017 гг.

4. Волков О.И., Скляренко В.К. Экономика предприятий: курс лекций / О.И. Волков. М.: ИНФРА-М, 2006. - 280 с.

Бойко Екатерина Ромуальдовна, студентка 3 курса специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: katya.b90@mail.ru .

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. E-mail: tarasova_ls@grsu.by.

УДК 338.4

А. Н. Гагалушко

ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИИ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ГРОНИТЕКС»)

В статье рассматриваются понятие и основные подходы к определению инновационной деятельности, обосновывается необходимость ее проведения в современных условиях, проводится анализ основных целей и задач инновационной деятельности предприятий с учетом отраслевых особенностей их функционирования.

Для рыночной экономики характерна конкуренция самостоятельных предприятий, ключ к успеху в которой – постоянное обновление своего ассортимента, внедрение производственных, организационных, управленческих и других новшеств. Предприятие, успешно и регулярно осуществляющее инновационную деятельность, обязательно получает конкурентные преимущества на рынке.

В современных условиях конкурентоспособность на отечественном и мировом рынках все больше зависит от той продукции, в основе которой лежит новое знание. И если в прошлом успех и развитие организации во многом зависели от доступа к природным ресурсам, то сегодня они нуждаются в науке, нововведениях и образовании работающих.

В официальной статистике, значение инновационной деятельности для предприятий в современных условиях постоянно возрастает. Не смотря на это, статистические данные последних лет подтверждают тот факт, что предприятия испытывают серьезный кризис в инновационной сфере, и если не предпринимать активных мер по его преодолению, как со стороны государства, так и со стороны руководства самих предприятий, то неблагоприятные последствия в ближайшем будущем будут еще более значительными.

Инновационный путь развития Республики Беларусь, основанный на реструктуризации отраслей народного хозяйства с последующим возрастанием доли высокотехнологичных предприятий в структуре производства и выпуска продукции является единственно возможным направлением развития экономики страны в условиях глобализации производства, мировых рынков и усиления конкуренции между товаропроизводителями. Актуальной задачей при этом для каждого промышленного предприятия является обеспечение инновационной активности, соответствующей требованиям рынка и ожиданиям потребителей, поддержание высокого уровня инновационной активности является обязательным условием роста конкурентоспособности хозяйствующего субъекта.

Процесс внедрения новых решений, идей, технологий в производство интерпретируется как превращение потенциального новшества в реальные продукты и технологии и опосредуется понятием «инновационная деятельность».

В основу данного понятия положен термин «инновация» (англ. innovation – новшество, нововведение), который был введен в научный обиход известным экономистом из Австрии Йозефом Шумпетером. Он не только заложил системные теоретические основы инноваций, но и показал роль нововведений в процессах изменения управления и технологий.

Й. Шумпетер выделял пять типичных изменений:

- использование новой техники, новых технологических процессов или нового рыночного обеспечения производства (купля - продажа);
- внедрение продукции с новыми свойствами;
- использование нового сырья;
-изменения в организации производства и его материально-технического обеспечения;
- появление новых рынков сбыта [1, с. 159].

Под инновационной деятельностью понимается вид деятельности, связанный с трансформацией идей (обычно результатов научных исследований и разработок либо иных научно-технических достижений) в инновации [2, с. 202].

Можно выделить несколько подходов в самом понимании инновационной деятельности:

• Предпринимательский подход, для которого характерно включение в инновационный процесс собственно коммерческой деятельности, связанной с реализацией продукции потребителям. Под инновационной деятельностью подразумевается "процесс создания нового товара от формирования его идеи до освоения производством, выпуска, реализации и получения коммерческого эффекта”

• Креативно-функциональный подход, к представителям которого можно отнести Н.И. Лапина, А.И. Пригожина, Б.В. Сазонова, В.С. Толстого и других. Инновационную деятельность эти исследователи рассматривают как один из видов продуктивной творческой деятельности, под которой они, в свою очередь, понимают деятельность, связанную с выработкой новых целей и соответствующих им средств или с достижением известных целей с помощью новых средств [3, с. 38].

• Философский подход, где под инновационной деятельностью понимается "процесс, объединяющий науку, технику, экономику, предпринимательство и управление".

Целью инновационной деятельности является создание условий для обеспечения эффективной деятельности предприятия на основе повышения его конкурентоспособности, конкурентоспособности продукции и минимизации себестоимости продукции (услуг).

Достижение этой цели обеспечивается следующими задачами инновационной деятельности:

1. использованием достижений научно-технического прогресса;
2. разработкой инновационной стратегии и политики;
3. повышением конкурентоспособности предприятия на основе развития научно-технологического потенциала, освоения модернизированных и новых технологий и продукции, совершенствования организации производства, сбыта продукции, труда и управления;
4. формирование среды, которая бы воспроизводила и осуществляла целенаправленный поиск, подготовку и реализацию нововведений, обеспечивающих конкурентоспособность организации.

Актуальной проблемой исследования в настоящее время для каждого предприятия, внедряющего инновации, является оценка эффективности инновационной деятельности.

В настоящее время в нашей стране не существует универсальных методик оценки инновационной деятельности. Большая часть ученых разрабатывают частные методики, исходя из теории экономической эффективности или существующей методики оценки инвестиционного проекта. Это объясняется тем, что инновационная деятельность в разных отраслях экономики имеет свою специфику и разные критерии оценки. Теория экономической эффективности дает возможность оценивать результативность использования ресурсов, системы управления и выбрать оптимальную организацию ее применения в конкретных условиях.

Оценка эффективности инновационной деятельности предприятия должна заключаться в реализации комплексного процесса оценки с учетом принципов системности, формализованности, адаптивности, гибкости и включать использование индивидуальной системы оценки в рамках конкретной отрасли. Выделение целевых критериев, использование поэтапного подхода способствует осуществлению комплексной оценки эффективности инновационной деятельности и получения достоверных результатов, способных стать качественной основой для принятия управленческих решений в условиях инновационной экономики и влияния санкций.

Рассмотрим инновационную деятельность предприятия легкой промышленности на примере ОАО «Гронитекс», г. Гродно.

В течение последних 15 лет ОАО «Гронитекс» осуществляет практически непрерывное техническое перевооружение, позволяющее предприятию закрепить свой статус ведущего производителя хлопчатобумажной пряжи в Беларуси. Компания поставляет пряжи и нити многочисленным трикотажным, текстильным и швейным фабрикам. Продукция ОАО «Гронитекс» используется и для нужд кожевенно-обувной, химической и пищевой промышленности.

Однако слабым местом остается зависимость ОАО «Гронитекс» от импортного сырья, осложняемая рисками колебаний валютных курсов и котировок на хлопок.

Начиная с 2001 г. и до настоящего времени, на предприятии проводятся работы по реорганизации и реконструкции, заключающиеся в демонтаже излишнего и неиспользуемого длительное время, устаревшего морально и физически технологического оборудования и инженерных коммуникаций, в переносе необходимого для выполнения производственной программы технологического оборудования на другие производственные площади и высвобождение нерационально используемых площадей с целью перепрофилирования и сдачи в аренду для стабилизации финансово-экономического состояния субъекта хозяйствования.

С целью улучшения качества и повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции предприятием в 2005-2015 гг. реализовано четыре инвестиционных проекта.

С 2016 г. на ОАО «Гронитекс» начато производство инновационных видов пряж из волокон с новыми потребительскими свойствами. В ближайшие три года соответствующий инвестиционный проект планируется реализовать.

Данный инвестиционный проект был призван снизить производственные риски. Кроме того, он стал ответом на усилившееся давление на внутренний рынок со стороны азиатских поставщиков. По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, в 2016 г. ввоз в Беларусь хлопчатобумажных пряж с содержанием хлопковых волокон более 85% в физическом выражении увеличился более чем в полтора раза, с содержанием хлопка менее 85 % — в три раза. При этом поставки осуществлялись с признаками ценового демпинга: средние долларовые цены на такую продукцию упали соответственно на 17 и 27 %.

На ОАО «Гронитекс» постоянно ведутся работы по разработке новых и инновационных видов продукции. В 2017 г. на предприятии произведено и отгружено инновационной

продукции на общую сумму порядка 1038,4 тыс. руб. Удельный вес отгруженной инновационной продукции от общего объема отгруженной продукции за 2017 г. составил 4,9 %.

В 2017 г. предприятие начало производить ряд инновационных видов продукции. Одним из основных инновационных видов продукции, производимых предприятием, является огнестойкая пряжа из метаарамидных волокон Арселон и Кермель, а также огнестойкого вискозного волокна. Данная продукция широко востребована на рынке технического текстиля и используется при производстве тканей и одежды специального назначения. Также, одним из видов инновационной продукции является льносодержащая пряжа с использованием биольна – волокна с дополнительной обработкой (отбелкой, отваркой). Использование данных технологий при обработке волокна придает ему такие свойства, как эластичность, мягкость, извитость, гигроскопичность, антимикробность и биозащищенность. Это создаёт более широкие возможности для использования льносодержащей пряжи и позволяет открывать новые ниши для реализации данной продукции.

Таким образом, одним из основных стратегических направлений развития ОАО «Гронитекс» является пересмотр ассортиментной политики в основной товарной группе – пряже, за счет ориентации на производство в сегменте специальных, особопрочных, экологических, улучшенного качества натуральных и смесовых пряж. В настоящее время предприятие остро нуждается в дополнительных инвестициях для осуществления инновационного развития на основе модернизации производства, внедрения новых видов сырья и освоения прогрессивных технологий. Это становится важнейшей стратегической задачей в современных экономических условиях.

В сложных финансово-экономических условиях, для сохранения предприятия и положительного эффекта от внедренных инвестиционных проектов по модернизации производства, на ОАО «Гронитекс» необходимо разработать стратегию инновационного развития организации.

На основе исследования инновационной деятельности ОАО «Гронитекс» могут быть предложены следующие направления по ее совершенствованию:

- внедрение системы непрерывных улучшений;
- совершенствование системы стимулирования и мотивации с целью поощрения инноваций (нововведений);
- совершенствование стратегического менеджмента на предприятии, регламентация процедур разработки, рассмотрения, утверждения, реализации и мониторинга инновационных проектов;
- импортозамещение;
- повышение качества пряжи до уровня мировых стандартов;
- расширение и обновление ассортимента пряжи;
- привлечение дополнительных финансовых ресурсов;
- техническое переоснащение производства.

Внедрение перечисленных мероприятий позволит ОАО «Гронитекс» более эффективно проводить инновационную деятельность, что приведет к росту финансово-экономических показателей: снижению затрат, росту прибыли и рентабельности.

Введение современного оборудования в производство, сочетание новых и существующих технологий, применение новых инновационных видов волокон и нитей позволит существенно поднять уровень качества выпускаемой пряжи, придать новые потребительские свойства и повысить ее конкурентоспособность.

Список литературы

1. Шумпетер, Й. А.. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия: учеб.пособие / Й.А. Шумпетер. – М. : ЭКСМО, 2007. – 540 с.
2. Гусаров, В.М. Теория статистики: учеб. пособие для вузов / В.М. Гусаров – М.: Аудит, ЮНИТИ, 2000. – 247 с.
3. Лапин, Н.И. Теория и практика инноватики: учеб.пособие / Н.И. Лапин. М.: Университетская книга, Логос, 2010. – 328 с.

In article the concept and the main approaches of definition of innovative activity are considered. Main objectives and problems of innovative activity are given. Need of carrying out innovative activity is proved now. The research of innovative activity of the enterprise of light industry is conducted.

Гагалушко Анастасия Николаевна, студентка 4 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 – ***Гораева Татьяна Юрьевна***, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления на предприятии Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: goraeva_tj@grsu.by.

УДК 340.1

З. З. Гасанов

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬСНОСТИ

В статье критически проанализированы методы эффективности рекламной деятельности, используемые при оценке эффективности рекламы на предприятии. Исследованы условия, ограничивающие определенность оценки эффективности рекламы, их факторы и показатели.

Реклама требует больших затрат, поэтому чрезвычайно важно проводить оценку эффективности рекламной деятельности. Это позволяет:

- получить информацию о целесообразности рекламы;
- выявить результативность отдельных средств ее распространения;
- определить условия оптимального воздействия рекламы на целевые аудитории.

Абсолютно точно определить эффективность отдельных средств рекламы, рекламной кампании в большинстве случаев не представляется возможным. В этом смысле можно согласиться с американским бизнесменом Джоном Ванамейкером, которому принадлежат следующие слова: «Я знаю, что половина моей рекламы идет впустую, вот только не знаю, какая половина» [1, с. 112].

Количественная неопределенность эффективности рекламы обусловлена рядом факторов.

Во-первых, реклама является одним из многих факторов, определяющих результативность маркетинга. Помимо нее, на реализацию товара оказывают влияние другие элементы комплекса маркетинга и коммуникаций. При одновременном воздействии множества маркетинговых факторов весьма трудно определить вклад (соответственно, и эффект) именно рекламных мероприятий.

Во-вторых, поведение конкретного потребителя представляет собой своеобразный «черный ящик». Под «черным ящиком» понимается набор определенных стимулов внутреннего и внешнего характера, под воздействием которых происходит выбор потребителя в пользу того или иного продукта. Процессы, протекающие внутри этого ящика,

изучены недостаточно. Более того, одни и те же стимулирующие воздействия нередко приводят к различным результатам.

В-третьих, при осуществлении рекламной деятельности часто необходимо проводить качественные исследования, позволяющие получить ответы на простой вопрос: «Почему?» Например, почему в данном конкретном случае следует воздействовать на эмоции, а не на разум потребителя? Допустим, эксперты сравнивают два варианта рекламного обращения и приходят к выводу, что для данной рекламной кампании лучше подходит вариант А, нежели Б. Но насколько он лучше? На 10 %? На 20 %? Или может быть в два раза? Количественных оценок здесь быть не может. Следовательно, нельзя сделать и корректных однозначных выводов об уровне эффективности.

В-четвертых, на конечную эффективность рекламной деятельности влияют как внутренние факторы (обоснованность и разработанность рекламной кампании, совершенство рекламных материалов и т.д.), зависящие от самого рекламодателя или действующего от его имени рекламного агентства, так и внешние, не зависящие от действий ни рекламодателя, ни агентства (конъюнктура рынка, поведение конкурентов, изменения в поведении потребителей, мода и т.д.). Кроме того, рыночная ситуация изобилует различного рода случайными событиями, которые могут определить успех или неудачу рекламируемого продукта.

Рассмотрев факторы, ограничивающие определенность оценки эффективности рекламы, следует отметить следующее. Невозможность получение абсолютно точных данных не говорит о нецелесообразности определения эффективности рекламы вообще. Во-первых, существуют множество случаев, когда данные ограничения вообще не действуют. Во-вторых, даже фиксация роста падения эффективности рекламной деятельности также может быть предметом серьезного анализа и основанием (с некоторыми ограничениями) для принятия решения. Наконец, в-третьих, невозможность получения полной картины эффективности рекламной деятельности не должна мешать оценке эффективности при решении локальных задач: например, при определении целесообразности размещения рекламы в тех или иных средствах массовой информации.

Различают экономическую и коммуникативную эффективность рекламы.

Экономическая эффективность рекламы чаще всего определяется путем измерения ее влияния на объем продаж (сравнение объема продаж до и после проведения рекламных мероприятий). Для этого анализируются оперативные и бухгалтерские данные. Наиболее точно установить, какой эффект дала реклама, можно лишь в том случае, если увеличение сбыта происходит немедленно после ее воздействия. Однако это не касается, например, дорогостоящих продуктов, когда покупке предшествует обязательное обдумывание, – в этом случае эффект рекламы может проявиться далеко не сразу. При этом следует также иметь в виду, что, помимо рекламы, на объемах реализации продукта сказываются его качество, цена, а также местоположение предприятия, уровень культуры обслуживания потребителей, наличие на рынке аналогичных услуг.

Дополнительный объем продаж под воздействием рекламы можно определить по следующей формуле (1) [2, с. 234]:

$$Од = (Оср \cdot П \cdot Д) / 100, \quad (1)$$

где Од – дополнительный объем продаж под воздействием рекламы, в денежных единиц;

Оср – среднедневной объем продаж до рекламного периода, в денежных единицах;

П – прирост среднедневного объема продаж за рекламный и послерекламный периоды, %;

Д – количество дней учета в рекламном и послерекламном периодах, дней.

Об экономической эффективности рекламы можно также судить по тому экономическому результату, который был достигнут от применения рекламного средства или проведения рекламной кампании. Экономический результат определяется соотношением между прибылью от дополнительного товарооборота, полученного под воздействием рекламы, и расходами на нее.

Для расчета экономического эффекта предлагаю использовать следующую формулу (2):

$$Э = Од \cdot Нт / 100 – (Up + Uд), \quad (2)$$

где Э – экономический эффект рекламирования, в денежных единицах.;

Од – дополнительный объем продаж под воздействием рекламы, в денежных единицах;

Нт – торговая надбавка на товар, в % к цене реализации;

Up – расходы на рекламу, в денежных единицах;

Uд – дополнительные расходы по приросту товарооборота, в денежных единицах.

В данном случае сопоставляется полученный эффект от проведения рекламного мероприятия с затратами на его осуществление. Результаты такого соотношения могут выражаться в трех вариантах:

- эффект от рекламного мероприятия равен затратам на его проведение;
- эффект от рекламного мероприятия больше затрат (прибыльное);
- эффект от рекламного мероприятия меньше затрат (убыточное);

Однако полученных данных еще недостаточно для сопоставления экономической эффективности затрат на проведение различных рекламных мероприятий. Более точно эффективность затрат на рекламу характеризует ее рентабельность.

Рентабельность рекламы – это отношение полученной прибыли к затратам. Она определяется по формуле (3) [2, с. 235]:

$$Р = П / З \cdot 100 \ \%, \quad (3)$$

где Р – рентабельность рекламирования продукции, %;

П – прибыль, полученная от рекламирования товара, в денежных единицах;

З – затраты на рекламу данной продукции, в денежных единицах.

Расчеты показателей экономической эффективности для ОАО «Гродненская обувная фабрика «Неман» за 2017 год:

1) дополнительный объем продаж под воздействием рекламы: Од = (12337 · 36 · 365) / 100 = 1621082 бел. руб.;

2) экономический эффект рекламирования: Э = 1621082 · 30 / 100 – 158786 = 327539 бел. руб.;

3) рентабельность рекламы: Р = 327539 · 100 / 158786 = 206, 3 %.

Экономическая эффективность рекламы напрямую зависит от степени ее психологического воздействия на целевые аудитории (коммуникативная эффективность). Определение коммуникативной эффективности рекламы позволяет установить, насколько действенно она передает целевой аудитории необходимые сведения или формирует желательную для рекламодателя точку зрения.

Коммуникативная эффективность рекламы характеризуется степенью привлечения внимания потенциальных покупателей, яркостью и глубиной их впечатлений, запоминаемостью рекламных обращений. Коммуникативная эффективность рекламы может оцениваться до, во время и после проведения рекламной кампании. Основный смысл оценки

рекламного обращения до момента начала реализации рекламного проекта заключается в проверке восприятия рекламы на контрольной группе потребителей продукции или экспертов и выборе оптимального окончательного варианта рекламного размещения из нескольких альтернативных. В процессе реализации рекламного проекта оценивается восприятие рекламного обращения в естественных условиях. Это необходимо для своевременного выявления недостатков и внесения необходимых корректив в целях исправления неудовлетворительного положения. По итогу реализации рекламного проекта проводится анализ и оценка коммуникативной эффективности (результативности) рекламного продукта, по результатам которых делается вывод о том, была ли достигнута цель проекта и в какой мере. Вместе с тем это предоставляет возможность для выявления всех сильных и слабых сторон рекламы и учета их дальнейших рекламных мероприятиях и акциях.

Коммуникативную эффективность рекламной деятельности можно определить методом наблюдения, эксперимента и опроса.

Метод наблюдения применяется при исследовании воздействия на потребителей отдельных рекламных средств. Этот метод носит пассивный характер, так как наблюдатель при этом никак не воздействует на покупателя, а, напротив, ведет себя незаметно для него. По заранее разработанной схеме регистрирует полученные данные, которые затем всесторонне анализируются. Наблюдатель, например, отмечает, какой стенд ярмарки или выставки-продажи привлекает внимание покупателей, как долго задерживаются пешеходы у той или иной витрины, сколько человек после ознакомления с витриной заходит в магазин, какой товар на витрине вызывает больший интерес и каким спросом он пользуется.

Метод наблюдения позволяет оценивать психологическое воздействие рекламы в естественных условиях, в непосредственном общении потребителя с определенным рекламным средством.

Наряду с методом наблюдения широко применяется метод эксперимента. Этот метод носит активный характер. Изучение психологического воздействия рекламы здесь происходит в условиях, искусственно созданных экспериментатором. Если при наблюдении лишь фиксируют, как потребитель относится, например, к определенной выкладке товаров, то экспериментатор может переставить товары, а затем наблюдать за изменением реакции покупателей. Особенно широкое развитие получило изучение коммуникативной эффективности воздействия средств рекламы путем проведения экспериментов в зарубежных странах. Их применяют при определении воздействия на покупателей витринной экспозиции, упаковки, объявлений в прессе, радио- и телевизионной рекламы. Так, если нужно оценить психологическое воздействие на покупателя упаковки товара, то один и тот же товар (к примеру, стиральный порошок) помещают в разную упаковку [3, с. 617].

Метод опроса также относится к активным методам определения психологического воздействия рекламы. Этот метод трудоёмкий, но намного достовернее других, так как позволяет выявить непосредственно у самого покупателя его отношение не только к рекламному средству, но и к отдельным составным элементам этого средства. Используя метод опроса, можно оценить воздействие рекламного средства на покупателей и установить, какие элементы его оформления привлекают к себе наибольшее внимание и лучше запоминаются. Для определения эффективности того или иного рекламного средства составляются анкеты (опросники), которые по заранее выработанной программе письменно, в личных беседах, по радио или телевидению доводятся до сведения потребителей. Анализ полученных ответов позволяет сделать соответствующие обобщения и выводы.

Проведение опросов требует значительных затрат времени и привлечения к этой работе большого числа людей. Вместе с тем полученные результаты не могут быть достаточно

полными, ведь порой даже для самого покупателя неясно, купил ли он товар под влиянием рекламы или по совету знакомого либо руководствовался какими-то другими соображениями. Кроме того, иногда устный опрос покупателей может вызвать у них настороженность. Поэтому целесообразнее предложить им заполнить опросный лист, изложив в нем задачи опроса, с тем чтобы покупатель знал его цель и постарался точнее ответить на вопросы [3, с. 618].

Экономическая оценка дает возможность получить точные количественные и качественные показатели эффективности рекламной деятельности. Изучение коммуникативной эффективности рекламы дает возможность улучшить качество как содержания, так и формы подачи рекламной информации.

Список литературы

1. Дурович, А.П. Реклама в туризме / А. П. Дурович. – М.: Новое знание, 2006. – 639 с.
2. Панкратов, Ф.Г. Рекламная деятельность: учебник для студентов высших и средних специальных учебных заведений / Ф. Г. Панкратов, Т. К. Серегина, В. Г. Шахурин. – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1998. – 244 с.
3. Россистер, Дж.Р. Реклама и продвижение товаров / Дж. Р. Россистер, Л. Перси. – СПб: Питер, 2000. – 656 с.

The article considers methods of an estimation of effectiveness of advertising activity. These methods can be used to evaluate the effectiveness of advertising in the enterprise. Formulas and indicators for calculating the effectiveness of advertising activities are given. Factors that limit the certainty of evaluating the effectiveness of advertising are considered.

Гасанов Заур Зафарович, студент 4 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы», Гродно, Беларусь.

Научный руководитель – ***Пичковская-Шевченко Оксана Викторовна,*** старший преподаватель кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы», Гродно, Беларусь. E-mail: pichkovskay_ov@grsu.by.

УДК 331.1

А. С. Герасимец

ОЦЕНКА ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА ВИТЕБСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье рассматривается вопрос об оценке человеческого капитала региона. Проанализирован индекс человеческого развития в Республики Беларусь. Рассмотрены факторы, влияющие на оценку человеческого капитала региона. Дана оценка человеческому капиталу в Витебской области.

На современном этапе социально-экономического развития государства стратегической целью становится переход к инновационной экономике, который обеспечивается за счет использования экономического потенциала территорий. Главную часть этого потенциала составляет национальное богатство, выступающее источником конкурентных преимуществ. В структуре национального богатства всех стран мира, согласно оценкам экспертов Всемирного банка, доля физического капитала (накопленных материально-вещественных фондов) составляет в среднем 16% общего богатства, природного капитала – 20%,

человеческого – 64% (в таких странах, как Германия, Япония, Швеция, удельный вес человеческого капитала достигает 80%) [1, с.113].

Первоначально под человеческим капиталом понималась лишь совокупность инвестиций в человека, повышающая его способность к труду — образование и профессиональные навыки. Человеческий капитал в широком смысле — это интенсивный производительный фактор экономического развития, развития общества и семьи, включающий образованную часть трудовых ресурсов, знания, инструментарий интеллектуального и управленческого труда, среду обитания и трудовой деятельности, обеспечивающие эффективное и рациональное функционирование ЧК как производительного фактора развития.

По данным независимых белорусских экспертов, «показатели системы образования являются основными индикаторами состояния человеческого капитала в стране». В своём исследовании А. Чубрик и Г. Шиманович приходят к выводу, согласно которому «изменения в структуре человеческого капитала практически совпадают с изменениями в образовательной структуре занятости», а «повышение среднего уровня образования обеспечивает практически такой же прирост человеческого капитала, что и увеличение численности занятых в экономике» [2, с.92].

Но в Беларуси имеет место дисбаланс между номинально высокими показателями уровня человеческого развития и низким уровнем душевого ВВП. Так, согласно ООН, в рейтинге по Индексу человеческого развития ИЧР (Human Development Indicators) в 2016 г. Республика Беларусь заняла вместе с Оманом 52 место из 188, что соответствует 1 месту в группе стран с высоким уровнем человеческого развития. Таким образом, наша страна вплотную подошла к тому, чтобы войти в группу стран с очень высоким уровнем человеческого развития (ЧР). По сравнению с 2015 г. ИЧР Республики Беларусь в 2016 г. снизился на 0,002 балла и составил 0,796 балла. Рейтинг Беларуси понизился на 1 позицию относительно 2015 г. и находится на уровне 2013–2014 гг. Беларусь занимает 2 место среди стран ЕАЭС по значению ИЧР, уступая только России (0,804 балла) и незначительно обгоняя Казахстан (0,794 балла).

В бюджете на 2018 г. на образование запланированы расходы (877,4 млн. руб.), сопоставимые с инвестициями в 2017 г. (808 млн. руб.). Это всё ещё недостаточный, но, в целом, релевантный имеющимся возможностям и международным стандартам объём финансирования.

Согласно данным Министерства статистики, по состоянию на начало 2017/2018 учебного года в Республике Беларусь на 10 тыс. населения приходится 315 студентов и магистрантов высших учебных заведений и 120 учащихся среднего специального образования (рисунок).

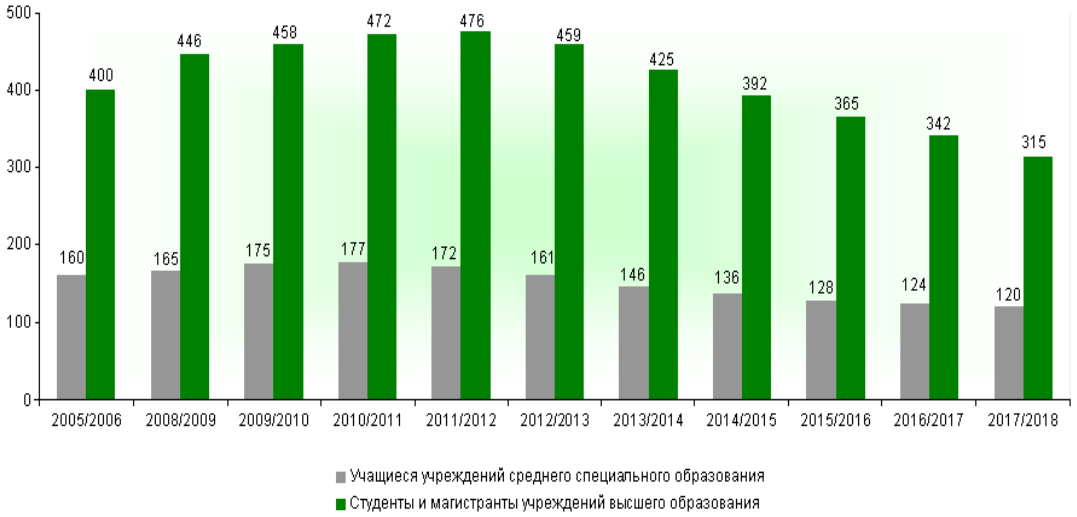


Рисунок – Численность учащихся в учреждениях среднего специального и высшего образования приходящихся на 10 тыс. чел.

Источник: национальный статистический комитет Республики Беларусь [3, с.112]

Например, в 5 высших учебных заведениях только Витебской области на начало 2017/2018 учебного года обучалось 29,4 тыс. студентов. В расчете на 10 тыс. человек населения численность студентов составляет 247 человек. За счет бюджетных средств обучается 41,7% всех студентов. От общего числа обучающихся в государственных вузах на дневной форме обучения 61,2% студентов получают образование за счет бюджетных средств. В 2017 году студентами стали 5,7 тыс. человек, из них 44,2% получат образование за счет бюджетных средств. Специалистами с высшим образованием в 2017 году стали 8,7 тыс. выпускников. В расчете на 10 тыс. человек населения, занятого в экономике, вузами области подготовлено 176 специалистов с высшим образованием [3, с.113].

В своей работе мы остановимся на оценке индекса человеческого капитала региона на примере Витебской области. Человеческий капитал региона представляет собой совокупность способностей населения соответствующей территории к получению образования, поддержанию здоровья, выполнению трудовых функций и соблюдению культурных норм, сформированных за счет индивидуальных и общественных инвестиций, что обеспечивает индивидам, предприятиям и региональной хозяйственной системе получение дохода, количественный и качественный рост.

Для развития основополагающего компонента человеческого капитала региона – образовательного капитала – следует обратиться к практике, реализуемой многими развитыми странами мирами, по созданию и обеспечению функционирования системы непрерывного образования. Данная система предполагает предоставление каждому права и возможности осуществления собственной программы получения и пополнения в течение жизни образовательного уровня на принципах гуманизма, демократизма, мобильности, опережения, открытости и непрерывности [4, с. 213].

В качестве оценки человеческого капитала Витебской области с учетом специфики базы данных Национального статистического комитета является представительный подход. В качестве элементов регионального человеческого капитала можно предложить использование следующих показателей (таблица).

Таблица – Система показателей оценки человеческого капитала региона

Показатели	Обозначение	Значение	Индекс
Численность студентов образовательных учреждений ВПО на 10 тыс. чел. населения	X_1	247	0,144
Численность персонала, занятого научными исследованиями, на 10 тыс. чел. занятых в экономике	X_2	58,2	0,444
Доли расходов бюджета региона на образование к ВРП	X_3	4,8	0,351
Доли расходов консолидированного бюджета региона на здравоохранение к ВРП	X_4	5,3	0,323
Доли расходов кбюджета региона на физическую культуру и социальную политику к ВРП	X_5	1,1	0,072
Удельные веса инвестиций в образование к общему объёму инвестиций в основной капитал	X_6	5,3	0,218
Удельные веса инвестиций в здравоохранение к общему объёму инвестиций в основной капитал	X_7	5,1	0,209
Удельные веса инвестиций в предоставление социальных услуг к общему объёму инвестиций в основной капитал	X_8	2,7	0,109
Уровень экономической активности населения	X_9	42,6	0,366
Уровень безработицы населения	X_{10}	0,7	0,5
Доля занятого населения, имеющее высшее образование	X_{11}	25,8	0,714
Удельный вес инновационных товаров (работ, услуг) в общем объёме отгруженных товаров (работ, услуг)	X_{12}	16,3	0,429
Ожидаемая продолжительность жизни при рождении	X_{13}	73,1	0,032
Заболеваемость на 1000 чел. населения	X_{14}	757	0,872
Численность зрителей театров и численность посещения музеев на 1000 чел. населения	X_{15}	180	0,167
Численность зрителей театров и численность посещения музеев на 1000 чел. населения	X_{16}	672	0,622
Число зарегистрированных преступлений в расчёте на 100 тыс. чел. населения	X_{17}	911	0,775
Доля лиц (домохозяйств), имеющих доступ к сети Интернет	X_{18}	62,5	0,5
Продажа алкогольных напитков в натуральном выражении в расчёте на душу населения	X_{19}	17,1	0,5

Источник: собственная разработка автора на основании данных [4, с.215]

Соответственно, для измерения образовательного капитала территории применяют индикаторы X_1, X_2, X_3, X_6; трудового капитала территории – X_9, X_{10}, X_{11}, X_{12}; капитала здоровья территории – X_4, X_7, X_{13}, X_{14}; социокультурного капитала территории – X_5, X_8, X_{15}, X_{16}, X_{17}, X_{18} и X_{19}.

Для перевода каждого показателя в индекс, значение которого варьирует от 0 до 1, мы воспользовались следующими формулами [6, с. 227]:

– для показателей, характеризующих благоприятное воздействие (1):

$$X_{i\,P} = (X_i - X_{min})/(X_{max} - X_{min}) \quad (1)$$

– для показателей, характеризующих негативное влияние (2):

$$X_{i\,P} = (X_{max} - X_i)/(X_{max} - X_{min}) \quad (2)$$

где $X_{i\,P}$ – индивидуальный индекс показателя i для p-региона; X_i – значение показателя X для p-региона; X_{max} и X_{min} – максимальное и минимальное значения показателя X для всех изучаемых регионов.

Затем в рамках проводимого нами исследования в Витебской области определяются индексы капитала образования (ИКО), трудового капитала (ИТК), капитала здоровья (ИКЗ) и социокультурного капитала (ИСКК) для каждой территорий, а на их основе рассчитывается интегральный индекс человеческого капитала региона (ИЧКР). Первоначально, с целью упрощения методики оценки человеческого капитала, относительную важность каждого индивидуального и сводного индексов можно признать равновеликой (формулы 3-7).

$$ИКО = (X_{1\,P} + X_{2\,P} + X_{3\,P} + X_{6\,P}) / 4, \quad (3)$$
$$ИКО = (0{,}144 + 0{,}444 + 0{,}351 + 0{,}218)/4 = 0{,}289$$

$$ИТК = (X_{9P} + X_{10P} + X_{11P} + X_{12P}) / 4, \quad (4)$$
$$ИТК = (0{,}366 + 0{,}5 + 0{,}714 + 0{,}429) / 4 = 0{,}502$$

$$ИКЗ = (X_{4\,P} + X_{7\,P} + X_{13P} + X_{14P}) / 4, \quad (5)$$
$$ИКЗ = (0{,}323 + 0{,}209 + 0{,}032 + 0{,}872) / 4 = 0{,}359$$

$$ИСКК = (X_{5\,P} + X_{8\,P} + X_{15P} + X_{17P} + X_{16P} + X_{18P} + X_{19P}) / 7, \quad (6)$$
$$ИСКК = (0{,}072 + 0{,}109 + 0{,}167 + 0{,}622 + 0{,}775 + 0{,}5 + 0{,}5) = 0{,}392$$

$$ИЧКР = (ИКО + ИТК + ИКЗ + + ИСКК) / 4. \quad (7)$$
$$ИЧКР = (0{,}289 + 0{,}502 + 0{,}359 + 0{,}392)/4 = 0{,}386$$

Анализ полученных результатов по Витебской области показал, что индекс капитала образования равен 0,289 и является самым низким по сравнению с другими. Наибольшее значение имеет индекс трудового капитал, который равен 0,502. В среднем индекс человеческого капитала Витебской области равен 0,386 и мы можем отнести величину ИЧКР к высокому показателю.

Список литературы

1. Римашевская, Н.М. Человек и реформы: секреты выживания / Н.М. Римашевская. – М.: РИЦ ИСЭПН РАН, 2003. – с. 112-114.

2. Чубрик А., Шиманович Г. Отдача на образование и оценка человеческого капитала в Беларуси. / А.Чубрик. М.: Высш. шк., 2003. – с. 115

3. Асалиев А. М., Забелина О. В. Непрерывное образование как фактор экономического и социального развития страны / А. М. Асалиев // Экономика устойчивого развития. – 2012. – № 9. – С. 112-118.

4. Шафран А.М. Человеческий капитал как фактор инвестиционной привлекательности регионов России / А.М. Шафран // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И.Я. Яковлева. – 2011. – № 3-1. – С. 212-225.

The article presents indicators for assessing the human capital of the region. Based on these indicators the assessed the human capital of the Vitebsk region was given.

Герасимец Андрей Сергеевич, студент 4 курса специальности «Экономика и организация производства в отраслях агропромышленного комплекса» факультет предпринимательства и управления Белорусского государственного аграрного технического университета, Минск, Беларусь. E-mail: gerasimec.by@mail.ru

Научный руководитель – ***Морозова Инна Михайловна,*** кандидат физико-математических наук, доцент кафедры высшей математики Белорусского государственного аграрного технического университета, Минск, Беларусь. E-mail: morozova-inna@rambler.ru.

УДК 334.7

Е. Ю. Григусь

АНАЛИЗ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ФРАНЧАЙЗИНГА ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Проанализированы преимущества и недостатки бизнеса по франшизе. Исследованы возможности и предложены меры для продвижения и развития франчайзинговых отношений в Республике Беларусь.

Целью настоящего исследования является анализ механизма франчайзинга, а также выявление преимуществ и недостатков ведения бизнеса в Республике Беларусь.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что задачами Беларуси на современном этапе являются развитие экспорта, привлечение иностранных инвестиций, развитие бизнеса в регионах, а франчайзинг представляет собой эффективный способ для решения всех этих задач.

Открыть собственный бизнес в Беларуси мечтают многие. Одни ищут бизнес-идеи, не требующие стартового капитала, другие – куда вложить свои деньги, чтобы их преумножить. Ни те, ни другие часто не знают, с чего начать организацию бизнеса и в какой сфере работать. Именно поэтому сотрудничество по франшизе становится популярным вариантом открытия собственного дела в республике.

Франчайзинг – это организация бизнеса, при которой правообладатель (франчайзер) за вознаграждение предоставляет пользователю (франчайзи), права на модель ведения бизнеса (франшизу), в том числе, право пользоваться торговой маркой франчайзера, его технологиями и оборудованием, а также остальными правами, имеющими коммерческую ценность.

Логика франчайзинга проста: если кому-то удалось воплотить в жизнь хорошую идею и заработать на ней деньги, то почему бы не предоставить эту идею в аренду другим людям и не заработать на ней еще больше. К счастью для тех и других, франчайзинг способен развиваться и приносить высокие прибыли.

Так, франчайзи получает право использовать «раскрученный» товарный знак, возможность получить все выгоды от широкой рекламной деятельности франчайзера, концепцию ведения бизнеса, а также получить доступ к кредитным ресурсам, поскольку франчайзер может выступить гарантом по кредитам.

Франчайзер при этом получает возможность расширить свой бизнес на новых рынках, приблизиться к потребителю, расширить контроль над отдельными точками продаж, минимизировать затраты и прочие. Кроме того, он уменьшает риск гибели собственного капитала и даже получает дополнительные доходы за счет выплат франчайзи.

В настоящее время франчайзинг известен и популярен практически во всем мире. По данным Международной ассоциации франчайзинга признанными лидерами являются США (2000 франчайзеров), Корея (1300), Канада (1200), Бразилия (1000), Япония (1000).

Рынок франчайзинга в Беларуси нельзя назвать активно развивающимся. Скорее, он находится на стадии становления. Основная причина такого положения вещей в том, что законодательно возможность заключать договоры франчайзинга в Беларуси появилась только в 2005 году с вступлением в силу закона, который ввел в Гражданский кодекс новую редакцию главы, содержащей определения договора франчайзинга, его предмета, формы, условий, описание прав и обязанностей правообладателей.

Однако дальнейшего развития франчайзинговое законодательство в необходимом объеме не получило. На сегодняшний день, согласно п. 3 ст. 910 ГК РБ, сторонами договора франчайзинга могут быть только коммерческие организации и индивидуальные предприниматели. Это значит, что другие лица (прежде всего некоммерческие организации) заключить такой договор не вправе.

Кроме этого, следует отметить, что в соответствии с ГК РБ фирменное наименование относится исключительно к праву, принадлежащему юридическим лицам. Отсутствие такого права у индивидуального предпринимателя не позволяет ему выступать по договору франчайзинга в качестве первоначального единоличного правообладателя.

Самыми лаконичными в данном вопросе являются правовые нормы Беларуси и России. Основными документами там являются Гражданские кодексы, но по части судебной практики Россия обгоняет Беларусь. В Украине вопросы франчайзинга затронуты в Гражданском кодексе Украины и Хозяйственном кодексе Украины. В Казахстане, помимо Гражданского кодекса, действует закон «О комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинге)», который освещает дополнительно вопросы брокериджа (посреднической деятельности при заключении и исполнении договора комплексной предпринимательской лицензии) и указывает на виды комплексной предпринимательской лицензии (конверсионная, множественная, товарная и другие виды).

Следует отметить, что количество объектов, входящих в состав франшизы в Республике Беларусь, ограничивается лишь фирменным наименованием и нераскрытой информацией. В то время, как франшиза в России, Украине и Казахстане дополнительно включает в себя: коммерческий опыт, деловую информацию, товарный знак, комплекс объектов права (торговых марок, промышленных образцов, изобретений) и другие объекты исключительных прав, что предоставляет франчайзеру максимальную свободу по определению состава франшизы, обеспечивает гибкость института франчайзинга и предоставляет возможность бизнесу активно создавать различные модели франчайзинговых сетей [1, с.115].

Также в качестве причин низкого уровня развития франчайзинга в Беларуси можно назвать следующие:

1. высокие финансовые затраты франчайзи на выплату паушального взноса;
2. высокий размер роялти за право пользования раскрученным брендом;
3. затратная процедура оформления франчайзиновых отношений, связанная с необходимостью регистрации договора в Национальном центре интеллектуальной собственности Республики Беларусь и уплаты пошлины;
4. низкая осведомленность предпринимателей о механизме франчайзинга, недостаток информационной поддержки и обучающих программ по вопросам франчайзинга;

5. особенности белорусского менталитета: в Беларуси предпочтение отдается товарам, имеющим материальное выражение, а франчайзинг представляет собой передачу и оплату «неосязаемой» интеллектуальной собственности;

6. особенностью франчайзинга в Беларуси является то, что большинство франшиз реализуется в области розничной торговли, а не в общественном питании, как в других странах.

Сегодня в Беларуси работает 32 франчайзера, а число франчайзи пока ограничивается 131 предприятием. Основную часть из них занимают договоры в сфере розничной торговли (69%). На договоры франчайзинга в области услуг общественного питания приходится 12% всех договоров, в сфере услуг – 9% и в сфере услуг для бизнеса – 10%. Данные показатели являются крайне низкими в сравнении с количеством франчайзинговых договоров в развитых странах мира. Примерами популярных иностранных франшиз в Беларуси являются: сеть магазинов одежды и обуви Kari и Kari kids, «Твое», Sela, Columbia, сеть магазинов французской косметики Yves Rocher, крупнейшая туристическая сеть Tez Tour.

Примером белорусских франчайзинговых сетей могут быть сеть универсамов «Родная сторона», «Оранжевый верблюд», городские кафе «Кофе Саунд» и «Pizza Smile». Признанным лидером национальной франшизы за рубежом является «Милавица».

Стоимость франшиз сильно варьируется в зависимости от отрасли и степени известности бренда. Минимальная сумма инвестиций начинается от $3 000 до $10 000. За эти деньги можно, например, открыть точку по продаже кофе на вынос или детский развивающий центр. Причем сама стоимость франшизы может составлять около 30-50% от общих первоначальных затрат.

Например, затраты на открытие магазина белорусской одежды составят от 10 до 25 тыс. долларов в эквиваленте, при этом вступительный и маркетинговый взносы платить не нужно. Так, благодаря всеобщей известности и широкому ассортименту, удовлетворяющему потребности самых взыскательных покупательниц, франчайзинговая сеть «Milavitsa» успешно развивается в 23 странах мира, включая Россию, Беларусь, Украину, Германию, Бельгию, Италию, Польшу, Болгарию, ОАЭ и Бахрейн. Преимуществом данной франшизы является доступный объем инвестиций в открытие магазина, который составляет 2 450 000 белорусских рублей, системная поддержка франчайзи на всех этапах создания и функционирования магазина, а также отсутствие вступительного (паушального) взноса и роялти [2].

В общепите стоимость франшизы может варьироваться от $5 000-10 000 до $100 000-150 000 за эксклюзивные права. Для открытия пиццерии международной сети нужно 100 тыс. долларов США плюс вступительный взнос в размере 15 тыс. долларов. В дальнейшем за право продавать пиццу известного бренда придется платить 4,5 % от оборота.

Так, например, активная и стремительно развивающаяся молодая компания «Кофе Саунд» предлагает приобрести у неё франшизу по цене от 4300$, с последующей выплатой роялти в размере 5% от оборота. Стоит отметить, что к концу 2017 года сеть кофеен «Кофе Саунд» смогла достичь количества более 30 объектов по всей Беларуси, поэтому является неплохим примером развития белорусских франчайзинговых сетей [6].

Развитие бизнеса через франчайзинг сегодня актуально не только для больших, но и для малых городов Беларуси. Условия ведения бизнеса в регионах имеют некоторые отличия. Среди предпринимателей, которые планируют вести бизнес в регионах, востребованы франшизы:

1. с небольшой суммой инвестиций;
2. под известным брендом;
3. легко адаптирующиеся под разные форматы в зависимости от количества населения и площади;

4. предлагающие товары и услуги широкого спроса в низком ценовом сегменте.

В таблице представлен анализ франшиз, которые наиболее полно отвечают всем этим условиям, а также имеют успешный опыт работы в небольших городах Беларуси:

Таблица – Анализ франшиз Республики Беларусь

Вид франшизы и её наименование	Актуальность бизнеса	Плюсы франшизы
Продажа кондитерских изделий («Коммунарка», «Красный пищевик»)	– привлекательный ассортимент – высокое качество – натуральность ингредиентов – демократичные цены – востребованность ассортимента разными потребителями	– понятные правила ведения бизнеса востребованность продукта – известность бренда – небольшая сумма инвестиций – отсутствие завышенных требований к объекту для торговой точки
Услуги для детей - развивающие детские центры	– невысокая конкуренция в сегменте: точки в малых городах демонстрируют большую доходность по сравнению со столицей и областными центрами – стабильный спрос на услуги – особенности менталитета: на детях не принято экономить	– стабильная доходность – небольшие суммы инвестиций – эффективные программы обучения и поддержка франчайзера – возможность реализации проектов «под ключ»
Продажа товаров для детей («Shagovita», «Оранжевый слон»)	– одежда, обувь и другие товары для детей приносят стабильный доход – в связи с тем, что дети растут, обновление гардероба и игрушек происходит постоянно	– известность и узнаваемость брендов – опыт работы в организации торговых точек, привлечении и удержании покупателей – привлекательные сроки возврата инвестиций – помощь и сопровождение франчайзеров
Услуги по уходу за внешностью (салоны красоты «Дикая орхидея», броу-бары «BB-12»)	– данный сегмент является наиболее востребованным и актуальным – организация бизнеса не предполагает специальных требований к опыту и образованию	– простота организации бизнеса – специальные программы учета и организации деятельности – возможность пользоваться специальными условиями у поставщиков и подрядчиков
Общественное питание («PizzaSmile»)	– невысокая конкуренция в сфере общественного питания – ориентирование на разные слои населения – широкий выбор блюд на любой вкус – возможность организации праздников и банкетов – несложная адаптация под необходимую площадь	– поддержка компании – проверенный опыт работы

Источник: данные Ассоциации франчайзеров и франчайзи «Белфранчайзинг» [4]

Конец 2017 года ознаменовался приходом в Беларусь мировых сетей магазинов обуви и одежды таких, как Zara, Stradivarius и Pull&Bear; сети французских кафе-пекарен Paul, российской сети ресторанов быстрого питания «Крошка-картошка», финской сети быстрого питания Hesburger. Можно отметить, что известные сети вроде Burger King, KFC и Domino's ведут планомерную работу по развитию не только в столице, но и в регионах Беларуси.

Развитие белорусских франчайзинговых сетей также хороший пример изменения отношения к франчайзингу. Например, к концу 2017 года сеть кофеен «Кофе Саунд» смогла достичь количества более 30 объектов по всей Беларуси.

Развитие малого и среднего предпринимательства – один из факторов экономического роста Республики Беларусь, поэтому франчайзинг является перспективным механизмом развития малого и среднего бизнеса. Франчайзинговые соглашения с зарубежными брендами позволяют решить такие важные проблемы национальной экономики, как создание новых рабочих мест, повышение качества услуг, дополнительное вливание иностранной валюты. Создание собственных франчайзинговых сетей позволяет белорусским производителям расширять географию продаж, увеличивать доходы, повышать конкурентоспособность своей продукции.

Для продвижения и развития франчайзинговых отношений в Беларуси можно предложить следующие мероприятия:

1. проведение для субъектов малого предпринимательства регулярных практических семинаров по вопросам организации и функционирования бизнеса на условиях комплексной предпринимательской лицензии;
2. разработка и издание практических пособий и методических материалов по использованию франчайзинга в предпринимательской деятельности;
3. совершенствование нормативно-правовой базы, регулирующей франчайзинговые отношения для привлечения иностранных брендов на белорусский рынок;
4. предоставление целевых кредитов на приобретение франшиз субъектами малого бизнеса;
5. создание и развитие обучающих программ по вопросам франчайзинга.

Таким образом, для Беларуси франчайзинг – это подходящий инструмент для решения таких задач, как развитие экспорта, привлечение инвестиций, развитие бизнеса в регионах, создание новых рабочих мест для населения, а также выдвижения государства на новый международный уровень. А, следовательно, при наличии и соблюдении сопутствующих условий, развитие франчайзинга в Беларуси сможет происходить быстрее и эффективнее.

Список литературы

1. Довгань, В. В. Путь к расширению бизнеса. Франчайзинг / В. В. Довгань; – Тольятти : 2008, 226с.

2. Условия франчайзинга компании «Милавица» [Электронный ресурс] // СП ЗАО «Милавица». – 2018. – Режим доступа: http://www.milavitsa.com/franchising/ – Дата доступа: 18.03.2018.

3. Работа с франшизами [Электронный ресурс] // «Про бизнес». – 2018. Режим доступа: https://probusiness.io/law/ – Дата доступа: 18.03.2018.

4. Новости компаний [Электронный ресурс] // Ассоциация франчайзеров и франчайзи «Белфранчайзинг». – 2018. – Режим доступа: http://belfranchising.by/ – Дата доступа: 18.03.2018.

5. News&Information [Электронный ресурс] // Международная ассоциация франчайзинга (США). – 2017. – Режим доступа: https://www.franchise.org/ – Дата доступа: 18.03.2018.

6. Комплексная предпринимательская лицензия (франчайзинг) [Электронный ресурс] // «Гражданский Кодекс Республики Беларусь». – 2018. – Режим доступа: http://kodeksy-by.com/grazhdanskij_kodeks_rb.htm/ – Дата доступа: 18.03.2018.

This article analyzes the advantages and disadvantages of the franchise business, explores the possibilities and proposals of measures for the promotion and development of franchising relations in the Republic of Belarus.

Григусь Елизавета Юрьевна, учащаяся 3 курса специальности «Правоведение» ЧУО «Гродненский колледж бизнеса и права», Гродно, Беларусь. E-mail: lizaveta.hryhus@mail.ru.

Научный руководитель – ***Савко Александра Олеговна,*** преподаватель специальных дисциплин специальности 2-24 01 02 «Правоведение» ЧУО «Гродненский колледж бизнеса и права», Гродно, Беларусь. E-mail: ed_aspera13@mail.ru.

УДК 334.025

И. А. Гуриненко

ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМОСТИ СОЗДАНИЯ ДОЛЖНОСТИ РИСК-МЕНЕДЖЕРА НА ПРЕДПРИЯТИИ ООО «ЭРНСТ ЭНД ЯНГ»

Проанализирована эффективность мероприятий, проводимых ООО «Эрнст энд Янг» для выявления рисков и минимизации потерь от них. Обоснована необходимость создания должности риск-менеджера на предприятии в целях централизации и координации управления рисками, внедрения интегрированного подхода к процессу управления рисками, а также улучшения информированности руководства о рисковой позиции или деятельности предприятия.

Анализ деятельности предприятия в сфере риск-менеджмента

Так как ООО «Эрнст энд Янг» является международной компанией, в ходе ее деятельности применяются современные методы прогнозирования и снижения рисков. Однако в ходе анализа существующих в организации мероприятий по прогнозированию, анализу и управлению предпринимательскими рисками, были выявлены некоторые недостатки.

Центральное место в оценке предпринимательского риска занимают анализ и прогнозирование возможных потерь ресурсов при осуществлении предпринимательской деятельности.

Чтобы оценить вероятность тех или иных потерь, обусловленных развитием событий по непредвиденному варианту, следует, прежде всего, знать все виды потерь, связанных с деятельностью ООО «Эрнст энд Янг», и уметь заранее исчислить их или измерить как вероятные прогнозные величины.

Для данного предприятия характерна подверженность следующим видам угроз:

– снижение намеченного количества потенциальных клиентов вследствие снижения общего уровня платежеспособности белорусских организаций, влекущее за собой недополучение запланированной выручки;

– постоянное изменение законодательства и различных нормативных документов в разнообразных областях предпринимательской деятельности;

– снижение мотивации сотрудников в высоком качестве выполняемой работы из-за неблагоприятного морального климат;

– усиление конкурентами своих позиций на рынке аудиторских услуг;

– увеличение вероятности наступления неблагоприятного события вследствие несовершенства системы управления рисками финансово-хозяйственной деятельности.

Деятельность ООО «Эрнст энд Янг», также как деятельность любой аудиторской компании, сопряжена с высоким уровнем риска оказания некачественных услуг. Поэтому

риски, связанные с оказанием аудиторских и консультационных услуг можно выделить в отдельную группу. Среди таковых можно отметить общий аудиторский риск (вероятность формирования неверного мнения и, как следствие, составление ложного заключения об отсутствии существенных ошибок в ходе аудиторской проверки), риск контроля (оценка действенности системы внутреннего контроля клиента с точки зрения ее способности предотвращать или обнаруживать ошибки) и др.

Кроме вышеперечисленных методов, в ООО «Эрнст энд Янг» используется один из приемов компенсации риска – мониторинг социально-экономической и нормативно-правовой среды. Данное предприятие приобретает различные актуализируемые компьютерные системы нормативно-справочной информации, заказывает прогнозно-аналитические исследования. Полученные в результате данные позволяют уловить новые тенденции во взаимоотношениях хозяйствующих субъектов, предусмотреть необходимые меры для компенсации потерь от изменений правил ведения хозяйственной деятельности, заблаговременно подготовиться к нормативным новшествам [1].

В связи с увеличением размеров организации, ростом численности сотрудников, сложностью технологий, возросли и требования к управленческим навыкам.

Анализируя используемую в данной организации систему управления рисками в целом, можно сказать, что хотя некоторые приемы снижения риска на предприятии используются довольно успешно, сама система не является полной. Так, предприятие незащищено от таких видов рисков, как имущественные риски, инфляционные риски, риски изменения конъюнктуры рынка, недостаточно снижены риски неисполнения договоров, возникновения дебиторской задолженности, возникновения непредвиденных потерь и т.д. Причинами такого положения является отсутствие страховой культуры, опыта и специалистов по управлению рисками, нестабильность экономической и политической ситуации, что приводит к отсутствию интереса к страхованию рисков.

Создание должности риск-менеджера

Анализ сложившейся ситуации показал, как велико влияние фактора риска на работу рассматриваемого предприятия. Влияние рисков сказывается на всех сторонах работы предприятия, ухудшая его финансовое положение, возможности расширения доли рынка, способность отвечать по своим обязательствам и другие аспекты. Кроме этого, изучив работу предприятия в различных подразделениях, был замечен следующий основной недостаток: функциональные специалисты занимаются лишь локальными задачами своего подразделения, а достижение локальных целей не всегда приводит к целям организации.

Как система управления, риск-менеджмент проявляется в совокупности взаимосвязанных процессов подготовки, принятия и организации выполнения управленческих решений, составляющих процесс управления риском. Для принятия оптимального решения по управлению риском важно иметь четкую информацию о том, какой объект подвергается риску.

Можно выделить несколько причин для создания должности риск-менеджера в компании. Обозначим некоторые из них. Во-первых, это централизация и координация управления рисками. Во-вторых, внедрение интегрированного подхода к процессу управления рисками. И наконец, улучшение информированности руководства о рисковой позиции или деятельности организации. Это, пожалуй, самые значительные факторы, влияющие на решение учредить новую позицию профессионала, занимающегося оценкой будущих рисков [3, с. 218].

В сложившихся условиях нестабильности в мировой и отечественной экономике, необходимо постоянно следить за ситуацией на глобальном рынке, чтобы понести как можно меньшие потери. Для более успешного ведения своей финансово-хозяйственной деятельности предприятию предлагается внедрить должность специалиста по управлению

финансовыми рисками. Данного специалиста целесообразно включить в отдел обеспечения бизнеса. Риск-менеджер занимается финансовым анализом, но при этом он дает экономическую оценку рисков и занимается их снижением, используя различные финансовые технологии и инструменты, кроме того контролируя уменьшение операционных рисков. Для осуществления риск-менеджмента и прогнозирования будущего необходимо хорошо разбираться в бизнес-процессах компании, происходящих как в прошлом, так и в настоящем.

Принимая во внимание рекомендации экономической литературы по управлению рисками, необходимо, чтобы специалист по управлению рисками осуществлял деятельность по мониторингу предприятия и среды его функционирования, проводил анализ рисков, планировал антирисковые мероприятия. Риск-менеджер различными методами анализирует риски и оценивает их степень, подсчитывает, сколько средств необходимо зарезервировать на покрытие непредвиденных расходов, страхует риски, и, в случае необходимости, ищет способы уклониться от риска. Кроме того, профессиональный риск-менеджер учитывает особенности психологической реакции на риск [2, с. 26].

Определим затраты на оплату труда специалиста. Затраты на заработную плату представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Затраты на оплату труда специалиста по маркетингу

Сотрудник	Кол-во, чел.	Зар. плата, руб. в мес.	Отчисления на социальные нужды, руб. в мес.	Итого, руб. в год
Риск-менеджер	1	1 550	542,5	25 110

Источник: собственная разработка автора

Создание должности потребует новое рабочее место, оснащенного соответствующим оборудованием. Для этого потребуется мебель и оргтехника. Затраты на мебель включают в себя: затраты на покупку стола, стула, офисного шкафа. Затраты на оргтехнику включают: покупка компьютера, кабеля безопасности, ключа к кабелю безопасности, телефонного аппарата. Представим расчет затрат в виде таблицы 2.

Таблица 2 – Затраты на оборудование рабочего места для сотрудника

Наименование затрат	Кол-во, шт.	Цена, руб.	Сумма, руб.
1 Покупка мебели:			
– стол;	1	240,0	240,0
– офисное кресло;	1	90,0	90,0
– шкафчик для офиса.	1	98,0	98,0
2 Покупка оргтехники:			
– ноутбук;	1	1800,0	1 800,0
− кабель безопасности;	1	81,0	81,0
− ключ к кабелю безопасности;	2	50,0	100,0
− телефонный аппарат.	1	163,0	163,0
Итого:			2 572,0

Источник: собственная разработка автора

Таким образом, издержки, связанные с оборудованием рабочего места для сотрудника, составят 2,572 тыс р. По результатам анализа можно сделать вывод, что для введения новой должности необходимо 27,682 тыс руб.

Как показывает опыт других предприятий, введение специалиста данной специализации позволит увеличить прибыль на 3 %. Исходя из этого, можно рассчитать предполагаемый эффект. При увеличении прибыли на 3% в год, ее значение составит 878,796 тыс. р. в год. Чистая прибыль до внедрения вышеуказанного мероприятия составляет 853,2 тыс. р. в год, что меньше на 25,6 тыс. р. в год по сравнению с прибылью, которую можно получить путем введения новой должности.

Надо сказать, что непосредственная реализация мероприятий по управлению риском зачастую противоречит деятельности основных подразделений предприятия, ухудшает их отчётные показатели, так как требует затрат, не приносящих сиюминутных доходов. Поэтому крайне важно, чтобы окончательные антирисковые решения принимались на высшем уровне управления, где стоящие перед предприятием глобальные цели, связанные с обретением стабильности и устойчивости работы, улучшением финансового положения и ростом масштабов хозяйственной деятельности, не заслоняются промежуточными целями отдельных подразделений и их управляющих.

Постоянно разрабатывая комплекс мероприятий по снижению финансовых рисков, совершенствуя структуру подразделения поддержки бизнеса и повышая профессионализм ее работников, предприятие может добиться значительных результатов и выполнения всех поставленных целей.

Список литературы

1. БДО Юникон [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.bdo.ru. – Дата доступа: 22.02.2018.

2. Образкова, Т.Б. Особенности прогнозирования бюджетно-налоговой сферы / Т.Б. Образкова // Белорусский Экономический Журнал. – 2011. – № 2. – С. 24-34.

3. Финансовые основы инновационной стратегии предприятий. – Минск Белорусский государственный экономический университет, 2015. – 567 с.

The article analyzes effectiveness of current activities carried out by Ernst & Young LLC to identify risks and minimize losses. The research substantiate creating a risk management position in the enterprise for centralizing and coordinating risk management, identifying possible negative consequences as well as improving the management's awareness of the risk position or activity of the enterprise.

Гуриненко Иван Андреевич, студент 4 курса специальности «Экономика и управления 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 экономика и управление на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы. Гродно, Беларусь. E-mail: rabsevich@mail.ru.

УДК 658.3.07

В. Ю. Гуща, О. А. Охремчук

МОЛОДОЙ СПЕЦИАЛИСТ: ГОЛОВНАЯ БОЛЬ ИЛИ ВЫГОДНОЕ ВЛОЖЕНИЕ?

В данной статье рассматривается проблема безработицы молодых специалистов в Республике Беларусь. Затронута тема распределения молодых специалистов, а также нежелания руководителей нанимать на работу молодежь. Приведены статистические данные по мировому уровню безработицы, коэффициенты напряженности на рынке труда в Республике Беларусь. Для решения данных проблем было предложено использование зарубежного опыта стран Западной Европы и США.

В Республике Беларусь до сих пор остро стоит проблема трудоустройства и закрепления молодых специалистов в организациях после окончания учреждений образования. Актуальной эта проблема была и остается в последние годы.

Молодежь – это большая внутренне дифференцированная общественная группа в возрасте от 14 до 29 лет, занимающая особое место в социально-экономической подсистеме общества, определяемая социальными и психологическими чертами молодых людей, их экономическим положением и социальным статусом, уровнем образования и профессиональной подготовки

Рынок труда как наиболее сложная составная часть рыночной экономики представляет собой механизм согласования интересов работодателей (предъявителей спроса на труд) и наемной рабочей силы (продавцов последней). Товаром на рынке труда является рабочая сила, на нем, как и на любом рынке, есть предложение, спрос, цена товара.

Почему же работодатели не хотят брать в штат молодых специалистов и стараются отказать им под любым предлогом? Причины могут быть следующие:

Во-первых, меньшая конкурентоспособность, неподготовленность к экономическим отношениям, несоответствие профессиональной подготовки потребностям рынка, низкая мотивация к труду. Это утверждение справедливо только частично, по отношению только к той части молодёжи, которая обладает явным недостатком профессиональных знаний и практически не имеет навыков в работе.

Во-вторых, работодатели ищут опытного специалиста со стажем работы. Молодого сотрудника нужно всему обучить и, кроме этого, выплатить «подъёмные» деньги и обеспечить жильем. Можно посмотреть на эту проблему с другой стороны: молодой специалист как «чистый лист», его вы можете полностью адаптировать под свою организацию. Однако этот довод руководители игнорируют.

В-третьих, затраты на обучение молодого сотрудника как временные, так и финансовые.

В-четвертых, отсутствие достаточной информации для молодежи, особенно молодежи из семей, не имеющих значительного социального капитала. Многим молодым людям не хватает знаний о современном рынке труда, что не позволяет сделать правильные выводы по построению собственной карьеры. Школа не готовит должным образом к выбору реалистичных путей развития карьеры.

В-пятых, нестабильная ситуация на рынке труда в стране. Происходит некоторое сокращение работников, преимущественно на предприятиях, поэтому даже кадры со стажем не могут найти работу, не говоря уже о молодых специалистах. Так, уровень зарегистрированной безработицы на 1 января 2018 г. составил 0,5% и снизился по сравнению с 1 января 2017 г. (0,8%) на 0,3 процентных пункта. Уровень зарегистрированной

безработицы в Брестской, Витебской и Гомельской областях составил 0,7%; Гродненской и Могилевской − 0,6; Минской области − 0,5; г. Минске − 0,2% [1].

В 2016 году состояние безработицы среди молодежи было следующим (таблица):

Таблица – Уровень безработицы среди молодежи, %

Возраст, лет	Уровень безработицы, %
20-24	9,7
25-29	9,0
30-34	10,5

Источник: собственная разработка автора на основании данных [1]

Коэффициент напряженности на рынке труда республики на 1 января 2018 г. составил 0,4 безработного на одну вакансию (на 1 января 2017 г. - 1). По областям данный показатель составил: в Витебской области - 0,8; в Брестской области – 0,7; в Гомельской – 0,5; в Минской и Могилевской – 0,4; в Гродненской области – 0,3; в г. Минске − 0,2 [2, с. 12].

Уровень трудоустройства безработных составил 58% от числа нуждающихся в трудоустройстве безработных. Уровень безработицы в стране постепенно снижается, но не среди молодежи: около 20% незанятых людей – молодые специалисты 16-30 лет [2, с. 15].

В докладе МОТ Global Employment Trends for Youth 2017 количество безработной молодежи в мире сократилось до 70,9 млн человек в 2017 году с пика кризиса в 76,7 млн человек в 2009 году. Однако ожидается, что в 2018 году увеличение составит 200 000 человек, достигнув в общей сложности 71,1 млн человек. В докладе также подчеркивалась сохраняющаяся трудность в поиске работы среди молодых женщин.

Эксперты МОТ считают, что для устранения причин молодежной безработицы страны должны в первую очередь осуществлять инвестиции в рынок труда [4].

Как следует из доклада, глобальный уровень безработицы среди молодежи продолжает расти и, по прогнозам, к 2018 году достигнет 12,8%. В МОТ также обратили внимание на проблему бедности среди работающей молодежи. Так, в настоящее время 39 % молодых рабочих в мире живут в условиях нищеты: менее чем на 3,1 доллара в день.

Тенденции молодежной безработицы в большинстве постсоветских стран схожи с общемировыми. В 2016 году уровень безработицы среди молодежи в этой группе государств колебался в пределах 5-18%. Вместе с тем, в Армении и Грузии этот показатель достигнет 38% и 29% соответственно, а в Украине – превысил 21%. Уже три года подряд украинский показатель находится в рекордной зоне за всю двадцатипятилетнюю историю этой страны (рисунок).

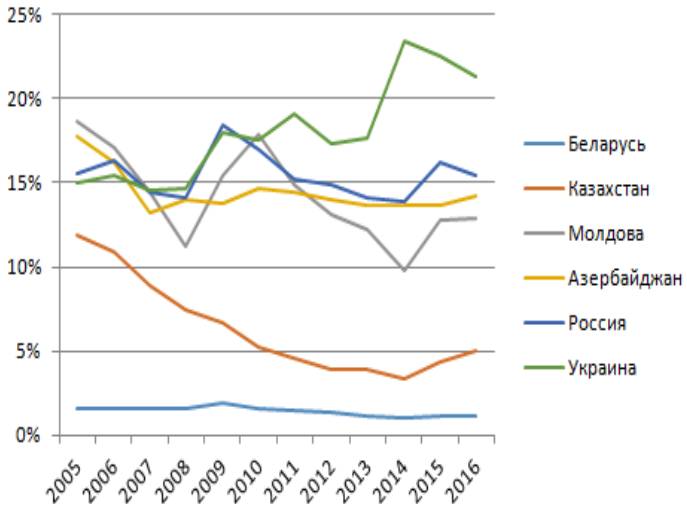


Рисунок – Молодежная безработица
(% от общего числа рабочей силы в возрасте 15-24 лет)

Источник: данные Всемирного банка [6]

На основе данных Международной организации труда был составлен список стран мира по уровню безработицы на 2017 год. Данные представлены как по общему уровню безработицы, так и по гендерному распределению: безработица среди мужчин и женщин. Уровень безработицы указан среди всего экономически активного населения от 15 лет. Согласно данному рейтингу, Беларусь входит в пятерку стран с наименьшим уровнем безработицы вместе с Катаром, Камбоджой, Нигером и Лаосом. В частности, в нашей стране общий уровень безработицы составляет 0,5%, безработица среди мужчин и женщин также равна 0,5% [5]. Таким образом ситуация с безработицей в Республике Беларусь по сравнению с мировыми значениями благоприятная.

Еще одной до настоящего времени нерешенной проблемой является распределение молодежи после окончания высших и средних специальных учебных учреждений. Студенты, обучающиеся на платной основе и не получающие заявку на распределение, сталкиваются с проблемой поиска работы, исключение составляют выпускники медицинских учебных заведений.

По мнению специалистов, следует говорить не о низкой конкурентоспособности молодежи на рынке труда, а о том, что молодежь на рынке труда - и вообще в социально-экономическом аспекте - является одной из наиболее уязвимых специальных групп. Положение усугубляется тем, что большинство молодых людей не знают о своих правах, имеют весьма слабые представления о том, кто и каким образом может и должен их защищать.

Ряд исследований Всемирного банка свидетельствуют о том, что молодые люди, которые испытывают трудности при интеграции в мир труда, страдают на протяжении всей жизни от рубцовых эффектов, снижающих их устойчивость и способность выживать в динамичном и требовательном рынке труда.

Складывающийся рынок труда предполагает выявление приоритетных профессий и специальностей на определенный момент. В связи с этим возникли теоретические и прикладные задачи по количественному и качественному сопоставлению востребованных рынком труда профессий и специальностей, по которым ведется подготовка специалистов в учебных заведениях.

Так как же искоренить нежелание работодателей нанимать молодых специалистов? Можно применить к Республике Беларусь опыт зарубежных стран. Рассмотрим некоторые конкретные предложения. Чтобы каким-то образом снизить уровень социальной напряженности и повлиять на сложившуюся ситуацию, правительства большинства западных стран разрабатывают специальные социальные программы, ориентированные на молодых специалистов. Программа занятости для молодых специалистов неразрывно связана с программами профессионального обучения. Во многих промышленно развитых странах действуют меры, направленные на то, чтобы облегчить переход молодых людей от школы к трудовой жизни, в частности:

- субсидии предпринимателям в промышленности и торговле, которые предоставляют молодым людям возможность по окончании школы проходить полугодовую стажировку, получая одновременно минимальную заработную плату (Австралия);
- льготы в налогообложении по социальному страхованию предприятиям, предлагающим контракты для производственного обучения, договоры на неполное рабочее время с ограниченной продолжительностью и параллельно – курс профессиональной подготовки непосредственно на предприятии без заключения трудового договора (Италия);
- программа охвата профессиональной подготовкой всех молодых людей до 18-летнего возраста, которые в 16 и 17 лет закончили школу и не имеют работы (Великобритания).

Во Франции для молодежи от 16 лет до 21 года, бросивших учебу, проводятся стажировки за счет предприятий с целью компенсации недостатков в образовании. Помимо возможности участия в различных программах профессиональной подготовки, молодые люди обладают преимущественным правом поступления на субсидируемые рабочие места.

Так, во Франции государство стимулирует, компании, принимающие на работу молодежь без специальности или квалификации, беря на себя расходы по ее страхованию от безработицы и болезни на срок до 1 года, что снижает затраты на рабочую силу на 20-25 %. Аналогично, в Испании предприниматели, нанимающие или обучающие молодых людей, платят пониженные взносы на социальное страхование.

Оригинальный способ производственной адаптации молодых безработных используется в странах Западной Европы и США. Это создание виртуальных предприятий. Концепция такого учебного предприятия родилась в Германии приблизительно 7 лет тому назад и за это время получила признание во многих странах. Такие предприятия организованы и действуют в режиме реальной коммерческой фирмы со всеми необходимыми атрибутами: дирекцией, бухгалтерией, менеджерами. Ведется вся документация и отчетность, проводятся аудиторские проверки, заключаются сделки, организуется учет рабочего времени каждого сотрудника и оценивается эффективность его работы. Все как на настоящем предприятии, вплоть до реальной заработной платы. Организация работы виртуальных предприятий предполагает участие не только квалифицированных наставников, но и реально существующих в данном городе фирм, занимающихся тем же бизнесом. Именно такие фирмы проводят оценку деятельности своих виртуальных аналогов. Стажировка на виртуальном предприятии длится 13 недель, из них 3 недели стажер работает на реальном предприятии. В программу обучения входит обязательный поиск работы самим стажером. Зарплата обучающимся выплачивается за счет пособия по безработице. Молодой человек, успешно прошедший стажировку, записывает ее в свое резюме как реальный трудовой опыт. Как правило, на стажировку в такие предприятия направляются дипломированные специалисты без опыта работы, либо длительно безработные и нуждающиеся в релаксации, либо желающие сменить профессию молодые люди. [3, с. 24]

Сегодня в Европе насчитывается 2 800 виртуальных предприятий, в том числе 800 в Германии, 150 во Франции. В последнее время они появились в США и Австралии. Широкая

национальная и международная сеть позволяет виртуальным предприятиям стать вполне реальным средством получения молодыми людьми так необходимого им производственного опыта.

Анализ зарубежного опыта позволяет нам сделать вывод и выдвинуть ряд предложений, которые, возможно, найдут применение в Беларуси.

Особо можно выделить мероприятия профессионального обучения и стажировки на предприятиях, длительностью от 3 до 8 месяцев. За это время молодой специалист сможет получить практические навыки и опыт при работе в государственных и коммерческих организациях, которые в будущем помогут ему при трудоустройстве.

В белорусских ВУЗах, начиная со второго курса, студенты проходят практику, но она не имеет никакой юридической силы. Если студентам засчитывать практику в качестве трудового стажа, то у них появится больше возможностей при трудоустройстве на перспективную должность.

Государство должно мотивировать компании, которые принимают на работу молодого специалиста. В данном случае государство может взять на себя расходы по страхованию от болезни и от несчастных случаев на срок до 1 года. Это компенсирует затраты организации на обучение сотрудника. Также видом мотивации компаний может быть льготное налогообложение при приеме на работу молодого специалиста.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что зарубежный опыт в сфере трудоустройства молодых специалистов довольно разнообразен, направлен на развитие практических навыков молодых специалистов и помогает достигнуть успеха при трудоустройстве на перспективные должности. Поскольку в Республике Беларусь на данный момент требуется пересмотр кадровой политики, касающейся непосредственно молодежи, то опыт зарубежных стран, несомненно, может быть использован в качестве решения данной проблемы.

Список литературы

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://belstat.gov.by/. – Дата доступа: 25.02.2018.
2. Зайцев, Ю. Средняя продолжительность безработицы в Беларуси снижается / Ю. Зайцев // Финансовый директор, N. 11. Финансы. 2017. – с. 23.
3. Зарубежный опыт трудоустройства молодых специалистов : материалы VIII международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум», Россия, 15 февраля-31 марта 2016 г. / ИГЭУ ; редкол.: К.В. Купцова. – ИГЭУ, 2016. – 103 с.
4. МОТ: в 2018 году безработица среди молодежи вырастет [Электронный ресурс] // Инстафорекс.ком. - Режим доступа: https://www.instaforex.com/uz/forex-news/2106251%20youth_unemployment_likely _to_rise_in_2018__ilo_.html. – Дата доступа: 24.02.2018.
5. Уровень безработицы в странах мира [Электронный ресурс] // Статтур.ру. – Режим доступа: http://stattur.ru/journal/20180221/. Дата доступа: 24.02.2018.
6. Unemployment, youth total (% of total labor force ages 15-24) (modeled ILO estimate) [Электронный ресурс] // data.worldbank.org. – Режим доступа: https://data.worldbank.org/indicator/SL.UEM.1524.ZS?locations=MY. – Дата доступа: 22.02.2018.

This article examines the problem of unemployment of young specialists in the Republic of Belarus. It also touches on the distribution of young professionals and the reluctance of managers to hire young people. Statistical data on the world unemployment rate, labor market tension rates in the Republic of Belarus were provided.

Гуща Вероника Юрьевна, студентка 3 курса специальности «Государственное управление и экономика» факультета управления Академии управления при Президенте Республики Беларусь, Минск, Беларусь. E-mail: gusha_veronika@mail.ru .

Охремчук Ольга Александровна, студентка 3 курса специальности «Государственное управление и экономика» факультета управления Академии управления при Президенте Республики Беларусь, Минск, Беларусь. E-mail: ohrem4uck@yandex.by .

Научный руководитель – ***Калюк Вадим Александрович***, кандидат сельскохозяйственных наук, доцент кафедры управления региональным развитием Академии управления при Президенте Республики Беларусь, Минск, Беларусь. E-mail: kalyk_va@mail.ru.

УДК 636.034:338.43

Д. Ю. Домуть

НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ МОЛОЧНОГО СКОТОВОДСТВА

В статье рассмотрены пути повышения эффективности молочного скотоводства и производства молока в Республике Беларусь. Предложены направления повышения эффективности молочного скотоводства и производства молока в РУСП «Совхоз «Лидский».

Скотоводство является одной из ведущих отраслей животноводства Республики Беларусь (в мясном балансе говядина и телятина занимают более 40 %), а на ее развитие в сельскохозяйственных предприятиях затрачивается около 35 % всех материально-денежных средств и расходуется до 45 % производимых кормов. На 1 февраля 2018 г. насчитывалось 4262,3 тыс. голов крупного рогатого скота, из них 1426,1 тыс. коров [1].

Развитие скотоводства в Республике Беларусь обусловлено наличием значительных площадей сочных пастбищ и возможностью заготовки грубых кормов. Крупный рогатый скот содержится практически во всех сельскохозяйственных предприятиях и размешен по территории нашей страны относительно равномерно. Максимальная плотность его поголовья наблюдается в Брестской области (более 60 гол./100 га сельхозугодий), минимальная — в Могилевской (45 гол.). Рост концентрации молочного поголовья наблюдается в пригородных зонах и в зонах перерабатывающих сельскохозяйственное сырье предприятий, что обусловлено низкой транспортабельностью и небольшими сроками хранения молока.

Повышение эффективности молочного скотоводства предполагает использование достижений научно-технического прогресса, внедрение интенсивных технологий, рациональных форм организации производства, труда и управления. Их воздействие осуществляется на разных уровнях, с разной степенью интенсивности и силой, различной направленностью. Системный подход к анализу производственно-хозяйственной деятельности предприятий требует классификации и упорядочения резервов производства и определения роли каждого из них в достижении экономического эффекта.

К основным путям повышения эффективности молочного скотоводства и производства молока относятся:

– интенсификация молочного скотоводства путем создания современной материально-технической базы;

– соответствующее ветеринарно-зоотехническое обслуживание;

– создание прочной кормовой базы;

– развитие селекционной работы в молочном скотоводстве;

– совершенствование размещения, концентрации и специализации молочного скотоводства;

– внедрение интенсивных технологий производства молока;

– внедрение прогрессивных методов организации труда и систем его оплаты.

На примере РСУП «Совхоз «Лидский» рассмотрим возможные пути повышения эффективности молочного скотоводства и производства молока.

Объект исследования расположен на территории Лидского района Гродненской области. В сельскохозяйственной организации получили развитие зерновые культуры (яровые, озимые зернобобовые), рапс, многолетние и однолетние травы, кормовые корнеплоды, картофель, сахарная свекла, кукуруза на зерно. В животноводстве получили развитие молочное скотоводство и свиноводство. Размер пашни в исследуемом хозяйстве 6448 га, сенокосов – 680 га, пастбищ – 1998 га. В 2016 году на предприятии находилось 4426 голов КРС, из них: 1362 головы молочного направления и 3064 головы КРС на выращивании и откорме. В таблице 1 представлена динамика производства продукции животноводства в исследуемой организации.

Таблица 1 – Динамика производства продукции животноводства в РСУП «Совхоз «Лидский»

Показатели	год	КРС молочного направления	КРС на выращивании и откорме	Основное стадо свиней	Свиньи на выращивании и откорме
Среднегодовое поголовье	2015	1359	2887	450	5650
Затраты всего, тыс. руб.		2705	2002	2698	
Приплод, надой всего, т.		659	298	110	1254
Среднегодовое поголовье	2016	1362	3064	450	5604
Затраты всего, тыс. руб.		2772	2290	2741	
Приплод, надой всего, т.		697	293	127	1253
Динамика производительности, %		105,77	98,32	115,45	99,92

Источник: собственная разработка автора

Анализ данных, представленных в таблице 1, позволяет сделать вывод о положительной динамике в производстве продукции животноводства, однако, указанный рост является недостаточным в связи с наблюдаемым ростом затрат для получения стабильной прибыли на предприятии.

Для повышения эффективности деятельности исследуемого предприятия была разработана модельная прогнозная программа на 3 года вперед. Расчет перспективных показателей был начат с прогнозирования средней урожайности зерновых культур. Для этого по данным фактической урожайности зерновых были рассчитаны параметры линейной корреляционной модели. При обосновании урожайности других сельскохозяйственных культур была использована корреляционная модель соотношения средней урожайности зерновых и этих культур.

Затраты труда (чел.-ч) на 1 га или среднегодовую (среднюю) голову были рассчитаны по корреляционной модели в зависимости от фактических затрат труда на начало планового периода и урожайности сельскохозяйственной культуры или среднегодовой продуктивности животного. Рассчитанные показатели сведены в таблицу 2.

Таблица 2 – Прогнозные параметры развития отраслей растениеводства

Культура	Урожайность прогнозная, ц/га	В том числе		
		на корм	на семена	товарная продукция
Зерновые и бобовые				
озимые зерновые	45,00	27,00	2,00	16,00
яровые зерновые	45,00	29,50	2,00	13,50

Продолжение таблицы 2

зернобобовые	40,10	38,10	2,00	0
Кукуруза на зерно	58,41	58,41	0,00	0
Многолетние травы				
сено	60,12	60,12	0	0
сенаж	148,79	148,79	0	0
на зеленый корм	270,52	270,52	0	0
Однолетние травы				
на зеленый корм	163,68	163,68	0	0
Кукуруза				
на силос	345,76	345,76	0	0
Сенокосы				
на сено	19,80	19,80	0	0
на сенаж	49,50	49,50	0	0
Пастбища				
на сенаж	126,32	66,55	0	0
на зеленый корм	229,67	229,67	0	0

Источник: собственная разработка автора

Продуктивность среднегодовой коровы, привеса молодняка КРС и свиней была рассчитана в зависимости от фактической на начало планового периода и приращения урожайности зерновых культур как мерила кормовой базы. Расход питательных веществ (ц к. ед.) на производство 1 ц продукции животноводства определяется корреляционной моделью (таблица 3).

Таблица 3 – Прогнозные параметры развития животноводства

Вид животных	Продуктивность		расход ц КЕ на 1 ц продукции	Расход на 1 гол.	
	г	ц		ц КЕ	ц ПП
Молочного направления					
Коровы		53,59	1,016	54,447	5,717
Животные на выращивании и откорме	661	2,41	8,884	21,410	2,184
Свиноводство					
основное стадо свиней				17,640	1,940
свиньи на выращивании и откорме	625	2,28	3,706	8,027	2,380

Источник: собственная разработка автора

В ходе расчета было выявлено, что в отрасли животноводства на исследуемом предприятии не было достаточно КЕ и ПП в кормах для КРС и свиней, поэтому корма были скорректированы. Прогнозная программа развития исследуемого сельскохозяйственного предприятия была составлена в результате решения экономико-математической модели, составленной на основании использования имеющихся у предприятия ресурсов.

Проанализировав полученные данные можно сказать, что в хозяйстве земельные ресурсы планируется использовать полностью. Годовые затраты труда в целом предполагается скоратить на 28,33 %, в напряженный период – на 37,56 %, что составит в процентном выражении 71,67 % и 62,44 % соответственно. Из этого следует, что труд используется не полностью и нет необходимости в использовании привлеченного труда [2].

Объем производства молока напрямую зависит от качества кормов и способов их раздачи. На предприятии предлагается внедрить раздатчик смеситель кормов РСК-12 «БелМикс». Использование смесителя-раздатчика позволит достигнуть однородности многокомпонентного корма более 85 %, снизить неравномерность раздачи корма по длине кормового прохода до 5-10 %, а продуктивность животных, при использовании тех же

кормов, предположительно увеличится на 12-15 %, уменьшится объем рациона на 5 % и повысится поедаемость кормов; потребить животными максимальное количество сухого вещества (носитель всех питательных веществ); обеспечить оптимальное соотношение элементов питания; снизятся остатки грубых и сочных кормов (может быть до 20-30 %); снизить риск ацидоза и кетоза; сократятся на 50 % расходы, связанные с лечением заболеваний пищеварительного тракта.

Расчеты показали, что при внедрении автоматизированного кормораздатчика РСК-12 «БелМикс» уменьшаются затраты труда на 102,9 ч./год, потребление электроэнергии сокращается на 6487,3 кВт·ч/год, повышается продуктивность животных за счет повышения поедаемости кормов, потребления животными максимального количества сухого вещества, обеспечения оптимального соотношения элементов питания, избегания остатков грубых и сочных кормов, в результате чего, объем производства молока увеличивается на 417 т/год, годовые текущие издержки снижаются на 338 тыс. руб./год, что свидетельствует об экономической эффективности и целесообразности проекта. В результате повысится эффективность производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

Одним из направлений повышения эффективности молочного скотоводства на исследуемом предприятии является чипирование стада крупного рогатого скота, которое является современным методом идентификации сельскохозяйственных животных. С давних времен люди применяли различные способы мечения и маркировки скота: клеймение, татуировка, биркование (ушные визуальные бирки и ушные электронные бирки), ошейники, краска, каждый из которых имел свои недостатки.

23 января 2016 года вступил в силу Закон Республики Беларусь «Об идентификации, регистрации, прослеживаемости сельскохозяйственных животных (стад), идентификации и прослеживаемости продуктов животного происхождения», который на государственном уровне регулирует и определяет наиболее эффективные способы контроля и безопасности продовольственного сырья и пищевых продуктов животного происхождения. В 2012 году начало свою работу ГУ «Центр информационных систем в животноводстве», которое отвечает за промышленное внедрение и эксплуатацию государственной автоматизированной системы идентификации сельскохозяйственных животных и продуктов животного происхождения [3]. Закон распространяет свое действие на пять основных видов сельскохозяйственных животных. Подлежат идентификации, регистрации и прослеживаемости крупный рогатый скот, овцы, козы, свиньи и лошади. Кроме того, идентифицироваться и прослеживаться будут мясо и молоко крупного рогатого скота, овец, коз и лошадей, а также мясо свиней, мясная и молочная продукция, полученная из мяса и молока перечисленных животных.

В государственной информационной системе содержится три основных реестра: реестр владельцев сельскохозяйственных животных (стад), реестр сельскохозяйственных животных (стад), реестр средств идентификации.

Мечение КРС с помощью чипирования представляет собой процесс, при котором сельскохозяйственным животным вводят маленькое электронное устройство (микрочип в одноразовом шприце) под кожу в области шеи. Биосовместимое стекло обеспечивает отсутствие реакций отторжения и миграции микрочипа. Индивидуальный номер чипа указан на наклейке, которая прилагается к устройству, в количестве 6 (шесть) штук.

Для сканирования штрих-кода средств идентификации системы AITS при помощи мобильного устройства используются следующие приложения:

- для пользователей iOS приложение ePASS.MOBILe;
- для пользователей Android приложение ePASS.MOBILey;
- для пользователей Windows Phone приложение QR code scaner.

Идентификация КРС осуществляется посредством специального сканирующего прибора. Чипы для КРС излучают совершенно безопасные радиоволны. Чтобы узнать номер

чипа, достаточно поднести сканер к месту, куда внедрен микрочип. Считывающее устройство издаст звуковой сигнал, а код чипа высветится на экране.

Чипирование КРС (крупного рогатого скота) гарантирует:

- простоту выполнения процедуры;
- безболезненность для животного;
- быстроту проведения подкожного чипирования сельскохозяйственных животных;
- пожизненное закрепление индивидуального кода за животным;
- отсутствие вероятности утраты номера животного;
- невозможность подмены кода микрочипа.

Экономическая целесообразность электронного способа идентификации КРС обусловлена следующими причинами:

- выполняется один раз за всю жизнь животного, тем самым исключая необходимость повторного выполнения процедуры, а значит, и затрат на ее проведение по причине утраты или порчи метки для КРС: коров и быков;
- благодаря идентификации КРС с помощью чипов животных невозможно перепутать, что особенно актуально при страховании, залоге, лечении, кормлении и т. д.;
- исключается вероятность подмены сельскохозяйственного скота;
- упрощается поиск сельскохозяйственных животных в случае кражи.

Очевидно, что предприятию необходимо уделять должное внимание развитию производства на перспективу и направлять необходимые средства на новую технику, обновление производства, на освоение и выпуск новой продукции (работ, услуг). Помимо этого, необходимо создать организационные предпосылки, экономические и социальные мотивации для творческого труда работников. Коренные преобразования в технике и технологии, мобилизация всех, не только технических, но и организационных, экономических и социальных факторов создают предпосылки для значительного повышения производительности труда. Предстоит обеспечить внедрение новейшей техники и технологий, широко применять на производстве прогрессивные формы научной организации труда, совершенствовать его нормирование, добиваться роста культуры производства, укрепления порядка, дисциплины, стабильности трудовых коллективов.

Таким образом, применение современного кормораздатчика-кормосмесителя позволит увеличить продуктивность коровы за счет повышения поедаемости кормов, потребления животными максимального количества сухого вещества, обеспечения оптимального соотношения элементов питания, избегания остатков грубых и сочных кормов и снижения риска ацидоза и кетоза.

Все предлагаемые в статье изменения (выполнение модельной программы развития сельскохозяйственной организации, внедрение раздатчика-смесителя кормов РСК-12 «БелМикс» и электронной идентификации КРС) позволят сократить затраты и повысить эффективность молочного скотоводства, а следовательно максимизировать прибыль.

Список литературы

1. Сайт министерства статистики Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/selskoe-hozyaistvo/operativnaya-informatsiya_9/chisl_osnov_vid_skota_sh_organizatsiyakh_obl/. – Дата доступа: 10.02.2018

2. Домуть, Д.Ю. Разработка программы развития сельскохозяйственного предприятия / Д.Ю. Домуть, И.И. Станкевич // Экономические аспекты продовольственной безопасности России: Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием студентов и молодых ученых. — Н. Новгород: ФГБОУ ВО Нижегородская ГСХА, 2017. — С.97-101.

3. Сайт ГУ «Центр информационных систем в животноводстве» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://airc.by/. – Дата доступа: 02.02.2018.

The article examines ways to increase the efficiency of milk production in the Republic of Belarus. The directions of increase of efficiency of dairy cattle breeding and milk production on an example of the agricultural organization are offered.

Домуть Дмитрий Юрьевич, студент 4 курса специальности «Экономика и организация производства в отраслях агропромышленного комплекса» факультета предпринимательства и управления Белорусского государственного аграрного технического университета, Минск, Беларусь. E-mail: domut310897@yandex.by.

Научный руководитель – ***Станкевич Ирина Ивановна,*** старший преподаватель кафедры информационных технологий и моделирования экономических процессов факультета предпринимательства и управления Белорусского государственного аграрного технического университета, Минск, Беларусь. E-mail: stankevich_ii@mail.ru.

УДК 658.62

Н. Л. Драб

ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО АССОРТИМЕНТА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Проанализирована конкурентоспособность отечественных предприятий Республики Беларусь. В статье рассмотрены проблемы формирования конкурентоспособного ассортимента.

Положение предприятий осложняется жесткой конкуренцией, в том числе и со стороны импортных производителей. Значимыми факторами, влияющими на изменение эффективности предприятий, являются выбор товарного ассортимента и установление цен на товары. Процессы формирования товарной и ценовой политики, предполагают их использование предприятиями, преследующих основную цель – максимизацию прибыли.

В последнее время продажи стали одним из ключевых критериев успешной деятельности предприятий. В современных условиях выигрывают те организации, которые обладают наиболее эффективной товарной политикой и взаимодействия с клиентами.

Формирование ассортимента составляет основу товарной политики предприятия. Товарная политика имеет экономическое и социальное значение. Экономическая важность заключается в том, что умелое управление ассортиментом товаров позволит предприятию выжить в условиях жесткой конкуренции и стать преуспевающим. С социальной стороны управление ассортиментом воспитывает у потребителей вкусы, формирует потребности, и наоборот, вкусы и потребности потребителей оказывают большое влияние на товарную политику.

Данная проблема была рассмотрена на примере Открытого акционерного общества «Лидский завод электроизделий».

В настоящее время рынок светотехники – один из самых перспективных, динамичных и бурно развивающихся рынков как на территории Республики Беларусь, так и за ее пределами. Говорить об этом можно в связи с набравшей силу заменой газоразрядных источников света на светодиодные в сфере светотехники.

На отечественном и зарубежном рынках представлено множество предприятий, выпускающих светильники, которые с каждым днем пытаются занять свою нишу и обеспечить конкурентное преимущество своей продукции, за счет улучшения конструкции и технологий, назначения выпускаемых изделий, используемых материалов, дизайна и стилистики, объемов производства.

В настоящее время рынок светотехники зреет, становится требовательней: все сильнее проявляется его переориентация на более сложные, интересные, индивидуализированные решения. То есть упор делается на рынок, а, именно, на удовлетворение потребностей потенциальных потребителей, но не на массовое производство. Мониторинг цен на светодиодную продукцию в Республике Беларусь предоставлен в таблице 1.

Таблица 1 – Мониторинг цен на светодиодную продукцию в Республике Беларусь

Мощность	Средняя цена на рынке РБ, без НДС	Цена ОАО «Лидский завод электроизделии», без НДС	Цена ОАО «Лидский завод электроизделий» выше/ниже в %
1	2	3	4
Общественное			
ДПО			
25 (длин)	30,20	41,60	37,73%
1	2	3	4
45 (длин)	42,00	57,60	37,14%
30	55,68	92,62	66,35%
40-45	54,69	87,50	60,00%
ДВО "Армстронг”			
30	49,25	92,62	88,07%
40	59,24	93,38	57,62%
50	75,32	120,00	59,32%
ДПО/ДСО			
16	42,00	49,20	17,45%
24	39,73	62,70	57,81%
32	63,50	76,90	21,07%
Промышленное			
ДПП/ДСП			
55	71,34	96,50	35,27%
24	42,79	65,00	51,92%
32	67,74	78,00	15,14%
38	49,41	84,00	69,99%
ДСП			
100	183,44	198,50	8,21%
Уличное			
ДКУ			
35	85,77	108,00	25,92%
40-45	119,34	250,00	109,48%
50-55	118,27	124,00	4,85%
80	200,00	260,00	29,99%
120-130	298,54	400,00	33,98%
ЖКХ			
6-8	22,81	31,25	36,96%
15	31,70	46,40	46,33%
Аварийный	15,93	41,70	161,85%

Источник: собственная разработка автора на основании данных [1, с. 5]

Основными производителями изделий светотехники в Республике Беларусь являются: ЗАО «Белинтегра», ОДО «Грайз», ООО «Электрет», ЧПТУП «Витебское электротехническое предприятие «Свет», ЧТУП «Элект» ОО «БелТИЗ», ЧУП «Светотехника» ОО БелТИЗ, ЧУП «Фильтр» ОО «БелТИЗ», ЧТУП «Олди Свет», СП «Трепласт», ОАО «БелОМО», ЗАО «Элматрон», ООО «Пролайт групп», СООО «ДжиВиЭйЛайтинг» [1, с. 6].

Тема энергоэффективности и энергосбережения стала центральной в современной светотехнике. В последнее десятилетие в большинстве промышленно развитых стран мира на государственном уровне осуществляются меры по энергосбережению за счет светотехнических изделий, созданы, внедряются в практику и дают реальные результаты специальные программы по разработке энергоэффективных источников света. Процесс расширения масштабов внедрения энергосберегающих светотехнических изделий получил дополнительный стимул и развитие в связи с «революционным прорывом» в области источников света, связанных с появлением новых излучателей – светодиодов.

Стимулом этому служит наличие у светодиодной техники ярко выраженных преимуществ перед другими технологиями: энергоэффективность; долгий срок службы; прочность, безопасность и стойкость к механическим воздействиям; отсутствие мерцания, ультрафиолетового излучения; минимальное выделение тепла, работа при низких температурах; отсутствие шума; высокая светоотдача; экономичная и пожарная безопасность; замена существующих источников света.

Республика Беларусь на сегодняшний день существенно отстает от развитых стран в области внедрения не только светодиодной продукции, но и доли энергосберегающих технологий в целом. Причина отставания кроется в относительно дешевой в сравнении с другими странами электроэнергии, что создавало благоприятный фон для применения традиционных ламп накаливания и других низкоэффективных решений. Рынок светодиодной осветительной техники сегодня находится в активной стадии формирования, что дает возможность присутствия на нем различным организациям, предлагающим данную продукцию.

Традиционным рынком для экспорта продукции ОАО «Лидский завод электроизделий» является Российская Федерация. Рынок светильников России характеризуется наличием большого числа производителей, а также развитой сетью торговых компаний, работающих в сегменте светотехнического оборудования.

В настоящее время основными конкурентами, сдерживающими экспорт ОАО «Лидский завод электроизделий», являются светотехнические компании Российской Федерации и операторы светотехнического рынка, торгующие светотехникой китайского производства. Общее число участников рынка составляет более 1 000 компаний, которые занимаются торговлей светотехникой [1, с. 7].

Ведущие производители светотехнической продукции в России: ЗАО «Светлана-оптоэлектроника», г. Санкт-Петербург; ОАО «Ардатовский светотехнический завод», г. Ардатов; ООО “Лихославский завод светотехника”, г Лихославль; ЗАО «Ксенон», г. Саранск; НПО «GALAD» г. Москва; ЗАО «Ревда», г. Екатеринбург; ЗАО «Электро», г. Иваново. ЗАО «Энерго», г. Красногорск; ООО «Свет», г. Лысьва; НПП НФЛ, г. Воронеж.

Основным фактором, сдерживающим более интенсивное приобретение продукции ОАО «Лидский завод электроизделий», является низкая, доступная для российского потребителя цена на отечественные или китайские осветительные приборы. В связи с этим, торгующие компании отказываются приобретать продукцию завода, мотивируя свой отказ высокой стоимостью. Отмечая при этом, что продукция не сможет быть реализована в должном объеме на российском рынке, так как основное побуждение к покупке при огромной конкуренции и есть цена. Данный критерий диктует основной потребитель – социальная сфера, которая не имеет возможности приобретать качественную продукцию из-

за недостаточного финансирования. Мониторинг цен на продукцию ОАО «Лидский завод электроизделий», пользующейся спросом в Российской Федерации предоставлен в таблице 2.

Таблица 2 – Мониторинг цен на продукцию ОАО «Лидский завод электроизделий», пользующейся спросом в Российской Федарации

Наименование светильника	Средняя цена на рынке РФ, без НДС в рос. руб.	Цена ОАО «Лидский завод электроизделий», без НДС, в рос. руб.	Цена ОАО «Лидский завод электроизделий» выше/ниже в %
1	2	3	4
ЛСП/ЛПП 12-2х40-901	1 029,98	1 116,67	8,4%
ЛПБ 31-11-006	321,25	370,37	15,3%
ЛПО 12-2х18-506 ЭI, ЭII	447,01	666,67	49,1%
ЛПО 12-2х36-506 ЭI, ЭII	547,03	900,00	64,5%
ДВО/ДПО 12-30-131	1 750,26	2 866,67	63,8%
ДВО/ДПО 12-40-131	1 723,97	2 916,67	69,2%
ЖКУ 51-150-055	2 121,79	2 333,33	10,0%
ЖКУ 51-250-056	1 782,90	2 516,67	41,2%
ДКУ 51-80-161	6 490,00	10 900,00	68,0%
ДКУ 51-121-161	8 564,00	11 830,00	38,1%

Источник: собственная разработка автора на основании данных [1, с. 9]

Не поспособствовало увеличению объемов экспорта и введение в действие технического регламента Таможенного союза. При сертификации учитывается только безопасность продукции и электромагнитная совместимость с электрическими сетями. Этот момент широко используют компании – продавцы китайской продукцией или производящие сборку из китайской комплектации. Сертифицированная только по этим параметрам продукция значительно дешевле, а с существованием на рынке ламп с заниженным световым потоком, позволяет получить преимущество покупки именно такой продукции страдающей нехваткой финансирования бюджетной сферы. Рынки Китая, Европы и США являются наиболее привлекательными, с точки зрения объемов и динамики роста, хотя между ними есть существенные различия.

Пути совершенствования товаропроводящей сети ОАО «Лидский завод электроизделий»:

1. увеличить заинтересованность посредников в продвижении товара;
2. постоянная разработка новинок светодиодной продукции и внедрение новых технологий;
3. модернизация устаревших моделей светильников;
4. изготовление светильников различного ценового диапазона, ориентированных на различные сегменты рынка;
5. изготовление светильников различного ценового диапазона, ориентированных на различные сегменты рынка;
6. повысить позитивный имидж предприятия путем рекламной стратегии;
7. участие в выставочных мероприятиях и проработка контактов с потенциальными покупателями;
8. расширение дилерской сети;
9. организация деловых поездок на предприятия ближнего и дальнего зарубежья с целью выяснения потенциала дальнейшего сотрудничества;

10. посещение мероприятий, касающиеся непосредственно, профессиональной деятельности;

11. разработка гибкой системы стимулирования спроса и сбыта;

12. проведение ежегодного круглого стола по вопросам эффективного продвижения продукции, обсуждение и решение существующих проблем.

Анализ финансово-экономического состояния отечественных предприятий позволяет констатировать, что среди ряда причин неплатежеспособности на первом месте стоит низкая конкурентоспособность продукции по качеству, ассортименту, цене, дизайну, что привело к вытеснению с белорусского рынка отечественной продукции. Анализ закупок бюджетной сферы позволяет говорить о низкой технической подготовленности специалистов в осветительном вопросе, что ведет к отсутствию технической оценки закупаемой продукции и основным критерием к закупке остается только минимальная стоимость продукции.

Выход из сложившегося положения возможен лишь в результате создания конкурентоспособного производства, способного приспосабливаться к быстро меняющимся условиям рынка и предлагать потребителям конкурентоспособные товары. В этом смысле конкурентоспособность является одним из необходимых условий нормального функционирования отечественных предприятий в современных экономических условиях.

Список литературы

1. Анализ рынка и стратегии маркетинга ОАО «Лидский завод электроизделий» за 2016 год. Лида, 2016. – 23 с.

The competitiveness of domestic enterprises of the Republic of Belarus is analyzed.. The article deals with the problems of formation of competitive range.

Драб Наталья Леонидовна, студентка 4 курса специальности «Коммерческая деятельность» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: natalinka_111@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. E-mail: yu.kiyko@grsu.by.

УДК 332.133.2

А. З. Жданук

ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ УПРАВЛЕНИЯ СТИМУЛИРОВАНИЕМ ТРУДА В «УЖРЭП» ОКТЯБРЬСКОГО РАЙОНА Г. ГРОДНО

В данной статье проанализировано текущее состояние развития управления стимулированием труда в «УЖРЭП» Октябрьского района г. Гродно. Приведена организационно-экономическая характеристика предприятия, и анализ факторов развития управления стимулированием труда на предприятии. Данный анализ позволил выявить потенциал развития управления стимулированием труда в «УЖРЭП» Октябрьского района г. Гродно.

В современных условиях одним из ключевых условий эффективности бизнеса является развитие и рациональное использование трудовых ресурсов предприятия. Именно они осуществляют взаимную увязку всех остальных ресурсов и факторов экономической деятельности во времени и пространстве, обеспечивая достижение поставленных целей.

Актуальность данной статьи обусловлена тем, что эффективное управление стимулированием труда является одним из наиболее существенных факторов конкурентоспособности современных организаций. Для того, чтобы повысить деловую, социальную и творческую активность персонала, требуется создать правильно разработанную систему стимулирования труда. Также это поможет достичь высоких результатов деятельности организации и повысить показатели работы у персонала [3, с. 79-80].

Цель данной статьи состоит в том, чтобы выявить потенциал управления стимулированием труда для использования на практике при помощи анализа управления на исследуемом предприятии.

Факторы и потенциал развития инновационных методов стимулирования труда на предприятии определяют, как и каким образом можно разработать и внедрить на предприятие новые способы управления стимулированием труда. Поиск факторов и потенциала развития системы управления стимулированием труда на предприятии – одна из важнейших задач в любой организации [2].

УЖРЭП Октябрьского района г. Гродно, осуществляет свою деятельность в соответствии с законодательными актами Республики Беларусь и действует на основании устава предприятия. УЖРЭП Октябрьского районо г. Гродно является самостоятельным юридическим лицом, имеет имущество на праве хозяйственного ведения, самостоятельный баланс, расчётный счёт, гербовую печать и штампы со своим наименованием. Предприятие расположено по адресу: г. Гродно, ул. Лизы Чайкиной, 2А. Директор предприятия - Жук Марьян Станиславович.

Целью предприятия является полное и качественное предоставление коммунальных услуг населению и прочим потребителям. Деятельность предприятия ориентирована на обеспечение устойчивого функционирования всех под-отраслей, наращивание объемов и повышение качества жилищно-коммунального обслуживания, выполнение условий договора с исполкомом, неотъемлемой частью которого является снижение себестоимости продукции, работ и услуг, экономии топливно-энергетических ресурсов.

Потенциал УЖРЭП Октябрьского района г. Гродно заключается в возможности внедрить в систему мотивации инновационные методы управления стимулирования трудом. Так же можно отметить, что предприятие использует гибкие формы и способы оплаты труда.

В связи с тем, что УЖРЭП не является предприятием, производящим продукцию, а напрямую зависит от регулируемых тарифов для населения и выделяемых бюджетных субсидий на покрытие убытков от оказания услуг по техническому обслуживанию жилищного фонда и выполнения работ по текущему ремонту за счет бюджетных средств, наращивать выручку на 1 работающего с доведенным показателем 1,05 не является возможным.

Однако предприятие наращивает объемы выручки по платным и прочим коммунальным услугам, так за 12 месяцев 2016г. данная выручка составила 117,3 тыс. руб., за аналогичный период прошлого года – 79,3 тыс. руб. Темп роста выручки по платным и прочим коммунальным услугам 147,9%, темп роста среднемесячной заработной платы за 2016 год составил 118,7%. Динамика финансового состояния предприятия УЖРЭП (на 2016 год), представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Анализ финансового состояния предприятия

п/п	Наименование показателя	На начало периода	На конец периода	Нормативное значение коэффициента для ЖКХ
1	Коэффициент текущей ликвидности (К1):	1,229	1,449	К1>=1,1
2	Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами (К2):	0,186	0,310	К2>=0,1
3	Коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами (К3)	0,052	0,042	К3 <= 0,85

Источник: собственная разработка на основании данных предприятия

Таким образом, предприятие является прибыльным. Это свидетельствует о возможности использовать собственные средства на дальнейшее развитие предприятия, одним из направлений которого может быть вложение в совершенствование системы управления стимулирования труда.

В целом можно сказать, что на данный момент на предприятии имеются положительные тенденции экономической эффективности, включая отдельные показатели по труду и заработной плате.

Формы, системы и размеры оплаты труда, в том числе дополнительные выплаты стимулирующего и компенсирующего характера на предприятии устанавливаются по согласованию с профсоюзным комитетом.

Применяются следующие формы и системы оплаты труда:

1) повременно - премиальные на основании часовых тарифных ставок сторожам и вахтёрам;

2) повременно - премиальные на основании месячных тарифных ставок (окладов):

а) руководителям, специалистам и другим служащим;

б) рабочим.

3) сдельно-премиальные:

а) по рабочим комплексной уборке и содержанию домовладений;

б) рабочим участка зеленого строительства в период выполнения работ по скашиванию трав в соответствии с приказом нанимателя.

Повышение тарифной ставки первого разряда производится в соответствии с показателем «На каждый процент прироста по сравнению с соответствующим периодом прошлого года выручки от реализации продукции, товаров (работ и услуг) в фактических ценах в расчете на одного работника среднесписочной численности».

Для премирования руководителей, специалистов и других служащих ЖЭС устанавливаются следующие показатели премирования:

1) рост выручки от реализации работ и услуг;

2) обеспечение безубыточной работы предприятия;

3) снижение количества обоснованных жалоб;

4) обеспечение роста производительности труда, исчисленной отношением выручки от реализации работ и услуг к среднесписочной численности персонала.

Премирование рабочих производится ежемесячно за коллективные и индивидуальные результаты труда по установленным показателям премирования на основании приказа директора предприятия. Показатели премирования для рабочих следующие:

1) своевременное и качественное выполнение порученной работы, соблюдение технологии производства и норм охраны труда;

2) грамотная эксплуатация транспортного средства, соблюдение правил дорожного движения и рациональных маршрутов движения, своевременное и точное оформление путевых документов;

3) качественное и своевременное выполнение обязанностей;

4) выполнение плана прочих коммунальных услуг нарастающим итогом с начала года;

5) сохранность имущества на вверенном объекте;

6) качественное выполнение уборочных работ при соблюдении установленной периодичности, бережное отношение к средствам труда;

7) выполнение нормы выработки от 100 до 120% при хорошем качестве работ, бережное отношение к средствам труда;

8) выполнение нормы выработки свыше 120% при хорошем качестве работ, бережное отношение к средствам труда.

На предприятии принимаются меры по выявлению резервов роста производительности труда, устранению потерь рабочего времени и улучшению его использования.

Исходя из финансового состояния предприятия работникам предприятия производится повышение тарифных ставок (окладов) или сдельных расценок до 300 процентов включительно. Это является стимулом для персонала, чтобы работать более эффективно.

Разработаны и введены гибкие тарифы на техническое обслуживание и коммунальные услуги для населения. А так как население всегда будет нуждаться в обеспечении коммунальных услуг, понятно, что предприятие всегда будет востребованным.

В целом можно сказать, что система оплаты труда в «УЖРЭП» Октябрьского района г. Гродно достаточно прозрачна и понятна для персонала. Ведь оплата труда — это не просто затраты предприятия, это еще и эффективный инструмент взаимодействия руководства и персонала.

Сотрудник, понимающий, за что конкретно ему выплачены те или иные суммы, сам контролирует правильность начислений и четко понимает, какие нужно приложить усилия к увеличению своего заработка. Такой уровень взаимоотношений приводит к ряду дополнительных преимуществ: повышается мотивация и лояльность персонала, растет прибыльность предприятия. И даже если общий объем затрат на оплату труда сохраняется на том же уровне, в долгосрочной перспективе прозрачность приносит больше пользы и выгоды [1].

УЖРЭП имеет возможность обеспечить внедрение прогрессивных энергосберегающих и ресурсосберегающих технологий обслуживания и ремонта жилфонда, а также оказания коммунальных услуг, на основе применения прогрессивных технологий производства. Имеется потенциал, с помощью которого предприятие может добиться стабилизации, а затем снижения себестоимости продукции, работ и услуг ЖКХ при условии систематического повышения их качества, создать правовую и экономическую основу формирования рынка жилищно-коммунальных услуг, при которой каждый собственник жилых помещений будет иметь возможность участвовать в выборе обслуживающей организации, количества и качества потребляемых услуг (таблица 2).

Таблица 2 – Матрица SWOT-анализа деятельности «УЖРЭП» Октябрьского района г. Гродно

	Сильные стороны	Слабые стороны
Возможности	1.Специальные знания и возможности обучения персонала. 2.Наличие базы и применение современной техники и технологий.	1.Недостаточная квалификация штата 2.Возможность повышения квалификации персонала
Угрозы	1.Изменение законодательства. 2.Связи, опыт работы на рынке.	1.Отсутствие необходимых оборотных средств 2.Ослабление бюджетного финансирования

Источник: собственная разработка на основании данных предприятия

Исходя из данного анализа видно, что на предприятии существует потенциал развития управления стимулированием труда за счёт возможности обучения неквалифицированного персонала. Однако трудность состоит в том, что снижается бюджетное финансирование, а у самого предприятия недостаточно собственных оборотных средств.

Поэтому для руководства «УЖРЭП» Октябрьского района г. Гродно должна быть поставлена задача найти новые формы получения инвестиций с целью улучшения системы управления стимулированием труда на предприятии. Решение данной задачи будет иметь положительный эффект в виде снижения текучести кадров и повышения производительности труда.

Подводя итог, можно сказать, что был выявлен потенциал развития управления стимулированием труда, который заключается в гибкой системе оплаты труда, возможности обучения персонала, а также в оказании коммунальных услуг, на основе применения прогрессивных технологий производства, которые помогут снизить себестоимость и повысить работоспособность персонала.

Список литературы

1. Прозрачность оплаты труда как способ повышения производительности [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://upr.ru/article/rossiyskie-praktiki-upravleniya/PROZRACHNOST__OPLATY_TRUDA_KAK_SPOSOB_POVYSHENIYA_PROIZVODITEL_NOSTI.html – Дата доступа: 01.03.2018

2.Совершенствование мотивации и стимулирования трудовой деятельности персонала на примере торгового предприятия [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://otherreferats.allbest.ru/management/00132321_0.html – Дата доступа: 01.03.2018

3. Базаров, Т.Ю. Управление персоналом / Т.Ю. Базаров [и др.]. – М.: Академия, 2010. – 224 с.

This article analyzes the current state of the development of the management of labor incentives in the "UZHREP" Oktyabrsky district of Grodno. The organizational-economic characteristics of the enterprise are given and the analysis of factors of development of management of stimulation of work at the enterprise is spent. This analysis made it possible to identify the potential for the development of the management of labor incentives in the "UZHREP" Oktyabrsky district of Grodno.

Жданук Алексей Здиславович, студент 4 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 управлении на предприятии факультета экономики и управления гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: rabtzevich2011@yandex.by

УДК 658.89

А. А. Завялова

КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ КАК ОСНОВА УСПЕХА ОРГАНИЗАЦИЙ

Данная статья посвящена клиентоориентированности и рассмотрению её основных аспектов в качестве практического применения в организациях. В нём идёт речь об основных элементах, вкладываемых в понятие клиентоориентированности. Представлены основные направления преобразования продукта, персонала и сервиса, которые необходимы для привлечения клиентов и построения с ними качественных взаимоотношений.

В современных условиях существования на путь клиентоориентированности стало множество организаций, однако, все они вкладывают различное значение в данное понятие. Для одних – это разработка программ лояльности, некоторые направляют свои усилия на маркетинговые преобразования и повышение уровня сервиса.

В целом клиентоориентированность можно определить, как совокупность различные способов и методов, направленных на максимальное удовлетворение клиентов. Ориентация на клиента обязательно должна иметь эффект увеличения доходов компании. Если нет дополнительной прибыли от вложения ресурсов в качественный сервис, нет и клиентоориентированности.

Основные выгоды данного направление состоят в следующем:

1) прежде всего клиентоориентированность это хорошее позиционирование, что соответственно даёт массу преимуществ перед конкурентами;

2) так же компании, двигающейся в направлении клиентоориентированности, намного проще вводить новые виды продукции и услуг, поскольку в глазах клиента она уже приобрела положительный образ и доверие;

3) расширяя круг своих клиентов и повышая уровень их лояльности, компания лишает прибыли своих основных конкурентов;

4) лояльные клиенты менее чувствительны к цене и компания может позволить себе продавать предлагаемый продукт по цене выше, чем у конкурентов;

5) завоевание высокого уровня лояльности клиентов поспособствует тому, что постоянные потребители сами начнут привлекать новых покупателей;

6) в следствии предыдущего пункта компания сможет значительно снизить свои затраты на рекламную деятельность [2, с. 8];

Основная суть направления клиентоориентированности компаний состоит в пяти основных элементах, таких как:

1) продукт;
2) персонал;
3) сервис и процессы.

Продукт. Продукт является центральным элементом существования организации, поэтому важно чтобы продукт обладал необходимым уровнем качества и максимально удовлетворял тех потребителей, на которых он нацелен. Организация постоянно должна искать пути повышения конкурентоспособности выпускаемого продукта. Рассматривая то, из

чего состоит образ самого продукта можно выделить шесть основных элементов, на которые необходимо заострить внимание и поддерживать их на необходимом уровне для достижения запланированного результата деятельности организации (рисунок 1).

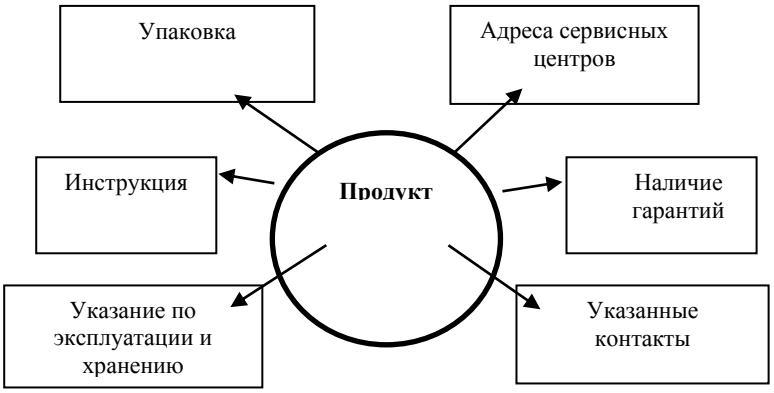


Рисунок 1 – Основные составляющие продукта

Источник: [2, с. 12]

Упаковка. Большинство покупателей часто обращают внимание именно на внешний вид продукта, что естественно способствует его покупке. Привлекательный товар обязательно найдёт своего покупателя.

Инструкция. Также является важным элементом, поскольку некоторые специалисты часто полагаются на свой опыт, создавая инструкцию и используют в ней определённый сленг, который может быть далеко не всем понятен. [3]

Наличие гарантий. Потребитель решительнее совершит покупку, осознавая, что в случае определённых неприятных ситуаций ему смогут возвратить его утраченные ресурсы.

Указанные контакты. Имеется ввиду телефоны горячих линий и контакты продавца офиса, это позволит оперативно решить возникшие вопросы. [2, с.12]

Также существуют различные способы, которые позволят значительно улучшить продукт:

1) Разрешение поступающих жалоб. Является важным анализировать всевозможные жалобы, поступающие от клиентов поскольку это, позволит выявить слабые стороны продукта.

2) Опросы клиентов. Могут использоваться различные интервью, анкеты и прочее. Интересуясь мнением клиентов, организация показывает то, насколько важны её потребители, а также опросы могут принести множество неординарных идей, которые можно задействовать и реализовать. [2, с. 14]

Персонал. Все сотрудники организации должны быть клиентоориентированными, поскольку абсолютно каждый из них способен повлиять на общий результат деятельности. Однако, большее внимание необходимо уделять персоналу, непосредственно работающему с клиентами.

Мотивация персонала, работающего с потребителями, играет важную роль. Нелояльные работники не смогут заинтересовать клиентов. Стоит постоянно уделять внимание мотивации и на постоянной основе отслеживать уровень удовлетворённости персонала [1].

Персонал при общении с клиентами должен соблюдать определённую последовательность, устанавливать визуальный контакт на всех этапах взаимодействия:

приветствие, определение сути вопроса клиента, решение вопроса клиента, завершение контакта, прощание [3].

Сервис и процессы. Процессы являются отражением регламентов работы с клиентами. В клиентоориентированных компаниях работы имеет чёткую последовательность, лишённую всякой хаотичности. Процессы должны включать в себя следующие черты:

1) Гарантированность. Клиентам важна возможность возврата.

2) Удобство. Клиент должен ощущать комфорт от взаимодействия с компанией. Сюда можно отнести, к примеру, бесплатную доставку.

3) Простота. Взаимодействия с организацией должны быть простыми и лёгкими для понимания клиента.

4) Скорость. Своевременность и быстрота в работе всегда высоко ценятся клиентами.

5) Безопасность. [2, с. 16].

Качественный сервис прежде всего концентрация усилий и ресурсов сотрудников на удовлетворение клиентов. Логистика, продажи, бухгалтерия, маркетинг – это всё является частью сервиса, поэтому каждый сотрудник организации в некоторой степени имеет влияние на общее восприятие продукта (рисунок 2).

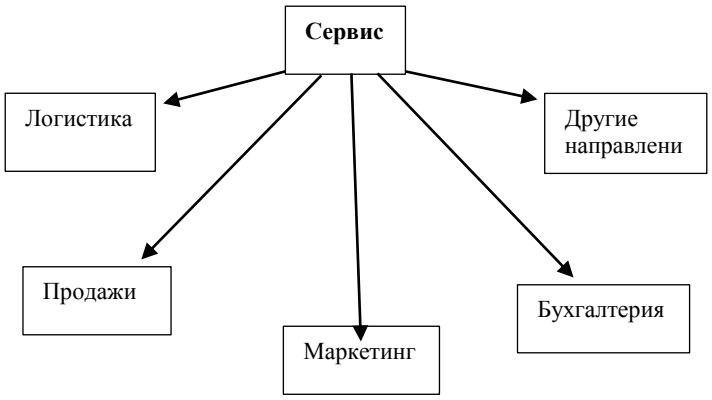


Рисунок 2 – Элементы сервиса

*Источник***:** [2, с.16]

Основные преимущества, которые возможно достичь благодаря качественному сервису:

- лояльность клиентов. Соответственно возрастает объём продаж и увеличивается доля на рынке;
- рост прибыли;
- увеличение клиентской базы и сохранение постоянных клиентов;
- благоприятный образ компании, преимущество на фоне конкурентов. [2, с. 17]

Подводя итоги можно сказать, что клиентоориентированность является достаточно широким понятием и включает в себя абсолютно всю деятельности различных подразделений организации. Однако, в целом она основана на трёх аспектах, таких как сам продукт организации, персонал и сервис. Все эти элементы нуждаются в постоянном улучшении и контроле, поскольку без этого организация легко может лишится статуса клиентоориентированности.

Производимый продукт постоянно необходимо поддерживать на должном уровне качества, также вносить в него определённые инновации, поскольку современный мир не стоит на месте и без этого просто не является возможным долго удерживать потребителей.

Работе с персонал тоже важно уделать большое внимание, следить за уровнем удовлетворённости и заинтересованности сотрудника в своей работе в целом. Только

вдохновлённый работник сможет завлечь клиента, вселить ему уверенность того, что соответствующий продукт является тем, что ему необходимо.

Ключевым моментом в качественном сервисе определённо является персонал, обладающий компетенциями. Совершая покупку потребитель значительное внимание уделяет обслуживанию, то насколько вежливо с ним обошлись и как преподали информацию о продукте в корне может понять его решение о покупке.

Список литературы

1. Актион. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.hr-director.ru/. – Дата доступа: 04.03.2018.

2. Зинкевич, А. Секреты клиентоориентированности / А. Зинкевич. – М: «Манн, Иванов и Фербер», 2013. – 42 с.

3. Экономика и менеджмент инновационных технологий. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://ekonomika.snauka.ru/. – Дата доступа: 03.03.2018.

This article is devoted to client-oriented organizations in modern conditions. In it, we are talking about the main aspects that are put into the concept of customer-oriented. The main directions of the transformation of the product, personnel and service are presented, which are necessary to attract customers and build quality relationships with them.

Завялова Анастасия Александровна, студентка 3 курса специальности «Менеджмент» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: anastasiya.zavialava@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: rabtzevich2011@yandex.by

.

УДК 339.37

А. А. Каленик

ФОРМИРОВАНИЕ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ. СОВМЕЩЕННЫЙ ABC И XYZ - АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ АССОРТИМЕНТА ОАО «ЯСЕНЬ»

В статье отображены основные понятия формирования ассортиментной политики. Предоставлен совмещенный АВС И XYZ – анализ в управлении ассортиментной политики организации.

Торговля – это предпринимательская деятельность, направленная на приобретение и продажу товаров с оказанием или без оказания услуг, связанных с продажей товаров. Важнейшим показателем развития внутренней торговли является розничная торговля, которая представляет собой завершающую форму продажи товаров конечному потребителю. Розничные торговые предприятия реализуют товары непосредственно населению, то есть физическим лицам, применяя свои специфические формы и методы розничных продаж, и окончательно завершают процесс обращения товаров от изготовителя продукции. Розничная торговля как последнее звено товародвижения обеспечивает конечные взаимосвязи производителя и потребителя товаров [1].

Формирование ассортимента товаров в организациях розничной торговли является одним из самых сложных процессов, протекающих в коммерческой деятельности, который направлен на достижение требований рациональности ассортимента. В процессе

формирования ассортиментом теснейшим образом взаимоувязаны такие этапы коммерческой деятельности, 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.

Под формированием ассортимента товаров понимается разработка и применение мер, направленных на формирование оптимальной структуры ассортимента товаров, которая будет наиболее полно соответствовать текущим потребностям населения. Формирование ассортимента – деятельность, направленная на достижение требований рациональности ассортимента [2, с. 245].

Для создания хороших условий покупателям необходимо, чтобы в ассортименте магазина постоянно присутствовали товары, соответствующие их спросу. Однако такого благоприятного соотношения спроса и предложения товаров не всегда удается достичь, поэтому первостепенной задачей организаций торговли является обеспечение устойчивости постоянной части ассортимента товаров, позволяющей удовлетворить массовый спрос на товары первой необходимости и удержать контингент постоянных покупателей. Следствием неустойчивости ассортимента товаров является ухудшение экономических показателей торговой организации.

С ростом доходов населения возрастает спрос на дорогостоящие и высококачественные товары и предметы роскоши, т.е. на товары высшей категории. Однако всегда остаются востребованными и товары низшей категории (их не следует отожествлять с низкокачественными), поэтому, формируя ассортимент конкретной торговой организации, необходимо исходить из интересов обслуживаемого контингента покупателей.

Также для достижения условий, способствующих росту объема продаж и доходов, в ассортиментной политике магазина должны учитываться все факторы, влияющие на формирование ассортимента, товаров, способствующие получению максимальной прибыли.

Формирование ассортимента является постоянным и непрерывным процессом реализации товарной политики, что непосредственно связано с осуществлением маркетинга на различных стадиях жизненного цикла товаров.

Формирование ассортимента в обязательном порядке предполагает координацию взаимосвязанных видов деятельности таких, как комплексное исследование рынка поставщиков, изучение спроса, его стимулирование, сервиса, рекламы и т.д.

Автором для более полного и глубокого изучения структуры и динамики торгового ассортимента проведен совмещенный ABC и XYZ – анализ, с целью определения приоритетных направлений развития общества.

Для того, чтобы отследить динамику продаж по товарным группам, был проведен ABC – анализ структуры продаж за 2015-2017гг.

ABC – анализ представляет собой инструмент, позволяет изучить товарный ассортимент, а также определить рейтинг товаров по указанным критериям и выявить ту часть ассортимента, которая будет обеспечивать максимальный эффект.

Основными достоинствами ABC анализа являются:

- рационализация управления ассортиментом, которая дает возможность понять важность товаров и распределить усилия управляющих магазинами в этом направлении;
- быстрый результат и быстрое применение управленческих решений;
- проводение регулярного сравнения с предыдущими периодами дает возможность отслеживать стадии жизненного цикла товаров.

Основными недостатками ABC анализа являются:

- необходимость учитывать многие дополнительные факторы, такие как товары-новинки, элитные и т.п.;
- нужен массив данных для проведения анализа за определенный период: база по чекам, продажам или другим ритейл-данным;
- важна стабильность на рынке товаров, если происходят какие-то непредвиденные ситуации (резкая инфляция, политические волнения, и т.п.), данные АВС анализа могут быть неточны.

Данный метод анализа получил развитие благодаря своей универсальности и эффективности.

В основе АВС – анализа лежит принцип Парето, суть которого заключается в том, что 20% всех товаров дают 80% оборота, т.е. «за большинство возможных результатов отвечает относительно небольшое количество причин» или «правило -20 на 80».

Результатом анализа структуры объема продаж ОАО «Ясень» за 2015-2017гг. явилась группировка товаров по степени влияния на общий объем продаж.

Проведенный анализ данных позволяет сделать вывод, что весь ассортимент ОАО «Ясень» по степени важности разделен на три группы:

- группа А (85% продаж) составляют очень важные товары, которые всегда должны присутствовать в ассортименте, и они являются лидером продаж по объему;
- группа В (10%) - товары средней степени важности, которые обеспечивают стабильные продажи;
- группа С (5%) - наименее важные товары, которые являются претендентами на исключение из ассортимента или изменение ассортимента по причине их не востребованности покупателями другим причинам.

По полученным результатам видно, что из 15 групп непродовольственных товаров в группу А в течение трех анализируемых лет входят постоянно четыре позиции: «бытовая мебель», «стройматериалы», «бытовые электротовары» и «прочие непродовольственные товары», а по остальным позициям происходят изменения.

Следовательно, ассортимент товаров группы А является самым важным источником для роста объема продаж, поэтому они должны очень четко контролироваться и прогнозироваться, чаще чем по другим позициям проводится мониторинг, максимально конкурентоспособными и не терять свои сильные стороны.

Для более глубокого исследования структуры и динамики ассортимента товаров дополнительно еще проведен XYZ анализ, который позволит создать более полную картину торгового процесса в магазинах ОАО «Ясень».

Возможные объекты для анализа: объем продаж, число поставщиков, выручка и т.п. Чаще всего метод применяется для определения товаров, на которые есть устойчивый спрос, который приведен в АВС анализе.

Положительные стороны XYZ анализа:

▪ данные для управления ассортиментом товаров и складскими запасами, организации работы с поставщиками;

▪ использование анализа для прогнозирования стабильности спроса;

▪ определение проблемных магазинов с нестабильными продажами;

▪ определение товарных дыр, коррекция системы поставок товаров и т. д..

Недостатками XYZ анализа являются:

▪ необходима, как и для АВС анализа, стабильность показателей, без сотрясений рынка;

▪ необходимы данные за несколько лет для полноценного анализа;

▪ сложно работать с сезонными товарами, а их достаточно много в ритейле;

▪ невозможно использовать на товарах с коротким жизненным циклом.

За аббревиатурой XYZ скрывается уровень прогнозируемости анализируемого объекта. Этот показатель принято измерять коэффициентом вариации, который характеризует меру разброса данных вокруг средней величины. Коэффициент вариации – относительный показатель, не имеющий конкретных единиц измерения.

Дополнительное проведение к АВС анализу XYZ анализа продаж, осуществляется с целью изучения стабильности продаж и позволяет создать более полную картину торгового процесса в организации. Он позволит произвести классификацию товаров организации в зависимости от характера их сбыта и точности прогнозирования изменений в их потребности.

XYZ анализ предполагает разделение ассортимента магазинов на группы X, Y и Z при этом критерием данного анализа может быть доходность товаров или стабильность их продаж. В анализе выбран критерий динамики продаж, так как по доходности отсутствуют данные по группам.

Интервал дифференциации объёма продаж в ассортименте классифицирован на следующие группы

- **X** $0 \leq v < 10\%$;
- **Y** $10\% \leq v < 25\%$;
- **Z** $25\% \leq v < \infty$.

При расчете коэффициента вариации производится сортировка товарных групп ассортимента товаров по коэффициенту вариации, осуществляется группировка в порядке возрастания коэффициентов вариации и осуществляется разделение совокупности товарных групп на 3.

Использование совмещенного АВС-и XYZ-анализа позволит:

- повысить эффективность системы управления товарными ресурсами;
- выявить ключевые товары и причины, влияющие на количество товаров, хранящихся на складе;
- перераспределить усилия персонала в зависимости от квалификации и имеющегося опыта.

По результатам совмещенного АВС и XYZ-анализа составляем матрицу, которая наглядно представлена в таблице.

Таблица – матрица совмещенного АВС и XYZ анализа ОАО «Ясень» за 2017 г.

	X	Y	Z
A	-Бытовая мебель -Бытовые электротовары	-Прочие непрод. товары -Стройматериалы	-Домашняя утварь и посуда
B	-Краски, лаки и эмали	-Осветительные приборы -Скобяные товары	-Бытовые неэлектрические товары -Цветы и удобрения
C	- Санитарно-техническое оборудование	-Часы -Обои	-Чистящие средства -парфюмерия и косметика

Источник: собственная разработка автора

По результатам таблицы можно сделать следующие выводы:

- к товарам, находящимся в ячейках АХ и ВХ матрицы, относятся группы «Бытовая мебель», «Бытовые электротовары» и «Краски, лаки и эмали», которые обеспечивают Обществу наибольшую долю объёма продаж и соответственно прибыли. Эти товары

категорически не рекомендуется выводить из продажи. Они должны быть всегда в наличии. В противном случае, можно лишиться значительной доли прибыли и расположения клиентов, которые обратятся в другой магазин;

- к товарам, находящимся в ячейках AY и BY относятся товарные группы «Стройматериалы» и «Прочие непродовольственные товары» «Осветительные приборы» и «Скобяные товары», которые имеют доволи большой объем продаж для этого необходимо обеспечить наличие их на складе и иметь страховой запас;
- к товарам, находящимся в ячейках AZ и BZ матрицы, относятся товарные группы «Домашняя утварь и посуда», «Бытовые не электротовары» и «цветы и удобрения». Для этих групп товаров является характерным неплохая продажа, но спрос весьма переменчив, и он не поддаётся прогнозированию. Чтобы не потерять потенциальных клиентов и не снизить объем продаж необходимо обеспечить более частые поставки, выбрать поставщиков, расположенных близко к магазину, тем самым снизить сумму страхового товарного запаса и обеспечить периодичность контроля;
- к товарам, находящимся в ячейках CX, CY и CZ относятся товарные группы «Санитарно-технические средства», «Часы», «Обои», «Чистящие средства» и «Парфюмерия и косметика», которые приносят Обществу незначительную долю продаж и суда попали новые товары и товары спонтанного спроса. Часть этих товаров можно безболезненно выводить из ассортимента, а другую часть нужно регулярно контролировать, так как именно из товаров этой группы возникают неликвидные или труднореализуемые товарные запасы, от которых организация может нести потери.

По результатам исследования, следует, что ОАО «Ясень» является коммерческой организацией – юридическим лицом, имеет обособленное имущество, самостоятельный баланс. Основной целью его деятельности является оптово-розничная торговля, направленная на удовлетворение спроса населения в непродовольственных товарах народного потребления, и на этой основе извлечение прибыли от реализации товаров. В состав ОАО «Ясень» входит 9 розничных магазинов с дислокацией в различных микрорайонах г. Гродно.

Удельный вес продажи товаров отечественного производства в общем объеме продаж составил за анализируемый период более 85%, что превышает уровень, предусмотренный Национальной стратегией устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года, в размере 67-70% на период 2015-2020гг.

Итоги проведенного совмещенного ABC-и XYZ-анализа подтверждают вывод о том, что ассортиментные группы «Бытовая мебель», «Бытовые электротовары», «Стройматериалы» и «Краски, лаки и эмали» имеют стабильный спрос у покупателей, вносят наибольший вклад в формирование товарных позиций и обеспечивают обществу наибольшую долю объёма продаж.

Список литературы

1. Валевич, Р.П. Экономика организаций торговли: учеб. пособие / Р.П.Валевич, Г.А. Давыдовой. – Минск: БГЭУ, 2010. – 671с.
2. Леви, М.П. Основы розничной торговли/ Б.А. Вейтц, М.П. Леви – СПб.: Питер, 2008.- 448 с.

The article shows the basic concepts of the formation of assortment policy. The combined ABC and XYZ analysis in management of assortment policy of the organization is provided.

Каленик Александра Андреевна, магистрант 1 курса специальности «Экономика и управление народным хозяйством» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: sasha100895@mail.ru .

Научный руководитель – ***Карпицкая Марина Евгеньевна,*** кандидат экономических наук, доцент кафедры международного бизнеса и маркетинга факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: m.karpickaya@grsu.by.

УДК 330.88

Е. А. Кашкина

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ИСПОЛНЕНИЯ ПРОЕКТОВ

В настоящей статье рассмотрены основные направления и технологии обеспечения качества реализуемых проектов, основанные на применении отечественного и зарубежного опыта проектного менеджмента. Акцент сделан на анализ действующего стандарта в области регулирования качества исполнения проектов и удобства его применения в условиях современного управления.

В настоящее время понятия «качество» и «управление качеством проекта» достаточно тесно связаны общей системой управления организации вследствие необходимости и неотъемлемости от всего жизненного цикла проекта. После всех стандартных процедур, включающих постановку целей, создание проекта, его реализацию, контроль и анализ качествам являются логичным завершением (продолжением) работы.

Понятие качества представляет собой совокупность характеристик объекта (проекта или продукта), которые позволяют оценить степень важности реализации, правильности выполнения работ, соответствия поставленным целям и требованиям, удовлетворения тех или иных потребностей и так далее.

У каждого проекта свои специфические особенности, которые позволяют не только выявить уникальность плана, но и выделять определённые группы проектов. Но, несмотря на всё разнообразие, все проекты поддаются системе оценки. Как правило, контроль за реализацией проектов производится не только пониманием того, пришёл ли заказчик к желаемой цели, но и с помощью анализа соответствия полученных результатов определённым стандартам.

При оценке качества исполнения проектов берётся во внимание всё: политика и возможности организации, её цели, задачи, ресурсы, а также обязанности ответственных за выполнение, выполнение поставленных задач, прогнозирование рисков и результатов, своевременность реагирования на внештатные ситуации, конечный продукт как результат завершения проекта.

Процесс управления качеством исполнения проекта можно представить следующим образом:

1. Планирование качества. На данном этапе определяются стандарты качества, относящиеся к проекту, требования к качеству и методы достижения этих требований.

2. Обеспечение качества. В данном случае оценивается общий ход реализации проекта при условии, что все работы соответствуют требованиям, установленным первым пунктом.

3. Контроль качества. Завершающий этап, который позволяет проанализировать результаты работ и при наличии проблем выявить основные причины сложившихся неудач, а также найти способы устранения этих негативных последствий.

Следует отметить, что управление качеством проекта представляет собой систему действий, которые, в первую очередь, направлены на удовлетворение потребностей самого проекта, а также его заказчиков и участников.

С целью определения качества проекта в менеджменте существуют определенные стандарты, соответствие с которыми проверяется, пожалуй, в самую первую очередь.

Основным в данном случае является серия стандартов ISO:9000 – так называемых стандартов мирового масштаба, применяемых для обеспечения качества результатов проектов в различных сферах и областях.

Дополнительно следует назвать стандарт серии ISO:10006, предназначенный для регламентации качественной и правильной реализации процессов управления проектами. Стандарт ISO:10006 «Менеджмент качества» осуществляет руководство качеством при управлении тем или иным проектом.

Кроме этого контроль качества реализации проектов невозможен без учета требований следующих стандартов:

- ISO:9001 – система менеджмента качества, определяющая требования к проекту;
- ISO:9004 – система, которая представляет собой руководство для улучшения характеристик системы менеджмента качества в целях повышения эффективности организации.

С 01.01.2002 г. вступила в силу новая редакция стандартов ISO 9000:2000, преследующая ряд принципов обеспечения качества реализации проектов:

- ориентированность на клиентов;
- управляемость и наблюдаемость организационных и проектных процессов;
- мотивация и вовлеченность персонала;
- соблюдение системного подхода к менеджменту;
- обеспечение актуальности и достоверности информации, обеспечивающей реализацию проекта;
- обеспечение взаимовыгодных с партнерами и участниками отношений.

Процесс управления качеством предполагает постоянную проверку хода исполнения проекта на соответствие определённым при планировании и разработке требованиям. На этой стадии производят сравнение результатов с целями, оценивают динамику прогресса качества проекта на протяжении всего его жизненного цикла, формируют перечень отклонений и документируют изменения как положительные, так и отрицательные.

После завершения перечисленных выше манипуляций выполняют сводную оценку, разрабатывают пути решения накопившихся нюансов и проблем, а также рекомендации по дальнейшим действиям.

Помимо стандартов серии ISO, качество проекта можно определить благодаря соответствию его результатов и другим нормативным актам, которые достаточно широко используются в практике российского проектного менеджмента: ГОСТы, СНиПы, правила и уставы организации, технические задания, соглашения сторон и т.д.

Команде, которая занимается реализацией и осуществляет контроль качества проекта, следует также принимать во внимание некоторые нюансы данной работы. Так, например, следует не забывать, что предотвращение ошибок (т.е. недопущение ошибок в реализации) существенно отличается от самой проверки, которая направлена на то, чтобы оградить потребителя от уже допущенного ошибочного результата. Также есть понятие допустимых отклонений, то есть результат качества приемлем при условии его соответствия определенным рамкам. Этот термин отличен от такой вещи, как контрольные границы – это рамки (цифры или границы), которые переходить нельзя, иначе процесс восстановить будет практически невозможно. Кроме этого, нужно понимать, что такое особые случаи (некоторые необычные (нестандартные) события, и чем они отличаются от

неопределенностей – отсутствия понятия о том или ином процессе /отклонения от правильного хода реализации проекта.

Кроме этого одним из самых явных показателей качества выполнения проекта станет обратная связь. Кто как ни потребитель скажет всю правду о нужности и полезности продукта, об ошибках?

Именно те, для кого реализуется проект являются самыми важными источниками информации о качестве.

Сейчас для налаживания обратной связи компании создают самые разные инструменты общения со своей аудиторией: форумы, опросники, анкеты, чаты и так далее.

Особенно полезен этот прием при мониторинге проблем, связанных с внедрением результатов проекта и принятием решения о популяризации проектного продукта. Клиенты никогда не останутся равнодушными, если они недовольны продуктом или результатом. Человек устроен так, что он ярче выплескивает негативные эмоции, делиться с другими людьми своим горьким опытом и стараться предостеречь других от своей ошибки.

Помимо других преимуществ, обратная связь помогает не только выявить проблемы, но и сделать это оперативно, чтобы потом специалисты проанализировали ситуацию и разработали рекомендации по ее исправлению.

Список литературы

1. Богданов, В. Управление проектами. Корпоративная система – шаг за шагом / В. Богданов. – М.: Изд-во «Манн, Иванов и Фербер», 2012. – 146 с.

2. Ильенкова, С.Д. Управление качеством: учебник / С.Д. Ильенкова, Н.Д.Ильенкова, С.Ю. Ягудин. – 3-е, перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 306 с.

3. Котлер Ф. 300 ключевых вопросов маркетинга: Пер. с англ./ Ф.Котлер. – М.: ЗАО «Олимп – Бизнес», 2016. – 602 с.

4. Мазур, И.И. Управление проектами: справочное пособие / И.И. Мазур, В.Д. Шапиро. – М.: Высш. шк., 2013. – 324 с.

5. Ребрин, Ю.И. Управление качеством: учеб. пособие / Ю.И. Ребрин – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2014. – 264 с.

6. Сазерленд, Дж. Революционный метод управления проектами: Пер. с англ / Дж. Сазерленд – М.: Изд-во «Манн, Иванов и Фербер», 2016. – 215 с.

7. Шапиро, В.Д. Управление проектами: учебник для вузов / В.Д. Шапиро – СПб: Изд-во «ДваТрИ», 2016. – 407 с.

Кашкина Елена Александровна, студентка 4 курса направления Менеджмент ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной служба при Президенте Российской Федерации», Смоленский филиал, Смоленск, Россия.

Научный руководитель – ***Кирсанова Олеся Геннадьевна***, кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой менеджмента ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной служба при Президенте Российской Федерации», Смоленский филиал, Смоленск, Россия. E-mail: kirsanova_og@mail.ru.

УДК 338.2

И. В. Кийко

АНАЛИЗ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ГРОДНЕНСКИЙ ЛИКЕРО-ВОДОЧНЫЙ ЗАВОД»)

В статье предложена методика анализа деловой активности промышленного предприятия, согласно которой деловая активность рассматривается как система, состоящая из подсистем производственной, технико-экономической и финансово-коммерческой активности. В рамках данного подхода проведена комплексная оценка деловой активности на примере конкретного предприятия – ОАО «Гродненский ликеро-водочный завод».

На сегодняшний день деловая активность предприятия - один из важнейших факторов, оказывающих значительное влияние на его конкурентоспособность. Имея высокий уровень деловой активности, субъект хозяйствования является достаточно привлекательным для потенциальных кредиторов и инвесторов, без участия которых зачастую не обойтись, чтобы выжить в условиях конкурентной борьбы [1, с. 40].

В связи с этим руководству предприятия для обеспечения устойчивого развития необходимо проводить детальный анализ деловой активности предприятия, а зачастую и сравнительную оценку с данными предприятий-конкурентов. Исходя из этого, представляется актуальным провести комплексный анализ деловой активности на примере конкретного предприятия – ОАО «Гродненский ликеро-водочный завод».

В отечественной экономической литературе термин «деловая активность» используется сравнительно недавно. И обусловлено это заимствованием подхода к анализу финансовой отчетности предприятия, который достаточно популярен в различных странах мира [2, с. 143].

Проведенные исследования в области деловой активности позволяют утверждать, что на сегодняшний день отсутствует единая точка зрения как относительно сущности данного понятия, так и относительно методики ее анализа, несмотря на то, что организации испытывают необходимость в ней.

С нашей точки зрения, деловая активность – это деятельность всех функциональных подразделений предприятия, которая в целом направлена на повышение эффективности работы предприятия, а также его конкурентоспособности. Эти составляющие будут различными в зависимости от отраслевой специфики предприятия. Кроме того, поскольку каждая подсистема связана с отдельными сторонами деятельности предприятия, то она будет характеризоваться и различными показателями.

Такой системный подход обеспечит полную и комплексную оценку деловой активности предприятия, тем самым имея возможность проанализировать все стороны деятельности предприятия, которые взаимосвязаны между собой. К тому же это позволит соотнести результаты проявленной деловой активности с целями и задачами, стоящими перед предприятием.

Рассмотрим практическое применение данного системного подхода к анализу деловой активности на примере конкретного предприятия - ОАО «Гродненский ликеро-водочный завод», крупнейшего производителя ликероводочной продукции в Республике Беларусь.

Для реализации данного подхода следует решить три задачи:

1) выделить составляющие деловой активности предприятия;

2) сформировать систему показателей в разрезе каждого подсистемы деловой активности;

3) выработать алгоритм проведения анализа деловой активности предприятия.

Решение этих задач позволит всесторонне оценить деловую активность предприятия и выявить резервы ее развития. В рамках решения первой задачи, с учетом отраслевой специфики объекта исследования, были выделены следующие составляющие его деловой активности: производственная, технико-экономическая и финансово-коммерческая деловая активность. Каждый вид деловой активности связан с определенными функциями предприятия, а именно:

- производственная активность – с непосредственным производством продукции;
- технико-экономическая активность – с технической и технологической подготовкой;
- финансово-коммерческая активность – с реализацией продукции, обеспечением предприятия финансовыми ресурсами и учетом конечных финансовых результатов.

Результатом решения второй задачи является разработанная система показателей деловой активности, которая представлена на рисунке 1.

Рисунок 1 – Система показателей деловой активности предприятия

Источник: собственная разработка на основании данных [3]

Выбор данных показателей, характеризующих тот или иной вид деловой активности, был произведен с соблюдением следующих условий:

1) все показатели должны быть относительными, что позволяет исключить влияние инфляции, и дает возможность предприятию анализировать деловую активность в динамике;

2) все показатели имеют однонаправленный характер;

3) показатели не должны коррелировать между собой (если коэффициент корреляции между двумя показателями превышает значение 0,9, в этом случае использование двух показателей нецелесообразно, и поэтому выбрать необходимо тот, который имеет наименьшую погрешность).

Алгоритм анализа деловой активности предприятия позволит проводить расчет в четкой последовательности, что обеспечит взаимосвязь показателей и позволит наиболее лучшим образом.

На наш взгляд, данный подход к оценке деловой активности предприятия имеет ряд преимуществ по сравнению с традиционными методиками, поскольку:

1) в результате анализа мы получаем единый показатель деловой активности, благодаря которому предприятие может сравнивать себя с конкурентами;

2) оценив вклад каждого вида активности в общую деловую активность предприятия, мы можем выявить то «слабое звено», на которое необходимо воздействовать с целью повышения активности;

3) для каждого отдела предприятия мы можем индивидуально определить активность его работы и выявить, за счет каких факторов произошло увеличение, либо снижение активности. Именно на этот фактор необходимо воздействовать, принимая управленческие решения.

Результаты анализа деловой активности ОАО «Гродненский ликеро-водочный завод» за 2013-2016 гг. представлены на рисунке 2.

Показатели	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2016 г. к 2013 г.
Индекс производственной активности	0,88	0,99	0,89	1,22	138,6
Индекс технико-экономической активности	0,91	0,92	1,26	1,14	124,8
Индекс финансово-коммерческой активности	0,44	0,64	0,43	0,80	181,1
ИНДЕКС ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ	**0,75**	**0,85**	**0,86**	**1,06**	**141,4**

Рисунок 2 – Деловая активность ОАО «Гродненский ликеро-водочный завод» за 2013-2016 гг.

Источник: составлено автором на основании данных предприятия [4,5,6,7]

Данные рисунка позволяют сделать следующие выводы:

- на предприятии наблюдается стабильный, хотя и незначительный рост деловой активности; за 2013-2016 гг. деловая активность предприятия увеличилась в 1,4 раза (на 41,4 %);
- резкий спад производственной и финансово-коммерческой активности отмечается в 2015 году, что связано как с финансово-экономическими и организационными трудностями в этом периоде, так и финансовым кризисом. Однако в целом это не повлияло на общую деловую активность предприятия;
- повышение деловой активности предприятия может являться сигналом привлечения инвестиций в ОАО «Гродненский ликеро-водочный завод»;
- перспективы развития у предприятия имеются, но для этого ему необходимо повышать уровень своей деловой активности, в том числе и по отдельным ее направлениям, что позволит улучшить результаты и эффективность производственной деятельности предприятия в перспективе.

Так, повышение производственной активности повлияет на рост производительности труда организации; управление технико-экономической активностью может привести к снижению себестоимости продукции; рост финансово-коммерческой активности окажет влияние на увеличение основного показателя эффективной деятельности предприятия – прибыли, что в свою очередь будет свидетельствовать о повышении деловой активности предприятия в целом.

Заключение. Предложенный подход к анализу деловой активности предприятия обеспечивает полную и комплексную оценку всех сторон деятельности предприятия, которые взаимосвязаны между собой. Благодаря полученному единому показателю, предприятие имеет возможность сравнивать свою активность не только в динамике, но и с деятельностью предприятий-конкурентов. Результаты проведенного анализа позволяют выявить недостатки в деятельности предприятия, разработать соответствующие рекомендации и наметить приоритетные направления развития.

Список литературы

1. Нацыпаева, Е.А. Количественные показатели оценки деловой активности предприятия / Е.А. Нацыпаева // Сборник науч. статей «Вопросы экономики и управления». Саратов: СОО Изд-во «КУБиК». – 2010. – С. 39-41
2. Погорельская, Т.А. Анализ подходов к определению понятия «деловая активность предприятия» и ее оценка в международной практике / Т.А. Погорельская // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». – 2014. - 21(144) – С. 143-148
3. Сидоренко, И.В. Новый подход к оценке деловой активности предприятия / И.В. Сидоренко // Сборник статей по материалам Всероссийской научно-практической конференции «Стратегия и тактика развития России», г. Москва, 2007. – с.241
4. Бухгалтерский баланс ОАО «Гродненский ликеро-водочный завод». – Гродно, 2014. – 7 с.
5. Бухгалтерский баланс ОАО «Гродненский ликеро-водочный завод». – Гродно, 2015. – 7 с.
6. Бухгалтерский баланс ОАО «Гродненский ликеро-водочный завод». – Гродно, 2016. – 7 с.
7. Бухгалтерский баланс ОАО «Гродненский ликеро-водочный завод». – Гродно, 2017. – 7 с.

The article proposes a technique for analyzing the business activity of an industrial enterprise, according to which business activity is viewed as a system consisting of subsystems of production, technical-economic and financial-commercial activity. Within the framework of this approach, a comprehensive assessment of business activity was carried out based on the example of a particular enterprise - «Grodno Vodka and liker enterprise».

Кийко Инна Владимировна, магистрант специальности «Экономика и управление народным хозяйством» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета им. Я. Купалы. E-mail: inna.kiyko@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 им. Я. Купалы, Гродно, Беларусь, E-mail: rabtzevich2011@yandex.by

УДК 332.122.6

В. Б. Кисель

КООПЕРАЦИЯ КАК ПУТЬ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

В данной статье проанализировано и обосновано развитие малого бизнеса Гродненской области по пути кооперации – объединения субъектов малого бизнеса по общим для них признакам, для решения общих для них вопросов и упрощения взаимодействия с органами власти.

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.

Любое предприятие представляет собой замкнутую систему, на которую оказывает влияние система более высокого уровня – экономическая система государства, частью которой предприятие и является. Предприятие в ходе реализации своих целей активно взаимодействует с другими субъектами хозяйствования, органами государственного и регионального управления, физическими лицами [1, с. 225].

Малый бизнес в Гродненской области развивается умеренными темпами. Это развитие проявляется во многих аспектах, будь то рост количества малых предприятий, совершенствование налоговой среды, в которой функционируют малые предприятия, либо расширение и модернизация инфраструктуры.

С ростом количества малых предприятий увеличивается потребность в компетентных и своевременно реагирующих на запросы субъектов малого бизнеса органах власти. Необходимость исследования проблемы управлением малым бизнесом в Гродненской области обусловлена ее внутренней связью с хозяйствующими субъектами социальной и производственной инфраструктурой региона, и внешней связью с государственными органами, национальной системой регулирования малого бизнеса в Республике Беларусь.

Актуальность данной статьи обусловливается тем, что в последнее время в мировой практике усилились тенденции, связанные с активным использованием форм кооперации малого бизнеса, однако, в Гродненской области такие тенденции не сформировались ввиду слабого развития малого бизнеса на начальных этапах становления белорусской экономики. Кооперативные структуры могут рассматриваться как новая ступень развития малого бизнеса в Гродненской области, и впоследствии во всей белорусской экономике.

Практическая значимость выводов данной работы заключается в том, что, предложенные методы поддержки малого бизнеса могут способствовать экономическому развитию региона, в частности позволят направить ресурсы на решение проблем малого бизнеса Гродненской области.

Целью данной статьи является обоснование необходимости внедрения кооперативных структур в малый бизнес, а также прогнозирование результатов этого внедрения.

Предпосылками для образования кооперативных структур являются:

- достижение определенного уровня концентрации малых предприятий в той или иной сфере экономики;
- налаженность между малыми предприятиями различного рода взаимосвязей в процессе решения общих задач и наличие определенного уровня доверительности отношений между ними;
- исчерпание возможностей взаимодействия с крупными предприятиями по ряду направлений деятельности;
- необходимость использования мало затратных способов функционирования в условиях слабой доступности финансовых ресурсов;
- наличие у каждого из предприятий способов более рационального использования производственных и иных ресурсов при условии вовлечения в хозяйственный процесс новых участников;

- факторы недостаточно благоприятной экономической среды и отсутствия необходимой государственной поддержки, стимулирующие консолидацию малых предприятий против агрессивных внешних воздействий и т.д. [2].

Само понятие кооперации предусматривает следующие аспекты:

Во-первых, из-за того, что малые предприятия сохраняют свою самостоятельность друг от друга, их объединение является специфическим, и по сути, каждое предприятие действует отдельно от другого в плане производства и экономических выгод, но с другой стороны подразумевает их объединение в других аспектах, таких как право, технологии, сбыт и покупка.

Во-вторых, объединение малых предприятий строится на принципах вертикальной или горизонтальной интеграции, что позволяет решать те или иные задачи каждого отдельного предприятия, прибегая к помощи других предприятий.

В-третьих, образуется синергетический эффект, который предусматривает то, что малое предприятие может достигнуть какого-либо значимого результата, только лишь в сотрудничестве с другими таким предприятиями.

Кооперация субъектов малого бизнеса должна быть построена на взаимопомощи и взаимовыгодном сотрудничестве предприятий малого бизнеса. Для этого нужно выявить ключевые точки соприкосновения субъектов малого бизнеса, по которым они смогут объединиться.

Здесь вступает в силу принцип горизонтальной или вертикальной интеграции. Если же брать в пример горизонтальную интеграцию, то объединение субъектов малого бизнеса может выражаться в объединении субъектов малого бизнеса по отраслям.

Например, молочная или строительная отрасль. Производители молока или стройматериалов смогут сотрудничать с другими такими производителями ради снижения издержек производства, упрощения производства, совместного решения юридических и налоговых аспектов функционирования.

Также, исходя из принципа горизонтального объединения, субъекты малого бизнеса могут кооперироваться по районному признаку. Они могут кооперироваться по более мелким территориально-административным единицам. Данное взаимодействие предусматривает организацию в каждой такой единице структуры, которая будет взаимодействовать с малым бизнесом.

Если же говорить о вертикальной интеграции, то кооперация субъектов малого бизнеса может иметь форму взаимодействия по принципу «поставщик-покупатель».

Поставщики и покупатели объединяются в определенные самостоятельные единицы, что упрощает процесс коммуникации между ними, а также у покупателя всегда будет возможность обратиться к разным поставщикам, которые будут готовы предложить свои услуги.

В свою очередь, у поставщиков будет возможность обратиться к определенным покупателям, которые заинтересованы в его продукции. Такое нововведение определенно дает преимущество, перед тем, что есть сейчас.

В настоящий момент, для того чтобы найти поставщика, покупателю необходимо самостоятельно находить информацию. Причем не всегда известно, что это за поставщик и не обманет ли он.

При внедрении кооперации покупателю достаточно будет в определенном источнике найти реестр поставщиков и выбрать подходящего ему, будучи уверенным в добросовестности поставщика и правовой защите своих прав.

Для внедрения кооперации требуется провести ряд определенных мероприятий, направленных на создание инфраструктуры, правового обеспечения, информирования субъектов. А главное – предоставить субъектам малого бизнеса доказательства того, что

кооперация позволит повысить эффективность производства, повышенный сбыт товаров, а также выгодное приобретение материалов производства.

Первым шагом необходимо создать в каждом районе, либо в другой административно-территориальной единице субъект, который будет контролировать деятельность кооперативных объединений, обеспечивать правовую защиту входящих в кооперацию субъектов, вести их реестр, и отвечать от лица государства на все вопросы, приходящие со стороны субъектов малого бизнеса. Вместе с этим, требуется создание государством правовой основы функционирования кооперации, для регулирования ее деятельности.

Следующим шагом, необходимо информировать малые предприятия о возможностях кооперации и убедить их вступить в кооперативную структуру введением дополнительных выгод, направленных на уменьшение налогового бремени или других.

Для обоснования внедрения кооперации субъектов малого бизнеса стоит сказать о выгодах, которые получит сам малый бизнес. Малый бизнес получит возможность снизить издержки производства. Все необходимые материалы для производства будут поступать вовремя, и из-за этого оборудование не будет простаивать, как это делается сейчас. Субъекты малого бизнеса смогут коллективно влиять на ситуации в сфере их деятельности и оперативно отстаивать свои интересы. Также, рассмотрение жалоб и вопросов будет осуществляться в более краткие сроки, а также коллективное обращение однозначно будет иметь больший вес, чем единичное обращение каждого из субъектов малого бизнеса.

Произойдет увеличение основных экономических показателей деятельности предприятия, как следствие роста эффективности отрасли в целом, а более развитая система коммуникации между субъектами малого бизнеса позволит обеспечить быстрые и своевременные поставки, а также привнесет модернизацию в производство. Причиной этому будет являться обмен технологиями

Для того, чтобы кооперация, как явление, была внедрена в экономику, необходима заинтересованность государства в данном вопросе, а именно стоит описать те преимущества, которые получит государство и Гродненская область вследствие внедрения кооперации.

Одним из самых главных показателей деятельности малого бизнеса по Гродненской области и в целом по стране является количество малого бизнеса, а также рабочих мест, которые этот малый бизнес сможет предоставить. Численность малых предприятий и численность работников можно считать социальным показателем, потому что эти показатели напрямую зависят от уровня благосостояния в регионе. А показатель объема выпуска продукции является одним из важнейших экономических показателей развития региона.

Внедрение кооперации приведет к увеличению количества малых предприятий, увеличению доли малых предприятий в общем количестве всех предприятий, росту потенциальных рабочих мест, снижению безработицы. Произойдет рост основных экономических показателей в целом по стране: ВВП, ВРП, средний уровень зарплат, минимальный прожиточный минимум, рост экспорта и импорта, инвестиционная привлекательность Гродненской области.

Также следствием внедрения кооперации будет упрощенный контроль над деятельностью малого бизнеса. В условиях, когда все предприятия открыто и просто взаимодействуют с государственными органами, облегчится контроль, как и для предприятия так и для государства, но в то же время станет более всеобъемлющим.

Будет возможно своевременное реагирование на проблемы малого бизнеса. Взаимная открытость государственных структур поможет легче и быстрее решить проблемы друг друга и наладить взаимный диалог.

Потенциальным ростом эффективности экономики станет привлечение инвесторов в страну с более совершенной системой функционирования малого бизнеса. Это позволит развить актуальные в мире отрасли и обеспечить модернизацию экономики.

Подводя итог работы, следует сказать, что кооперация, как инструмент повышения эффективности экономики Гродненской области, очень эффективен. Нечто подобное уже создано в странах Европы. Например, в Германии и в Австрии. И такое внедрение успешно показало себя в этих странах.

Причем в Гродненской области нет значительных препятствий этому. А некоторые особенности Гродненской области даже способствуют этому. Это и небольшой размер и развитая сеть транспортных коммуникаций, и относительная равномерность развития районов Гродненской области.

Малые предприятия характеризуются относительно небольшими изменениями роста объемов производства по своему определению (в противном случае они переходят в разряд других объектов – средних или крупных предприятий). Более того, они, как правило, функционируют на достаточно узких сегментах рынка, не допускающих значительного расширения производства.

Поэтому эффект кооперации следует считать не эффектом роста масштаба, а эффектом, обусловленным применением новых способов более рационального расходования производственных факторов; способов, которые можно реализовать лишь с привлечением в процесс производства новых участников[2].

Малый бизнес в Гродненской области развивается умеренными темпами. Это происходит из-за довольной развитой социально – экономической политики государства. Однако, следует стимулировать малый бизнес и поддерживать его различными способами. Один из таких способов это внедрение кооперации.

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.

Все это упростится с внедрением кооперации и образуется обоюдный эффект: кооперация будет развивать малый бизнес, а малый бизнес будет развивать кооперацию.

Кооперация может существовать в двух направлениях: вертикальная или горизонтальная. А также не существует никаких препятствий существования одновременно вертикальной и горизонтальной кооперации.

Существуют различные предпосылки внедрения кооперации: это и необходимость защиты малых предприятий и некоторый их застой в определенных аспектах, концентрация предприятий одного типа, которые могут сотрудничать друг с другом.

В настоящее время наиболее значимыми эффектами функционирования малых предприятий во всех регионах являются прирост рабочих мест и поступления в бюджет, позволяющие решать комплекс социальных задач. Поэтому социальную эффективность малого предпринимательства на региональном уровне можно оценивать следующими показателями. Это снижение уровня безработицы, рост доходов и увеличение поступлений в бюджет.

Внедрение кооперации позволит усовершенствовать денежно-кредитную политику. Денежно-кредитная политика определяет финансовую среду, в которой действуют предприятия малого бизнеса. Проблемы и несовершенства денежно-кредитной политики

сильно отражаются на деятельности малых предприятий, заставляя их сворачивать производство либо уходить в теневую экономику, ища лазейки в законе.

Достижение этих важнейших целей, которые преследует государство, поддерживая малое предпринимательство, в определенной степени можно принять за основной социальный результат государственной поддержки.

Таким образом, предложенные методы могут воздействовать на безработицу, снижая ее, увеличивать рост доходов предприятия и увеличивать поступления в бюджет.

Очень важно, чтобы внедрение кооперации содействовало добросовестной и здоровой конкуренции, потому что конкуренция это важнейший фактор движения рыночной экономики.

Следствием внедрения кооперации будет развитие прогрессивных видов деятельности малого бизнеса, которые востребованы сейчас в мире, а также тех, которые будут востребованы вскором в Республике Беларусь

При внедрении кооперации будет формироваться огромная среда предпринимателей, будет создаваться развитая инфраструктура малого предпринимательства на республиканском, региональном и местном уровнях.

Список литературы

1. Карлик, А. Е. Экономика организации: учеб. пособие / А. Е. Карлик, М. М. Шухгальтер – СПб.: Питер, 2009. – 464 с.

2. Соловьев, А.В. Кооперация малых предприятий / А.В. Соловьев // Российское предпринимательство. – 2007. Том № 8. – С. 18-22.

This article analyzes and substantiates the development of small business in the Grodno region on the path of cooperation - the unification of small business subjects on common grounds, to solve common problems for them and to simplify interaction with authorities.

Кисель Вадим Борисович, студент 4 курса специальности «Менеджмент» 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 управлении на предприятии факультета экономики и управления гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: rabtzevich2011@yandex.by

УДК 330.101.8

Д. О. Климович

РЕЗЕРВЫ РАЗВИТИЯ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ НА ПРИМЕРЕ ОАО «ГРОДНЕНСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ»

В данной статье проанализирована текущая ситуация развития управления маркетинговой деятельностью на предприятии ОАО «Гродненский мясокомбинат». Проведена организационная и хозяйственная характеристика, выявлено влияние доступности дополнительных резервов развития на возможность развития управления маркетинговой деятельностью. Данный анализ позволяет выявить потенциальные резервы развития маркетинговой деятельности на предприятии.

Любое предприятие в настоящее время невозможно представить без отдела маркетинга и рекламной деятельности в целом, так как именно этот отдел занимается развитием и поддержкой спроса и реализации продукции производимой предприятием.

Маркетинг – совокупность всех видов предпринимательской деятельности, обеспечивающей продвижение товаров и услуг от производителей к потребителям, а также изучение положения, предпочтений и установок потребителей и систематическое использование этой информации для создания новых потребительских товаров и услуг [1].

В данной статье выявлены резервы развития управления маркетинговой деятельностью и проанализирована роль маркетинговой деятельности в процессе налаживания эффективной маркетинговой деятельности на предприятии.

Актуальность данной работы обуславливается тем, что грамотная маркетинговая деятельность является ключевым показателем для планирования объемов производства необходимых товаров и услуг и сбытовой деятельности предприятия. Маркетинг выполняет множество различных ролей в процессе жизнедеятельности предприятия: нахождение оптимального баланса между производством и спросом, изучение потребителей, анализ рынков, исследование продукта, исследование конкурентов, анализ методов и каналов сбыта. Маркетинговая деятельность предприятия не должна находиться в застое, поскольку применение творческих способностей, новых методик взаимодействия с клиентами и поставщиками – залог успеха маркетинговой деятельности. Вкусы и предпочтения потребителей быстро изменяются, значит и стратегия маркетинга, товары, предлагаемые самой компанией должны подстраиваться под условия ведения.

В данной статье был использован системный метод. Суть этого метода заключается в том, чтобы посредством рассмотрения и анализа всех аспектов маркетинговой стратегии определить её роль в системе налаживания эффективной маркетинговой деятельности на предприятии.

Цель данной работы состоит в том, чтобы проанализировать возможность использования как внутренних, так и внешних резервов для усовершенствования управления маркетинговой деятельностью предприятия.

Политика предприятия должна быть направлена на внедрение новых технологий производства, выпуск инновационной продукции, использование новых методов продвижения товара и в подходах к организации управления на предприятии.

Потенциал развития организации рассматривается как совокупность характеристик предприятия, определяющих способность компании к осуществлению деятельности по созданию и практическому использованию нововведений

Потенциал маркетинговой деятельности компании ОАО «Гродненский мясокомбинат» можно разделить на 2 блока: наличие высококвалифицированного и легкообучаемого персонала, возможность модернизации технического оборудования, позволяющего производить различные ассортиментные позиции с инновационными решениями и малой себестоимостью производства. В отделе маркетинга потенциал скрывается в обучаемости, квалифицированности специалистов. Сотрудники отдела постоянно проходят обучающие курсы, семинары и тренинги, на которых они узнают новые методы работы, новые инструменты и т.д. Помимо этого сотрудники для повышения уровня своей компетентности постоянно обращаются к мировой практике в маркетинге, к мировой литературе и опыту общеизвестных компаний. Все это позволяет каждому работнику отдела совершенствоваться, выполнять работу на более высоком уровне, генерировать идеи более современного, инновационного пути получения покупательской компетентности к продукции предприятия.

Для выполнения творческой работы маркетологи используют различные общеизвестные методики (метод «мозгового штурма» и т.д.). Разработка макетов рекламы осуществляется также вместе всем отделом, что помогает избежать незамеченных ошибок и тем самым такая работа дает возможность проявить скрытые возможности, использовать свой потенциал, который может и не проявиться в индивидуальной работе.

В отделе маркетинга наблюдается максимальная активизация и интенсивное использование интеллектуального и творческого потенциала сотрудников, стимулирование новаторства и поощрение проявления всякого творческого начала. Поскольку отдел маркетинга составляют довольно молодые сотрудники, все проявляют активность, заинтересованность и приверженность к инновациям, новым методам работы, познанию нового.

Для выявления эффективности управления маркетинговой деятельностью в организации проводятся регулярные социальные опросы, направленные на изучение предпочтений потребителей, проводятся маркетинговые исследования по изучению рынков сбыта продукции, после чего проводится корректировка направления маркетинговой деятельности предприятия.

В частности, специалисты предприятия постоянно предпринимают действия, направленные на формирование положительного имиджа ОАО «Гродненский мясокомбинат», то есть:

- выпуск продукции в достаточном ассортименте и в соответствующем заказам потребителей;
- выполнение в полном объеме своих договорных обязательств,
- обеспечение регулярности поставок продукции;
- применение гибкой ценовой политики, обеспечивающей конкурентоспособность продукции по ценам, и учитывающей различные формы оплаты.

Одним из главных направлений является удержание уже имеющихся постоянных покупателей продукции и закрепление новых путем участия специалистов ОАО «Гродненский мясокомбинат» в региональных, республиканских и международных ярмарках, покупательских конференциях, а также путем активной рекламы выпускаемой продукции на телевидении, в журналах, газетах, каталогах.

ОАО «Гродненский мясокомбинат» регулярно занимается укреплением своей сбытовой сети, создавая свои региональные представительства, активно заключая дилерские соглашения с различными фирмами, имеющими устойчивое положение на локальных рынках. На предприятии постоянно ведется работа, направленная на усиление контроля за стратегически важными звеньями в цепи производство - продажа продукции, а именно, согласование запланированных объемов продаж с учетом реальных возможностей производства и сырьевого обеспечения.

Другой элемент инновационного потенциала, такой как материально-технические ресурсы, представляет собой возможность компании производить новую продукцию. Компания ОАО «Гродненский мясокомбинат» имеет возможность использовать этот элемент инновационного потенциала для своего развития. Руководство компании нацелено на изменение, дальнейшую модернизацию оборудования и производства, на расширение ассортимента товаров, использование новых технологий, повышение качества выпускаемой продукции, использование натуральных материалов в производстве.

Для оценки возможного использования дополнительных резервов могут использоваться следующие критерии плана маркетинговой деятельности:

• исследовательская деятельность;
• рекламная и коммуникационная деятельность.

В свою очередь, исследовательская деятельность включает:

1. изучение продукции конкурентов по следующим направлениям: цена, ассортимент, внешний вид, органолептические характеристики, сроки и условия хранения;
2. изучение рынка: сегментация, определение доли, емкости, конъюнктуры рынка;
3. определение требований потребителей посредством проведения анкетирования.

Рекламная деятельность включает:

1. разработку плана подготовки к конкретному рекламному мероприятию;
2. подготовку конкретных рекламных мероприятий;
3. осуществление запланированных рекламных мероприятий;
4. корректировку плана проведения рекламных мероприятий;
5. составление отчета о проведенных рекламных мероприятиях в произвольной форме.

Коммуникационная деятельность включает:

1. подготовку к участию в выставках, ярмарках, презентациях, проведению дегустаций;
2. осуществление запланированных мероприятий;
3. составление отчета об участии в выставках, ярмарках, презентациях, о проведенных дегустациях.

Показателями эффективности расходования средств на маркетинг могут быть:

- объем продаж на единицу (или один час) переговоров;
- отношение расходов на маркетинговую деятельность к объему продаж;
- количество и объем продаж непосредственно по рекламным акциям;
- изменение популярности товаров фирмы в результате рекламной деятельности;
- прибыль, приходящаяся на одного работника отдела маркетинга [2].

Проанализировав состояние отрасли, можно сказать, что конкуренция в мясной отрасли чрезвычайно велика, в сложившихся обстоятельствах главной задачей любого предприятия становится удержание покупателей, в свою очередь данную задачу невозможно выполнить без правильного позиционирования продукции. В сложившейся ситуации возрастает роль маркетинговой деятельности предприятия – грамотное её использование становится жизненно необходимым для компаний, которые хотят работать на этом рынке и дальше.

Проанализировав существующую маркетинговую деятельность компании можно сказать, что существует разделение потенциальных потребителей на различные целевые группы, к которым необходимо разрабатывать различные подходы с учетом их потребностей и целей.

Для совершенствования управления маркетинговой деятельностью предлагается система следующих мероприятий:

Маркетинговая коммуникационная политика фирмы:

- создание 2 блоков маркетинговой деятельности: общий рекламный и брендовый блок;
- размещение рекламы на иностранных порталах;
- регулярное обновление информации о предприятии, выпускаемой продукции;
- размещение прайс-листа для зарубежных рынков на сайте фирмы;

Маркетинговая товарная политика фирмы:

- проведение регулярного конкурентного анализа с целью совершенствования ассортимента, снятия некоторых моделей с производства;

-анализ и формирование товарно-ассортиментной политики для покупателя:

Маркетинговая ценовая политика фирмы:

- регулярный анализ рентабельности продаж;
- разработка актуального предложения по ценообразованию на основе анализа цен конкурентов;
- усовершенствование нынешней системы ценового стимулирования потребителей и дистрибьютеров;
- разработка комплексной системы ценообразования, скидок, накопительных бонусов для дистрибьюторов.

Маркетинговые исследования:

- более активная работа маркетинговых служб в направлении маркетинга перспективных и новых изделий на базе анализа информации о тенденциях рынка, новинках, продукции конкурентов;

- контроль за появлением на рынке инновационных товаров на основании изучения ассортимента продукции конкурентов;

- анализ рекламы новых товаров конкурентов в средствах массовой информации, интернете;

- периодическое анкетирование клиентов и посредников предприятия.

Выпуску новых товаров всегда уделяется одно из важнейших мест в деятельности любой компании, поэтому одним из наиболее перспективных мероприятий для ОАО «Гродненский мясокомбинат» может стать разработка новых ассортиментных позиций товаров, сделанных с использованием только натуральных продуктов без использования антибиотиков и химикатов. Необходимо формировать общественное мнение о продукции мясокомбината, как о здоровой пище, необходимой для успешной жизнедеятельности. Данные товары позволят увеличить рынки сбыта. Выпуск продукции в экологичной оболочке также может послужить дополнительным стимулом для покупки продукции ОАО «Гродненский мясокомбинат». Сейчас наблюдается тенденция склонности потребителя выбирать здоровую пищу.

Существует также необходимость дополнительного стимулирования дистрибьюторов предприятия, заключения договоров с новыми дистрибьюторами и развитие собственной розничной сети. Введение дополнительных стимулов может экономически позитивно повлиять на лояльность дистрибьюторов. Отказ же от рассмотрения системы мотивации дистрибьютора в данном случае ведет к нарушению планов производителя, а то и к разрыву отношений. Поэтому предприятию необходимо внедрить систему прямой постоянной скидки для дистрибьютеров. Постоянная скидка выглядит как отдельная ценовая колонка в прайс-листе производителя, содержащая цены, рассчитанные с учетом скидки. Вне зависимости от объема разовой закупки дистрибьютор получает указанную скидку.

Таким образом, в данной статье были выявлены резервы для развития управления маркетинговой деятельностью на основе развития новых тенденций бизнеса и производственных процессов. На предприятии отдел маркетинга должен использовать комплекс методов распространения и увеличения узнаваемости продукции выпускаемой предприятием для удержания старых потребителей и привлечения новых. Предприятию необходимо сосредоточиться на более современных методах продвижения продукта в массы, проводить работы по усовершенствованию продукции и расширению продуктовой линейки, формировать бренд компании и продвигать его. Только следуя данным рекомендациям становится возможной успешная экономическая деятельность.

Список литературы

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М: Вильямс, 2007. – 643 с.

2. Мотивация дистрибьютора [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://bizkiev.com/content/view/36 – Дата доступа: 28.02.2018

This article analyzes current situation of management of marketing activity at the enterprise JSC "Grodno meat-packing plant". Organizational and economic characteristics are carried out, influence of availability of additional reserves of development on possibility of development of management of marketing activity is revealed. This analysis will allow to identify potential resources in the development of marketing activities on enterprises.

Климович Денис Олегович, студент 4 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. E-mail: rabtzevich2011@yandex.by.

УДК 338.3

А. А. Кохановская

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ «ЛИДСКОГО ФИЛИАЛА ГРОДНЕНСКОГО ОБЛПОТРЕБОБЩЕСТВА»

В статье раскрыта система управления эффективностью предприятия как объекта управления. Система управления включает в себя организацию, механизм и динамику управления. Проведён анализ организационной структуры управления предприятием, а также занимаемого места в структуре областного потребительского общества. Проанализированы основные показатели рентабельности, которые свидетельствуют о состоянии производственно-хозяйственной деятельности организации.

Сегодня потребительская кооперация Лидского района является многоотраслевой системой и включает отрасли торговли, общественного питания, промышленности, заготовок, рынков и транспорта.

Главная цель хозяйственной деятельности – наиболее полное удовлетворение материальных и иных потребностей пайщиков и обслуживаемого населения. В настоящее время торговое обслуживание осуществляют 67 торговых объектов с торговой площадью 5468,8 тыс.кв.м., из них в сельской местности расположен 51 торговый объект. Торговлю промышленной группой товаров осуществляют 8 магазинов, продовольственной – 59. Обслуживание жителей малых населенных пунктов производится 6 автомагазинами.

Потребительская кооперация является универсальной заготовительной системой, закупающей свыше 60 видов сельскохозяйственной продукции и сырья. Заготовительные организации осуществляют закупки не только у крупных производителей, но и у фермеров, в личных подсобных хозяйствах. Функционируют постоянно действующие и сезонные заготовительные пункты. К числу перерабатывающих предприятий следует отнести плодоконсервные заводы, соковые цеха, квасильно-засолочные пункты, рыбокоптильные цеха, колбасные цеха и пр.

Социальная эффективность организации рассматривается как мера удовлетворения спроса обслуживаемого населения при соответствующем качестве товаров и услуг и минимизации затрат на их покупку. В широком плане качество обслуживания покупателей является основным социально-экономическим критерием, позволяющим не только оценить прибыль, но и повышать экономическую эффективность в торговле. Одновременно повышается тем самым и ее социальная эффективность.

Проблема управления эффективностью деятельности предприятия определяется его ведущей ролью в развитии предприятия, гармоничном сочетании интересов собственников, сотрудников и общества. Эффективность этого управления зависит от качества построения системы менеджмента в организации, его надлежащего методического и информационного обеспечения [2, с. 316].

Система управления организацией включает в себя совокупность всех служб организации, всех подсистем и коммуникаций между ними, а также процессов, обеспечивающих заданное функционирование [1, с. 58].

Основным содержанием системы управления предприятием является механизм управления, состоящий из знаний, принципов, функций, методов и стиля управления.

Организационная структура потребительской кооперации в Беларуси имеет следующий вид. В каждом административном районе функционируют районные потребительские общества (райпо), объединенные в областные потребительские союзы (облпотребсоюзы). В свою очередь их объединяет Белорусский республиканский союз потребительских обществ (Белкоопсоюз). Он осуществляет оперативное руководство хозяйственной деятельностью кооперативных организаций. В свою очередь организационная структура управления Лидского филиала Гродненского Облпотребобщества – линейно-функциональная. Основная часть организационной структуры управления организации представлена на рисунке 1.

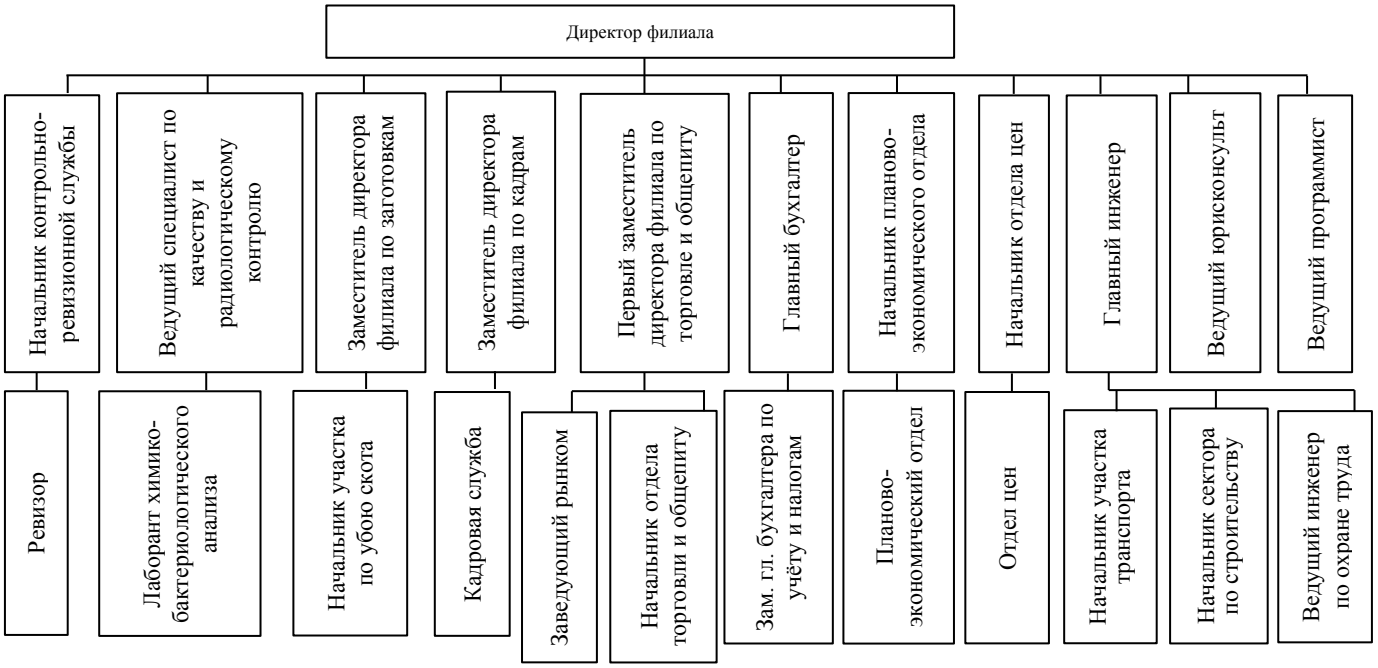


Рисунок 1 – Основная часть организационной структуры управления Лидского филиала Гродненского облпотребобщества

Источник: [3]

Данная структура обеспечивает такое разделение управленческого труда, при котором линейные звенья управления призваны командовать, а функциональные – консультировать, помогать линейным руководителям в разработке конкретных вопросов и подготовке соответствующих решений, программ, планов. Руководители функциональных подразделений осуществляют влияние на производственные подразделения формально – через установление стандартов деятельности (инструкции, расписания и т.п.). При таком типе построения организационной структуры выполнение узкоспециализированных функций переплетается с системой подчиненности и ответственности за непосредственное выполнение задач по отделам.

Потребительская кооперация объединяет разные отрасли, которые имеют свои частные интересы. И эти частные интересы нужно объединить таким образом, чтобы все подразделения были заинтересованы в эффективной работе. В настоящее время интересы разных отраслей объединяются лишь административными методами, но не экономическими.

Органом управления Лидского филиала Гродненского ОблПО является директор филиала, который координирует работу всей организации и принимает стратегические и тактические решения.

Эффективность деятельности предприятия во многом зависит от правильно организованной системы управления персоналом. В 2017 году удельный вес среднесписочной численности работников Лидского филиала в структуре Гродненского ОблПО составил 7%, т.к. среднесписочная численность работников Гродненского ОблПО составляет 5825 человек, а Лидского филиала – 417. В Гродненское ОблПО входит 18 районных филиалов, поэтому можно провести анализ эффективности деятельности Лидского филиала и выявить его место в областной организации. На основании данных взятых из организации можно провести анализ всех 18 филиалов по основным видам деятельности, а именно торговли, заготовок, промышленности и общественного питания.

Как видно на рисунке 2 Лидский филиал стал лучшим среди филиалов Гродненского ОблПО по заготовительному обороту (в т.ч. от населения) в 2015 и 2017 гг. В то время как в 2015 г. это составляло 10,2% от всего заготовительного оборота области, а в 2017 г.– 11,2%.

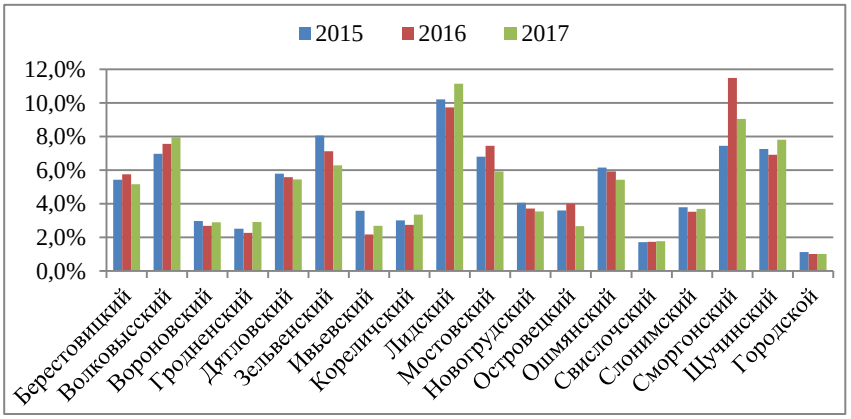


Рисунок 2– Заготовительный оборот по всем филиалам Гродненского ОблПО за 2015-2017 гг.

Источник: собственная разработка автора на основании данных организации

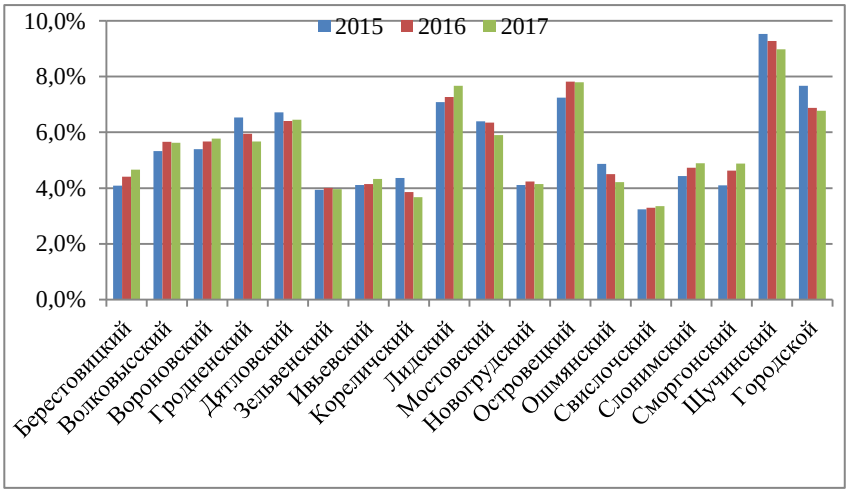


Рисунок 3 – Розничный товарооборот по всем филиалам Гродненского ОблПО за 2015-2017 гг.

Источник: собственная разработка автора на основании данных организации

На рисунке 3 видно, что в структуре розничного товарооборота за 2015-2017 г. Лидский филиал не является лучшим, однако по итогам 2016 и 2017 годов входит в тройку лучших филиалов, что составляет 7,1% и 7,7 % от розничного товарооборота области. Гордость Лидского филиала — универсам «Родны кут», торговая площадь которого 850 м.кв.

За период 2015-2017 гг. Лидский филиал показал невысокие результаты в промышленности, а именно 6,9 % за 2015 г., 7,2 % за 2016 г. и 6,7 % за 2017 г. Результаты представлены ниже, на рисунке 4.

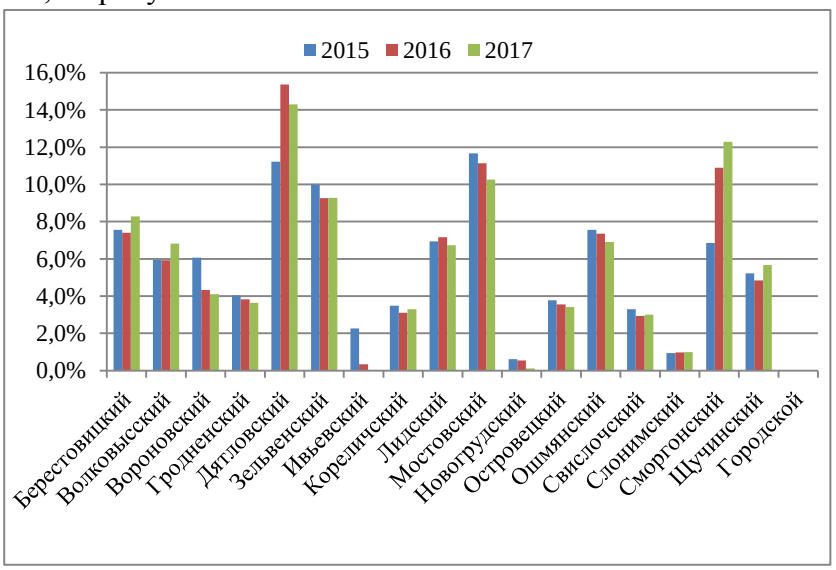


Рисунок 4 – Производство продукции промышленности по всем филиалам Гродненского ОблПО за 2015-2017 года

Источник: собственная разработка автора на основании данных организации

Как видно на рисунке 5, Лидский филиал входит в тройку лучших филиалов Гродненского ОблПО по общественному питанию. Однако замечается незначительная, но всё же негативная тенденция, а именно с каждым годом показатель снижается по сравнению с предыдущим. Так на 2015 г. показатель составил 10,5% от общего производства и продажи собственной продукции в области, а за 2016 г. – 10,0% и 2017 г.- 9,4%.

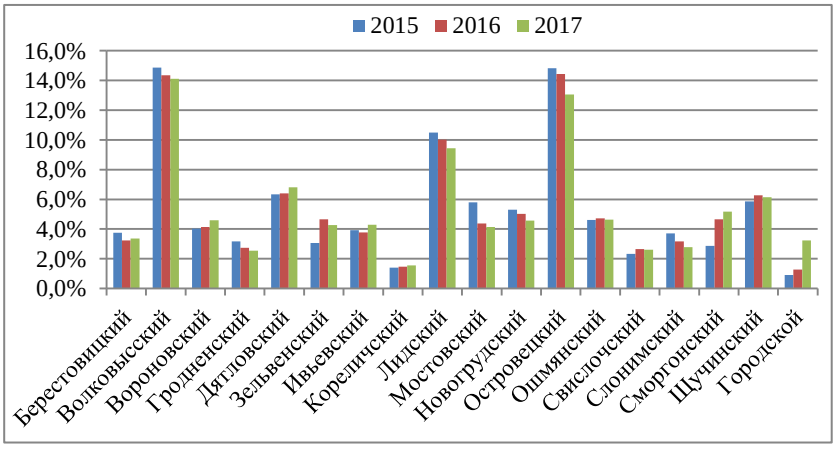


Рисунок 5 – Производство и продажа собственной продукции общественного питания по всем филиалам Гродненского ОблПО за 2015-2017 гг.

Источник: собственная разработка автора на основании данных организации

На основании проведённого анализа, можно сделать вывод, что Лидский филиал на протяжении вот уже ряда лет остаётся в тройке лучших в области и занимает почётное место в Гродненском областном потребительском обществе.

Важнейшими показателями конечных результатов и совокупной эффективности производства в условиях рыночной экономики являются прибыль и рентабельность (прибыльность). Для оценки эффективности работы организации недостаточно использовать только показатель прибыли. Показатель рентабельности взаимосвязан со всеми показателями эффективности производства, в частности, с себестоимостью продукции, фондоемкостью продукции и скоростью оборачиваемости капитала. Поэтому рентабельность можно назвать инструментом управления эффективностью организации.

Необходимо провести анализ основных показателей уровня рентабельности, так как они отражают в определенной степени экономическую эффективность работы организации.

Рентабельность комплексно отражает степень эффективности использования материальных, трудовых и денежных ресурсов, а также природных богатств. Анализ показателей рентабельности представлен в таблице.

Таблица – Анализ рентабельности

Показатели рентабельности	**Значение показателя**			**Изменение показателя за 2016**	**Изменение показателя за 2017**
	2015	**2016**	**2017**		
продаж	4,61%	4,82%	4,19%	+0,21%	-0,63%
затрат	4,83%	5,07%	4,38%	+0,24%	-0,69%
операционной деятельности	5,098%	5,72%	5,04%	+0622%	-0,68%

Источник: собственная разработка на основании данных, взятых из документации организации

Как видно из данных таблицы, рентабельность каждого показателя за 2016 год незначительно, но всё же выросла, как следствие прибыльность организации «Лидский филиал Гродненского облпотребобщества». Однако в 2017 году наблюдается отрицательная динамика, так как каждый показатель рентабельности уменьшился почти на одно и тоже значение.

Являясь социально ориентированной системой, потребительская кооперация Лидского района выполняет ряд важных социальных функций. В частности, организует убыточное торговое обслуживание жителей отдаленных и малонаселенных местностей, которое производится шестью автомагазинами. Поэтому рентабельность продаж остается низкой.

В целом деятельность организации протекает достаточно успешно, о чем свидетельствуют положительные показатели производственно-хозяйственной деятельности.

Список литературы

1. Басс, А.А. Основы менеджмента: Курс лекций.: учеб. пособие / А.А. Басс. – 2-е издание. – Мн.: Академия управления при Президенте РБ, 2004. – 224 с.

2. Головачёв, А.С. Экономика организации (предприятия): учеб. пособие / А.С. Головачёв. – Минск: Выш. школа, 2011. – 463 с.

3. Сайт Лидского филиала Гродненского областного потребительского общества [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://lida.oblpo.by. – Дата доступа: 01.03.2018.

The article reveals the system of enterprise efficiency management as an object of management. The management system includes the organization, mechanism and dynamics of management. The analysis of organizational structure of management of the enterprise, and also a place in structure of regional consumer society is carried out. The analysis of the main indicators of profitability, which indicate the state of production and economic activity of the organization.

Кохановская Анна Александровна – студентка 4 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 экономики и управления на предприятии Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: rabtzevich2011@yandex.by.

УДК 658.155

Е .А. Кохковская

АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГТОУП «ТОРГОДЕЖДА» НА ОСНОВЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРИБЫЛИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ

Рассматривается прибыль как одна из важнейших, но в то же время противоречивых, неоднозначно определяемых экономических категорий. Отмечается важность проведения на любом предприятии аналитической работы, связанной с изучением источников формирования прибыли, факторов, оказывающих на нее влияние, а также с поиском и использованием резервов роста прибыли и рентабельности. Проведен анализ результативности деятельности Гродненского торгового областного унитарного предприятия «Торгодежда» на основе различных показателей прибыли и рентабельности. Определены перспективные направления укрепления финансово-экономического положения данного предприятия.

Представители самых разных направлений экономической науки отмечают, что понятие прибыли, с одной стороны, относится специалистами к важнейшим экономическим категориям, и суть прибыли отражает чистый доход, созданный в сфере материального производства. С другой стороны, эта категория дискуссионная, и далеко не всеми авторами однозначно трактуется. Споры об экономической природе прибыли ведутся на протяжении, как минимум, трех столетий, причем, выдвигаются, отстаиваются и модифицируются самые разные теории прибыли: компенсационные и функциональные, объективные и субъективные, фрикционные и монополистические, научно-технические и инновационные и др. [1, с. 37; 2, с. 543].

Тем не менее, следует признать, что в настоящее время прибыль и рентабельность чаще всего всё же относятся к важнейшим показателям результативности деятельности предприятий [3–5]. Прибыль рассматривается как представленный в денежной форме чистый доход от предпринимательской деятельности, рассчитанный как разница между совокупными доходами и совокупными расходами предприятия. В условиях рыночной экономики, где прибыль занимает центральное место, выступая в качестве цели предпринимательской деятельности, каждое предприятие стремится получить наибольшую прибыль, т.е. максимизировать разницу между доходами и издержками. Стремление к получению прибыли и повышению рентабельности ориентирует товаропроизводителей на увеличение объема производства продукции, необходимой потребителю, а также на снижение затрат на производство.

При наличии достаточно развитой конкуренции между субъектами хозяйствования с увеличением прибыли достигается не только цель предпринимательства, но и удовлетворение общественных потребностей. В частности, с одной стороны, т.е. с точки зрения субъекта хозяйствования, прибыль является сигналом, указывающим, где можно добиться наибольшего прироста стоимости, создает стимул для инвестирования в эти сферы. Прибыль также является источником формирования различных фондов предприятия,

направленных на социальное стимулирование работников, расширение производства, осуществление различных инвестиционных проектов. С другой стороны, прибыль предприятий (организаций) является важнейшим источником формирования государственного бюджета. Следовательно, в росте суммы прибыли заинтересованы как организации, так и государство.

В связи с этим практически не теряет своей актуальности проведение в каждой организации постоянной аналитической работы, связанной с изучением источников формирования прибыли, факторов, оказывающих на нее влияние, а также с поиском и использованием резервов роста прибыли предприятия.

Ниже приведены некоторые результаты такой аналитической работы выполненной автором по Гродненскому торговому областному унитарному предприятию «Торгодежда» (далее – ГТОУП «Торгодежда») на основе некоторых финансово-экономических показателей за 2014 – 2016 гг. (таблица 1)

Таблица 1 – Некоторые финансово-экономические показатели ГТОУП «Торгодежда» за 2014-2016 гг.

Показатели	Значение по годам			Отклонение, +/		Отклонение, +/	
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2015-2014	2016-2015	2015 г. к 2014 г.	2016 г. к 2015 г.
1. Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг, тыс. руб.	9912	10672	11704	760	1032	107,7	109,7
2. Себестоимость реализованной продукции, товаров, работ, услуг, тыс. руб.	7989	8597	9557	608	960	107,6	111,2
3. Валовая прибыль:							
– сумма, тыс. руб.	1923	2075	2147	152	72	107,9	103,5
– в % к выручке от реализации	19,40	19.44	18,3	0,04	-1,14	-	-
4. Расходы на реализацию:							
– сумма, тыс. руб.	1036	1132	1217	96	85	109,3	107,5
– в % к выручке от реализации	10,5	10,6	10,4	0,1	-0,2	-	-
5. Прибыль от реализации продукции, работ, услуг, тыс. руб.	632	664	628	32	-36	105,1	94,6
6. Прочие доходы и расходы по текущей деятельности, тыс. руб.							
6.1. Прочие доходы по текущей деятельности	6	5	4	-1	-1	83,3	80
6.2. Прочие расходы по текущей деятельности	107	140	94	33	-46	130,8	67,1

Продолжение таблицы 1

7. Прибыль от текущей деятельности, тыс. руб.	531	529	538	-2	9	99,6	101,7
8. Прибыль от инвестиционной, финансовой и иной деятельности, тыс. руб.	-2	-10	-2	-8	8	-	-
9. Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	529	519	536	-10	17	98,1	103,3
10. Чистая прибыль, тыс. руб.	342	324	361	-18	37	94,7	111,4

Источник: собственная разработка на основе данных отчетности организации

Данные таблицы 1 показывают, что выручка от реализации товаров, работ, услуг в ГТОУП «Торгодежда» в 2015 г. по сравнению с 2014 г. увеличилась на 760 тыс. руб., или на 7,7 %. Превышение роста выручки от реализации товаров, работ, услуг над ростом себестоимости реализованной продукции, товаров, работ, услуг в 2015 г. по сравнению с 2014 г. привело к увеличению валовой прибыли на 152 тыс. руб. или на 7,9 %. Несмотря на увеличение расходов на реализацию на 96 тыс. руб., или на 9,3 %, увеличение прибыли от реализации составило 32 тыс. руб. или 5,1 %. В 2016 г. было отмечено снижение доходов от прочей текущей деятельности на 1 тыс. руб. и увеличение расходов от прочей текущей деятельности на 33 тыс. руб., что привело к снижению прибыли от текущей деятельности на 2 тыс. руб. или на 0,4 %. Как в 2015 году, так и в 2016 г. расходы от финансовой деятельности превышали доходы от финансовой деятельности. Снижение прибыли от текущей деятельности и увеличение убытка от финансовой деятельности привело к уменьшению прибыли до налогообложения на 10 тыс. руб. или на 1,9 %, чистой прибыли – на 18 тыс. руб., или на 5,3 %.

В 2016 г. увеличение выручки от реализации продукции, работ, услуг составило 1032 тыс. руб. или на 9,7 %. Себестоимость реализованной продукции, товаров, работ, услуг увеличилась на 960 тыс. руб. или на 11,2 %. За счет увеличения выручки от реализации продукции, товаров, работ, услуг увеличение валовой прибыли в 2016 году по сравнению с 2015 г. составило 72 тыс. руб. или 3,5 %. В то же время было отмечено увеличение расходов на реализацию продукции на 85 тыс. руб., или на 7,5%, что привело к снижению прибыли от реализации на 36 тыс. руб. или 5,4 %.

За счет снижения расходов по текущей деятельности в 2016 году по сравнению с 2015 годом увеличение прибыли от текущей деятельности составило 9 тыс. руб. или 1,7 %. Увеличение прибыли от текущей деятельности, а также снижение убытка от инвестиционной и финансовой деятельности на 8 тыс. руб. привело к увеличению прибыли до налогообложения на 17 тыс. руб., или на 3,3 %, чистой прибыли – на 37 тыс. руб., или на 11,4 %.

Оценить эффективность функционирования торговых организаций, провести сравнительный анализ невозможно исходя только из абсолютной величины полученной прибыли, поскольку одно и то же значение прибыли может быть получено при задействовании разных объемов ресурсов (основных и оборотных средств, трудовых ресурсов, единовременных и текущих затрат). Для оценки используют относительную величину прибыли, определяемую различными показателями рентабельности.

Рентабельными можно признать торговые организации, которые в результате хозяйственной деятельности получают прибыль. Для того чтобы оценить рентабельность,

необходимо знать сравнительные или предельные характеристики, обеспечивающие возможность оценки.

Рассмотрим значения и динамику наиболее важных для деятельности ГТОУП «Торгодежда» показателей рентабельности (см. данные таблицы 2).

Рентабельность совокупных активов показывает способность организации генерировать прибыль без учета структуры его капитала. В 2015 г. по сравнению с 2014 г. отмечается снижение рентабельности совокупных активов на 0,5 п.п. за счет снижения прибыли до налогообложения на 10 тыс. руб. и увеличения среднегодовой стоимости активов.

Рентабельность краткосрочных активов в 2015 г. снизилась на 0,8 п.п. по сравнению с 2014 г. и на 0,7 п.п. по сравнению с 2015 г. Снижение рентабельности краткосрочных активов обусловлено в первую очередь увеличением среднегодовой стоимости краткосрочных активов на 148 тыс. руб. в 2015 г. по сравнению с 2014 годом и на 359,5 тыс. руб. в 2016 г. по сравнению с 2015 г. Рентабельность собственного капитала в 2015 г. по сравнению с 2014 г. снизилась очень существенно – на 28,9 п.п., а в 2016 г. по сравнению с предыдущим годом – еще на 1,6 п.п. Данное уменьшение также вызвано увеличением среднегодовой стоимости собственного капитала (таблица 2).

Таблица 2 – Показатели рентабельности ГТОУП «Торгодежда» за 2014-2016 годы

Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Отклонение (+/-)	
				2015/ 2014	2016/ 2015
Рентабельность краткосрочных активов, %	14,1	13,3	12,6	-0,8	-0,7
Рентабельность основных средств, %	50,1	53,7	52,6	3,6	-1,1
Рентабельность совокупных активов	10,5	10,0	9,6	-0,5	-0,4
Рентабельность собственного капитала, %	51,8	22,9	21,3	-28,9	-1,6
Рентабельность реализации продукции работ %	6,8	6,6	5,7	-0,2	-0,9
Рентабельность продаж, %	6,4	6,2	5,4	-0,2	-0,8

Источник: собственная разработка на основе данных отчетности организации

В 2015 г. рентабельность продукции снизилась на 0,2 % по сравнению с 2014 г. и на 0,9% в 2016 г. по сравнению с 2015 г. Снижение рентабельности продукции связано с увеличением себестоимости продукции. Рентабельность продаж показывает, какую сумму прибыли получает организация с каждого рубля проданной продукции. В 2016 г. наблюдается снижение рентабельности продаж на 0,9 % по сравнению с 2015 г., что объясняется снижением прибыли от реализации на 36 тыс. руб. и увеличением выручки от реализации на 1032 тыс. руб.

Таким образом, изучение приведенных выше финансово-экономических показателей позволяет сделать вывод о том, что в 2016 г. по сравнению с 2015 г. наблюдалось снижение эффективности деятельности ГТОУП «Торгодежда».

Анализ отмеченных выше показателей, а также резервов и факторов повышения результативности деятельности ГТОУП «Торгодежда» позволил определить следующие перспективные направления укрепления финансово-экономического положения данного

предприятия:

1) стимулирование роста товарооборота за счет более активного и целенаправленного участия ГТОУП «Торгодежда» в ярмарках;

2) сохранение договорных отношений с большинством современных партнеров данного торгового предприятия, а также расширение круга поставщиков с целью расширения ассортимента товаров;

3) проведение мероприятий, направленных на уменьшение ГТОУП «Торгодежда» сумм издержек обращения;

4) разработка и обоснование системы скидок и проведение рекламной кампании, позволяющих повысить эффективность деятельности анализируемого торгового предприятия,

5) привлечение новых и активизация договорной работы с текущими оптовыми покупателями, предложение новых взаимовыгодных условий работы с предоставлением оптовой скидки.

Список литературы

1. Объективные и субъективные теории прибыли в ретроспективе развития экономической науки // Вестник Самарского финансово-экономического института. – 2009. – № 1. – С. 37–42.

2. Экономика предприятия: учеб. пособие / Л.Н. Нехорошева [и др.]; под общ. ред. Л.Н. Нехорошевой. – Минск: БГЭУ, 2008. – 719 с.

3. Экономика организаций: учеб. пособие / Р.П. Валевич [и др.]; под общ. ред. Р.П. Валевич. – Минск: БГЭУ, 2010. – 671 с.

4. Экономика предприятий: учеб. пособие / Н.М. Максименко [и др.]; под общ. ред. Н.М. Максименко. – Минск: Выш. шк., 2012. – 541 с.

5. Экономика предприятия: учебник / Л.А. Брагина [и др.]; под общ. ред. Л.А. Брагиной. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 314 с.

Profit is considered as one of the most important, but at the same time contradictory, ambiguously defined economic categories. It is noted the importance of carrying out analytical work in any enterprise related to the study of sources of profit formation, the factors influencing it, as well as the search for and use of reserves of profit growth and profitability. The analysis of the performance of Grodno regional trade unitary enterprise "Torgodezhda" on the basis of various indicators of profit and profitability. The perspective directions of strengthening of financial and economic position of this enterprise are defined.

Кохковская Екатерина Алексеевна, магистрант 1 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: kat2@tut.by.

Научный руководитель – ***Фатеев Владимир Сергеевич,*** доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: Fateyev_VS@grsu.by.

УДК 338.486.4

В. Г. Кулик

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В данной статье проведено исследование развития малого и среднего бизнеса в Республике Беларусь. В результате изучения выявлены диспропорции развития малого и среднего предпринимательства, определены основные проблемы в сфере развития предпринимательства. Предложены меры, направленные на совершенствование механизма государственного регулирования развития малого и среднего предпринимательства.

Предпринимательство является одной из наиболее активных форм экономической деятельности. Развитие частного бизнеса, как правило, связывают с образованием и деятельностью малых и средних предприятий. Однако стабильность и высокая продуктивность функционирования экономической системы развитых капиталистических стран в значительной степени определяются оптимальным сочетанием в ней малого, среднего и крупного бизнеса [1, с. 68]. Малый бизнес в рыночной экономике - ведущий сектор, определяющий темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта; во всех развитых странах на долю предпринимательства приходится 60 - 70 процентов ВНП. В то же время именно малый бизнес наиболее чувствителен к изменению внешней среды.

Малое и среднее предпринимательство как наиболее массовая, динамичная и гибкая форма деловой жизни является подлинной основой рыночной экономики для большинства стран. Именно в секторе малого предпринимательства создается и концентрируется основная масса национальных ресурсов, которые становятся питательной средой для крупного бизнеса. При современных масштабах развития малый бизнес во многих странах обеспечивает стабильность государства, обслуживает своих граждан, создает богатство в стране. Малый бизнес может стать той важной основой, с помощью которой будет осуществлен поворот к позитивным процессам в экономике, к созданию предпринимательской хозяйственной среды.

Потенциал малого бизнеса пока задействован не в полной мере. В расчете на тысячу жителей Беларуси приходится немногим более трех малых предприятий, а с учетом индивидуальных предпринимателей – около 22 субъектов малого бизнеса. Сложившаяся отраслевая и территориальная составляющая малого предпринимательского сектора не в полной мере отвечает приоритетам социально-экономического развития страны. Абсолютное большинство субъектов малого предпринимательства сосредоточено в Минске и областных центрах.

В отличие от соседних государств белорусская экономика избежала резких потрясений и находится в состоянии эволюционной трансформации. И это не случайно. Избранная страной модель последовательных преобразований, в которой на первый план выходят расширение самостоятельности хозяйствующих субъектов и стимулирование отечественных товаропроизводителей, структурная перестройка и развитие реального производства, становление слоя предпринимательства и структур гражданского общества представлялась более обоснованной с точки зрения социальных последствий. Постепенность реформ, ориентация на принципы социального партнерства позволили избежать резких социальных потрясений и масштабного обнищания народа.

Разработанная перспективная модель национальной экономики Беларуси базировалась на ее общей социальной ориентации, построении конституционно закрепленного социального, демократического, правового государства, переходе на инновационный,

ресурсосберегающий тип воспроизводства. По мере реализации указанной модели предполагалась последовательная трансформация заимствованной из советского прошлого системы органов государственной власти и управления, пересмотр и обновление функций государства в направлении демократизации функционирования, развития рыночных механизмов регулирования экономики.

Становится очевидным – административно-командная система сегодня уже не способна обеспечить устойчивые и высокие темпы экономического роста. Неэффективность ее функционирования проявляется в подавлении хозяйственной инициативы и свободы предпринимательства; низком уровне производительности труда; невозможностью использования преимуществ конкуренции в оптимальном распределении ресурсов, в том числе человеческого потенциала, который в Беларуси достаточно высок.

На сегодняшний день развитие малого и среднего бизнеса является одной из актуальных задач Республики Беларусь. Одной из проблем развития малых и средних предприятий Республики Беларусь является недостаток финансирования. Так как собственных средств недостаточно, возникает необходимость поиска дополнительных финансовых ресурсов. К числу наиболее актуальных проблем при кредитовании субъектов малого и среднего бизнеса можно отнести: высокие процентные ставки по кредитам, отсутствие отсрочки по процентным платежам, а также наличие положительной кредитной истории, которую вновь создаваемые предприятия не имеют. Современная налоговая система оказывает угнетающее воздействие на малые и средние предприятия Беларуси. Это может подтолкнуть их к использованию нелегальных схем ухода от уплаты налогов. Выявленные проблемы развития малого и среднего бизнеса в Республике Беларусь усугубляются текущим и перспективным экономическим состоянием государства. И поэтому в нашей стране создаются законы о поддержке малого бизнеса, упрощаются процедуры ведения документации, действую центры поддержки предпринимательства, инкубаторы предпринимательства и другие объекты инфраструктуры. Кроме этого в нашей стране был создан Национальный фонд поддержки предпринимательства в виде специализированной некоммерческой организации, основной задачей которой является всестороннее содействие развитию малого предпринимательства в Республике Беларусь [2, с. 115].

Анализ современного состояния показывает, что в Республике Беларусь малое предпринимательство еще не стало значимым сектором экономики и его потенциал реализован не полностью. Так, например, вклад малого предпринимательства в валовой внутренний продукт составляет всего лишь 15.1 % к общереспубликанскому итогу. Развитию малого предпринимательства поспособствовало принятие в 1996 г. Закона Республики Беларусь «О государственной поддержке малого предпринимательства в Республике Беларусь», которым предусмотрены налоговые и другие льготы для стимулирования развития малого бизнеса. За этот период произошли значительные изменения в количественном и качественном составе малых предпринимательских структур, в макроэкономической и правовой среде, а также в государственной политике в области стимулирования и развития малого бизнеса. С каждым годом количество малых предприятий растет. Следует отметить, что причиной количественного роста малых предприятий явилась главным образом реализация частной инициативной деятельности граждан. Деятельность малых предпринимательских структур преимущественно ориентирована на сферу торговли и общественного питания, где сосредоточено более 40 % субъектов предпринимательства. Далее в порядке убывания следует промышленность 20-21%, строительство 9-10 %, транспорт 8-9 %, сельское хозяйство 3-4%. Остальные отрасли имеют незначительный процент.

С каждым годом численность предприятий малого и среднего бизнеса растет, а также растет их вклад в ВВП. И на это влияет программа развития малого бизнеса, все возможная

поддержка со стороны государство. Ведь именно оно заинтересованно в развитии этой части бизнеса. К 2020 году государство планирует получать 50 % ВВП от малого и среднего бизнеса. В связи с этим государство будет способствовать условиям для его развития.

Значительная часть проблем, возникающих в ходе развития малого и среднего предпринимательства, находится за рамками самой сферы малого предпринимательства. Среди таких проблем можно выделить следующие: отсутствие в нормативно-правовых базах стимулирующих факторов для развития малого предпринимательства; отсутствие действенных финансово-кредитных механизмов и материального обеспечения малых и средних предприятий; усложненная система налогообложения и высокие налоговые нагрузки для субъектов малого предпринимательства; недобросовестная конкуренция; отсутствие адекватной системы государственной поддержки малого предпринимательства; неразвитость системы информационного обеспечения малых и средних предприятий; нерешенность вопросов кадрового обеспечения и подготовки специалистов для малого бизнеса [4, с.85].

Препятствия, связанные с необходимостью выполнения предпринимателями обязательных правил и процедур, предусмотренных подзаконными актами, существенно затрудняют предпринимательскую деятельность, создают труднопреодолимые барьеры на пути осуществления предпринимательской деятельности. Излишне усложнена процедура добровольной ликвидации юридических лиц. В результате этого имеется значительное количество неработающих фирм, которые существуют лишь формально. Следует также отметить, что в настоящее время отечественное предпринимательство сконцентрировано преимущественно в сферах, не требующих высокой квалификации, специальных знаний и значительных объемов финансовых вложений, наблюдается отсутствие его стремления к инвестированию и реализации перспективных инновационных проектов.

Среди факторов, определяющих низкую инновационную активность белорусского предпринимательства, можно выделить непоследовательность государственного регулирования предпринимательской деятельности, высокий общий уровень фискальных изъятий, действующую систему организации внешнеэкономической деятельности и таможенного оформления товаров, порядок сертификации продукции (работ, услуг), получения лицензий и других разрешений на осуществление деятельности, нехватку собственных оборотных средств, а также средств для развития, недостаток производственных мощностей и помещений и др.

В рамках решения проблемы недостатка финансирования субъектов малого и среднего бизнеса могут быть проведены следующие мероприятия. Во-первых, упрощение системы получения кредита, применение специализированной оценки кредитоспособности предприятия, во-вторых, проведение более детальной экспертизы каждого проекта, ориентируясь на оценку рыночных перспектив его реализации. В-третьих, развитие института микрофинансирования.

Для решения проблем необходим комплекс конкретных мер, направленных на совершенствование механизма государственного регулирования развития малого предпринимательства: формирование правовой среды, обеспечивающей беспрепятственное развитие сферы малого предпринимательства; предоставление правовой, судебной и физической защиты субъектам малого предпринимательства; финансовое обеспечение государственной поддержки малого предпринимательства; формирование инфраструктуры, обеспечивающей доступность для субъектов малого предпринимательства необходимых услуг и ресурсов; максимальная легализация деятельности субъектов малого предпринимательства; освоение новых кредитно-инвестиционных механизмов; развитие экспортного ориентирования малых предприятий; укрепление социального статуса и повышения престижа предпринимательской деятельности; развитие торгово-экономических

отношений со странами ЕврАзЭС; повышение ответственности и эффективности деятельности органов государственной власти и органов местного самоуправления в области поддержки малого предпринимательства.

В долгосрочной перспективе возможно создание специального государственного венчурного фонда. Финансирование таким фондом будет осуществляться опосредованно, через систему региональных венчурных фондов, которые накапливают средства потенциальных инвесторов. Для решения проблемы налогообложения следует, во-первых, провести мероприятия по смещению акцентов с косвенного на прямое налогообложение, постепенно снижая налоговую нагрузку на субъекты малого и среднего предпринимательства. Во-вторых, целесообразен ввод регрессивных ставок налога на прибыль [3]. Использование данного метода должно стать стимулирующим фактором отражения налоговой базы предприятия в полном объеме.

Реализация указанных мероприятий будет способствовать устойчивому развитию малого и среднего предпринимательства, повысит его эффективность, ускорит развитие сектора малого и среднего предпринимательства, формирование среднего класса-основного гаранта социальной и политической стабильности общества.

С 26 февраля 2018 года вступили в силу основные положения Декрета № 7 «О развитии предпринимательства». Документом утвержден перечень видов экономической деятельности, о начале осуществления которых субъектам хозяйствования необходимо предоставлять сведения в местный исполнительный и распорядительный орган субъектом хозяйствования. Среди них: предоставление гостиничных, бытовых услуг, услуг общественного питания, оказание услуг по ремонту и техническому обслуживанию транспортных средств и др. Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 22 февраля 2018 г. № 143 утверждено Положение о порядке направления и учета уведомлений о начале осуществления видов экономической деятельности. Теперь для занятия данными видами деятельности достаточно будет подать единственное уведомление в исполком через службу «одно окно» либо с помощью портала электронных услуг. Уже на следующий день можно будет заниматься заявленным видом деятельности.

Подводя итоги можно сказать, что любая экономика не может обойтись без малого и среднего бизнеса. На современном этапе повышение роли предприятий малого и среднего бизнеса в экономике всех стран - не случайность, а необходимая закономерность.

Список литературы

1. Асаул, А. Н. Закономерности и тенденции развития современного предпринимательства / А. Н. Асаул, – СПб: АНО ИПЭВ, 2008. – 280 с.

2. Балашевич, М. И. Экономика и организация малого бизнеса : учеб. пособие / М. И. Балашевич, Т. П. Быкова. – Минск : БГЭУ, 2012. – 335 с.

3. Богданова, Е. В. Совершенствование налоговой системы Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Е. В. Богданова, Е. А. Нижникова, Л. М. Чугулькова // Студенческий вестник. – 2015. – Окт. – Дата доступа: 21.02.2018.

4. Круглик В.М. Предприятие и бизнес: моногр./ В.М. Круглик, Н.Г Забродская. – Минск: Право и экономика, 2011. – 320 с.

In this article, a study was made of the development and identification of problems in the sphere of small and medium business of the Republic of Belarus. By results of work disproportions of development of small and average business in the Republic of Belarus have been revealed, the basic problems in sphere of development of business are defined. Proposed measures aimed at improving the mechanism of state regulation of small business development.

Кулик Виктория Геннадьевна, студентка 2 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: vika.kulik.1998@mail.ru .

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. E-mail: matalutskaya_sm@grsu.by.

УДК 338.2

Н. С. Кулик

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОНЦЕПЦИЙ ИННОВАЦИОННОГО МАРКЕТИНГА В УПРАВЛЕНИИ ПРОМЫШЛЕННЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

В статье приводится анализ концепций инновационного маркетинга в управлении промышленными предприятиями и описание путей достижения целей инновационной деятельности, а также особенностей использования концепции маркетинга в национальной экономике. Рассмотрены возможности для реализации концепции маркетинга на предприятиях в условиях конвергентной экономики, такие как внедрение организационных инноваций, внедрение маркетинговых инноваций, внедрение технологических инноваций, которые в свою очередь имеют большое значение для успешного конкурентоспособного развития каждого хозяйствующего субъекта.

Правительство любой страны стремится разрабатывать собственную концепцию устойчивого социально-экономического развития. Данный подход характерен и для Республики Беларусь. В нашей стране была разработана Национальная стратегия устойчивого развития, которая утверждена 25 марта 1997 года Президиумом Совета Министров Республики Беларусь. Концепция устойчивого развития экономики республики основывается на инновационном ресурсосберегающем типе воспроизводства с интенсивным внедрением передовых и высоких технологий производства экономических благ.

Большинство индустриально развитых стран связывает свои надежды на долгосрочный устойчивый экономический рост с переходом на инновационный путь развития, который характеризуется более широким использованием в промышленности и экономике страны новейших достижений науки и техники.

Важным фактором эффективности научно-технической и инновационной деятельности принято считать степень восприимчивости, то есть востребованности обществом в целом и конкретными потребителями в частности, продуктов и результатов, получаемых в сфере инновационной деятельности.

В Беларуси рыночные преобразования направлены в большей степени на создание социально ориентированной и сбалансированной национальной экономики, которые должны органично внедряться в систему международного разделения труда и занять соответствующее место среди развитых стран мира. Реализация этой стратегии, исходя из реалий современного положения Беларуси, возможна лишь при условии введения целенаправленной инновационной деятельности предприятий. Для этого должны быть созданы соответствующие правовые, финансовые, материальные, кадровые, информационные и экспортно-импортные возможности.

Инновационный путь развития как перспективная мобилизующая идея для всего белорусского народа, как технолого-экономический и политический лозунг был озвучен Президентом Республики Беларусь еще в июне 2004г. на постоянно действующем семинаре

руководящих работников республиканских и местных государственных органов «Инновационная политика государства и пути ее реализации» [1].

Инновационное развитие национальной экономики в качестве государственного приоритета включено в стратегические и тактические документы правительства. В республике постоянно совершенствуется правовая база, определяющая принципы, цели, направления и механизмы инновационной политики государства. В 2012г. был принят Закон «О государственной инновационной политике и инновационной деятельности в Республике Беларусь», который распространяется на отношения, связанные с осуществлением инновационной деятельности и закрепляет основы ее государственного регулирования.

Наряду с правовой базой макроэкономическая политика государства призвана создавать общесистемные предпосылки инновационной деятельности в стране. В ее рамках экономические механизмы финансово-кредитной системы, валютной, таможенной, ценовой, амортизационной политики в комплексе с рыночными институтами направлены на создание благоприятных условий для инновационной деятельности, обеспечение процессов генерации и использования знаний и инноваций, формирование эффективных систем мотивации и поддержания научной, научно-технической и инновационной деятельности.

Большинство проблем технологического перевооружения и модернизации реального сектора экономики решают инновационные фонды. Так, с января 2013г. в составе республиканского бюджета формируются республиканские инновационные фонды, в составе местных бюджетов – местные инновационные фонды [2].

Инновационная деятельность – это необходимое условие для долгосрочного успешного функционирования каждого предприятия. Республика Беларусь обладает третьим по величине (после России и Украины) научно-техническим потенциалом среди стран-участников СНГ.

Инновационная деятельность предприятия может квалифицироваться разной степенью насыщенности, различным ресурсным потенциалом, различным уровнем финансовых результатов от реализованных в прошлом проектов. Инновационная деятельность, в отличие от других видов деятельности, сопряжена с риском. Это связано с тем, что практически отсутствует полная гарантия благополучного исхода.

Достижение цели инновационной деятельности возможно только при ориентации экономики Беларуси на инновационный путь развития, который реализуется на основе государственного регулирования инновационной деятельности через:

- определение и поддержку приоритетных направлений инновационной деятельности, формирование и реализацию государственных, отраслевых, региональных и местных инновационных программ;
- создание нормативно-правовой базы и экономических механизмов для поддержки и стимулирования инновационной деятельности;
- защиту прав и интересов субъектов инновационной деятельности;
- финансовую поддержку выполнения инновационных проектов;
- стимулирование коммерческих банков и других финансово-кредитных учреждений, кредитующих выполнение инновационных проектов;
- установление льготного налогообложения субъектов инновационной деятельности;
- поддержание функционирования и развития современной инновационной инфраструктуры [3].

На данный момент маркетинг является одним из важных элементов стратегического управления любого хозяйствующего субъекта, который действует как на внутреннем, так и на внешних рынках. Во всем мире маркетинг признан наиболее эффективным инструментом, предназначенным для разработки и продвижения на рынок конкурентоспособной продукции, расширения сбыта, привлечения инвестиций, а также для роста прибыли предприятия.

Можно выделить следующие особенности использования концепции маркетинга в Республике Беларусь:

- наиболее полно концепцию маркетинга реализуют крупные предприятия и предприятия, изготавливающие потребительские товары. Многие предприятия успешно реализуют отдельные элементы концепции маркетинга;
- одной из самых актуальных проблем маркетинга в Республике Беларусь в настоящее время является проблема создания работоспособных, эффективных служб маркетинга на предприятиях;
- большая часть предприятий Республики Беларусь занимается прямым маркетингом, активно рекламирует свои товары и услуги посредством СМИ;
- большинство белорусских производителей ограничиваются созданием сайта и размещением информации на тематических отраслевых промышленных порталах, при этом пренебрегая поисковой оптимизацией и другими возможностями сетевого продвижения;
- неразвитыми остаются такие инструменты управления маркетинговой деятельностью как аутсорсинг, аустаффинг, краудсорсинг.

Существует обширный спектр возможностей для реализации концепции маркетинга на предприятиях в условиях конвергентной экономики [4]:

1. *Внедрение организационных инноваций:*

- разработка и реализация новой корпоративной стратегии;
- разработка и внедрение новых организационных структур;
- нововведения в использовании режима рабочего времени;
- применение современных систем контроля качества, сертификации товаров, работ, услуг;
- внедрение современных систем логистики и поставок сырья, материалов, комплектующих;
- внедрение корпоративных систем управления знаниями;
- реализация мер по развитию персонала; реализацию новых форм стратегических альянсов, партнерств и иных видов кооперационных связей с контрагентами;
- передача ряда функций и бизнес-процессов специализированному подрядчику (аутсорсинг и аустаффинг);
- внедрение современных методов управления организацией на основе использования информационных технологий (автоматизация маркетинговых, экономических, трудовых отношений с использованием CEM, CRM, EAM, HRM систем);
- автоматизация бизнес-процессов (внедрение BMP-систем).

Внедрение информационных технологий в работу современного предприятия может происходить на основе формирования следующих инновационных модулей:

- информационные решения, касающиеся производственного продукта –PLM / PDM, CAD / CAM / CAE, EDA, визуализация, управление формулами и т. п.;
- управляющие решения, касающиеся цепочек поставок — SCM, APS, управление спросом, CRM, управление цепочками поставок;
- информационные решения, затрагивающие производство и технологические процессы — MES, оптимизация процессов, EAM / CMMS, SCADA, CAPP, PLC, DCS, OSC, Autoid, Test, LIMS, SPC / SQS, менеджмент качества, DNS, управление персоналом и т. п.;
- исполнительные решения по выполнению требований нормативных документов – организация документооборота, организация охраны труда; - управляющие решения по дистрибуции и логистике – управление логистикой, WMS, TMS и т. п.;
- информационные решения, касающиеся финансовой сферы – ERP, бухгалтерский учет, управление затратами, управление прибылями и т. п.;

- универсальные решения, затрагивающие общие вопросы – SCEM, XRM, EAI, рабочий процесс, бизнес-аналитика, и т.д.

Ключевые стратегические решения, которые были приведены выше, разными хозяйствующими субъектами могут использоваться по-разному. Аутсо́рсинг представляет собой передачу ранее самостоятельно реализуемых компанией функций внешней компании-исполнителю, специализирующейся на реализации таких функций. Аутстаффинг предполагает передачу не функций, а конкретных работающих в компании сотрудников. Основным источником выгоды от применения аутсорсинга и аутстаффинга является возможность освободить определенные организационные, финансовые и человеческие ресурсы, чтобы развивать новые направления производственной деятельности.

Наиболее распространённым примером аутсорсинга бизнес-процессов является аутсорсинг процессов в области управления взаимоотношениями с клиентами. Система управления взаимоотношениями с клиентами (англ. CRM) – прикладное программное обеспечение для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками.

Внедрение ***CEM (Customer Experienced Management)*** – управление опытом клиента для развития компаний. Ключевая идея этой концепции состоит в том, что все подразделения организации контактируют с клиентами. В итоге у клиентов формируется опыт взаимодействия с компанией.

EAM-система (Enterprise Asset Management) – это учетно-управленческое программное обеспечение, которое позволяет управлять полным жизненным циклом основных производственных фондов, начиная с закупки оборудования, его монтажа, наладки и введения в эксплуатацию, последующего регламентного обслуживания, разнообразных сервисных и профилактических работ, модернизации, реконструкции, выведения из эксплуатации, списания и утилизации.

BPM (англ. Business Process Management, управление бизнес-процессами) — концепция процессного управления организацией, рассматривающая бизнес-процессы как особые ресурсы предприятия, непрерывно адаптирующиеся к постоянным изменениям.

2. Внедрение маркетинговых инноваций включает:

- внедрение значительных изменений в дизайн продуктов и услуг, упаковку;
- реализацию новой маркетинговой стратегии, ориентированной на расширение состава потребителей или рынков сбыта;
- применение новых приемов продвижения продуктов (новые рекламные концепции, имидж бренда, методы индивидуализации маркетинга и т. п.);
- использование новых каналов продаж (прямые продажи, интернет торговля, лицензирование продуктов и услуг);
- введение новых концепций презентации продуктов в торговле (например, демонстрационные салоны, веб-сайты и др.);
- использование новых стратегий при продаже продуктов и услуг (применение маркетинговых информационных систем).

3. Внедрение технологических инноваций.

Первоисточником технологической инновации является новшество. Только с его внедрением может произойти появление инновации. Технологически новый продукт – это продукт, технологические характеристики или предполагаемое использование которого принципиально новые, либо существенно отличаются от аналогичных ранее производимых продуктов.

Для предприятий Республики Беларусь внедрение инноваций является жизненно важной составляющей, которая в настоящее время переживает этап своего становления. Для преодоления отсталости в этой области предприятия должны пройти этап догоняющего

развития, т. е. в короткие сроки сократить разрыв с зарубежными конкурентами, которые активно применяют инновационные подходы для повышения конкурентоспособности своей продукции, оптимизации расходов, увеличения прибыли.

Для дальнейшего совершенствования использования инновационного маркетинга для белорусских предприятий целесообразно следующее:

- при работе на внутреннем рынке включение в состав комплекса маркетинга корпоративной философии и бизнес-процессов, что позволит сохранить удобную для запоминания форму и представить концепцию marketing-mix в виде комплекса «7Р»;
- обеспечение выхода на внешний рынок, а также усиление позиций на нем, что вызывает потребность в понимании механизмов поведения покупателей и посредников, действий конкурентов и государственных организаций; эту потребность предприятий возможно восполнить благодаря бенчмаркетингу.

Рассмотрение корпоративной философии и бизнес-процессов для обеспечения конкурентоспособности предприятия как основных элементов маркетинговой политики позволяет расширить повсеместно используемое в зарубежной и отечественной практике понятие marketing-mix и дополнить его новыми элементами.

Необходимость в использовании бенчмаркетинга остро проявилась при планировании работы белорусских предприятий на зарубежных рынках. Выход на внешний рынок, а также усиление позиций на нем приводит к необходимости понимания механизмов поведения покупателей и посредников, действий конкурентов и государственных организаций. Это становится возможным только благодаря бенчмаркетингу. В условиях развития интеграционных процессов, формирования единого экономического пространства, кооперации и глобализации мировой экономики бенчмаркетинг представляет собой самостоятельную область исследования.

Таким образом, важной для белорусских предприятий является активизация инновационной деятельности в маркетинге, что позволит им достичь конкурентных преимуществ не только в Республике Беларусь, но и за ее пределами.

Список литературы

1. Выступление и концептуальные замечания Президента Республики Беларусь А.Г. Лукашенко на постоянно действующем семинаре руководящих работников республиканских и местных государственных органов «Инновационная политика государства и пути ее реализации» (г. Витебск , 10-11 июня 2004г) // Информ. бюллетень Администрации Президента Респ. Беларусь. – 2004. - №6 (97).

2. О порядке формирования и использования средств инновационных фондов: Указ Президента Республики Беларусь от 07.08.2012г. № 357 // Эталон Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.

3. Бухалков, М.И. Внутрифирменное планирование. / М.И. Бухалков. – Инфра-М, 2000. – 392 с.

4. Ильяшенко, С.М. Инновации и маркетинг – движущие силы экономического развития: монография / С. М. Ильяшенко. – Сумы; ООО «Печатный дом« Папирус», 2012. – 536 с.

The article analyzes the concepts of innovative marketing in the management of industrial enterprises. The description of ways of achievement of the purposes of innovative activity, and also features of use of the concept of marketing in national economy is resulted. The possibilities for implementing the concept of marketing at enterprises in conditions of a convergent economy, such as the introduction of organizational innovations, the introduction of marketing innovations, the introduction of technological innovations, which in turn are of great importance for the successful competitive development of each business entity are considered.

Кулик Наталья Станиславовна, магистрант 1 курса специальности «Экономика и управление народным хозяйством» юридического факультета УО «Брестский государственный университет имени А.С.Пушкина», Брест, Беларусь. E-mail: polukedy@rambler.ru.

Научный руководитель – ***Макарова Любовь Семёновна,*** кандидат педагогических наук, доцент кафедры экономики и управления юридического факультета УО «Брестский государственный университет имени А.С.Пушкина», Брест, Беларусь. E-mail: makarova_ls@mail.ru.

УДК 330.322

А. О. Курицкая, Д. Ю. Трус

НАПРАВЛЕНИЯ УЛУЧШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА И ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В данной статье исследуется участие Беларуси в сфере трансграничной инвестиционной деятельности, основные направления развития финансового рынка и рынка ценных бумаг. Анализ регулирования рынка страны проведен с учетом опыта европейских стран.

В центре инвестиционного финансирования – достижение договорённости между инвестором и предпринимателем о стоимости компании. Переговорный процесс о финансировании начинается с выяснения вопроса оценки стоимости предприятия. Руководители предприятия (часто в этой роли выступают его основатели) назначают определенную цену и предлагают инвесторам во время последующих переговоров опираться на нее. Как правило, на данном этапе не существует «рынка» или «аукциона» для объективной оценки стоимости предприятия. Многие инвесторы, поняв, что у них есть конкуренты, предпочитают вообще не участвовать в финансировании предприятия или же объединяются с потенциальными конкурентами в инвестиционный консорциум и делают руководству предприятия консолидированное предложение. Таким образом, цена предприятия непосредственно формируется в ходе переговорного процесса между руководством компании и инвесторами.

Компенсация стоимости национализированного или реквизированного имущества должна быть основана на его рыночной стоимости. Кроме того, компенсация должна включать процент, исчисленный согласно официальному курсу белорусского рубля по отношению к соответствующей иностранной валюте за период с даты фактической национализации или реквизиции либо их публичного объявления до даты фактической выплаты компенсации. Процентная ставка не должна быть ниже, чем соответствующая ставка LIBOR.

Компенсация стоимости выплачивается в валюте, в которой первоначально были осуществлены инвестиции.

Республика Беларусь является участницей нескольких многосторонних соглашений в сфере трансграничной инвестиционной деятельности.

Инвестиционная деятельность — это вложение средств (или инвестирование) в производство продукции (выполнение работ, оказание услуг) или их иное использование для получения прибыли (дохода) или достижения иного значимого результата, т.е. совокупность практических действий по реализации инвестиций.

Основными соглашениями в данной сфере являются:

1) Вашингтонская конвенция о порядке разрешения инвестиционных споров между государствами и иностранными лицами (1965 г.);

2) Сеульская конвенция об учреждении Многостороннего агентства по гарантиям инвестиций (1985 г.);

3) соглашение о сотрудничестве в области инвестиционной деятельности (1993 г.);
4) Московская конвенция о защите прав инвесторов (1997 г.).

В Беларуси планируется создать два вида инвестиционных фондов. К первому относятся акционерные, существующие в формате открытого акционерного общества, ко второму - паевые инвестиционные фонды открытого и закрытого типа. Кроме того, будут внедрены новые именные ценные бумаги - паи инвестиционного фонда. В Министерстве финансов считают, что создание таких институтов по коллективному инвестированию будет способствовать увеличению притока инвестиций в экономическую сферу, что позволит сформировать условия для экономического роста и усиления конкуренции в части привлечения инвесторских средств. Алексей Красинский полагает, что все это позволит устранить существующий перекос на белорусском финансовом рынке, который выражается в доминировании банковских структур. Кроме того, появление таких ценных бумаг окажет положительное влияние на инвестиционную активность населения, граждане получат возможность выбора между корпоративными облигациями, банковскими депозитами и паями инвестиционных фондов. Следует отметить, что последние характеризуются не только высокой доходностью, но и более значительными рисками.

На стимулирование развития белорусского финансового рынка направлен и механизм секьюритизации, внедрение которого предусмотрено еще одним проектом закона, разработанным Министерством финансов. Классическая секьюритизация предполагает продажу акций компании специально созданному юридическому лицу, которое финансирует приобретение данных активов посредством выпуска ценных бумаг. За счет денежных поступлений по таким активам специальная финансовая организация исполняет обязательства по облигациям [2].

В совместном исследовании Doing business, которое подготовил Всемирный банк и Международная финансовая корпорация (IFC), Беларусь в 2017 году заняла 37-е место в рейтинге 190 стран по общему индексу лёгкости ведения бизнеса. В прошлогоднем исследовании, согласно уточненным данным, Беларусь занимала 44-е место, в 2014 – 63 место [3].

За последний год Беларусь приняла ряд мер, которые позитивно повлияли на условия ведения бизнеса. Упрощены процедуры подключения к системе электроснабжения за счет ускоренной выдачи технических условий и разрешений на земляные работы и сокращения времени, необходимого для подключения к сети. Так же была упрощена процедура передачи имущества путем введения ускорен-ной процедуры регистрации собственности.

Беларусь занимает 59 место среди стран и территорий по уровню прямых иностранных инвестиций

Всего за январь-сентябрь 2016 года в реальный сектор Республики Беларусь (без банков) поступило 6,25 млрд. долл. США валовых иностранных инвестиций, из них:

1) прямых – 5,1 млрд. долл. США (81,6 % от общего объема);
2) портфельных – 0,002 млрд. долл. США;
3) прочих – 1,1 млрд. долл. США.

ТОП-10 по итогам 9 месяцев 2016 года стран-доноров прямых иностранных инвестиций (ПИИ) (с учетом задолженности прямому инвестору за товары, работы, услуги) в Республику Беларусь выглядит следующим образом:

1) Россия – 48,4 %;
2) Соединенное Королевство Великобритании и Северной Ирландии – 21,6 %;
3) Кипр – 8,5 %;
4) Польша – 3,2 %;
5) Литва – 2,9 %;
6) Украина – 2,7 %;

7) Австрия – 2,6 %;
8) Нидерланды – 1,4 %;
9) Германия – 1,3 %;
10) Китай– 1,3 %;
11) другие – 6,1 %.

ТОП-10 стран-инвесторов ПИИ на чистой основе по-прежнему возглавляет Россия [4, с. 898].

В число мер по улучшению инвестиционного климата, следует, прежде всего, включить:

1) осуществление дальнейшей либерализации экономики за счет средней и малой приватизации, развития предпринимательства и конкурентной среды;
2) пересмотр и значительное упрощение системы налогообложения;
3) снижение степени бюрократизации в стране;
4) облегчение процесса применения санкций за нарушение условий и порядка ведения бизнеса;
5) совершенствование инвестиционного законодательства для защиты иностранных инвестиций;
6) модернизацию инфраструктуры;
7) стимулирование знаний иностранных языков населением;
8) мониторинг инвестиционного климата;
9) создание специальной службы поддержки инвесторов, уже пришедших в страну (aftercare services), которая бы помогала им решать проблемы, возникающие в ходе реализации их проектов, и оказывала помощь в решении спорных вопросов, возникающих в результате взаимодействия с государственными органами [1, с. 60].

Рынок ценных бумаг является наиболее объемной и наиболее значимой частью финансового рынка в большинстве развитых странах мира. Таким образом, механизм государственного регулирования рынка ценных бумаг в значительной степени определяет модель государственного регулирования всего финансового сектора страны.

Опыт фондовых рынков стран Европейского союза, где в синдикатах банков выделяются функциональные группы по покупке и группы по продаже ценных бумаг, нехарактерен для российского рынка. Следует рассматривать каждого андеррайтера в синдикате как единую функциональную единицу с ответственностью за конечный результат. Положителен европейский опыт выделения в синдикате привилегированных и непривилегированных членов синдиката, отличающихся объемами взятых обязательств и, следовательно, уровнем ценовой скидки, получаемой при выкупе ценных бумаг у эмитента.

В странах ЕС действует структура, регулирующая рынок ценных бумаг, банковский сектор, страхование как единый комплекс - мегарегулятор, основное преимущество - преодоление фрагментарности между ведомствами, независимость органов управления. Вместе с тем, внедрение мегарегулятора имеет содержательный смысл лишь на прозрачных рынках. Действующая структура функциональных регуляторов на текущем этапе развития российского рынка, по нашему мнению, более целесообразна, создает возможности целевых действий в каждом секторе финансового рынка.

Опыт стран ЕС показывает, что рынок ценных бумаг как масштабный источник инвестиций имеет существенные налоговые льготы. Андеррайтер прямо заинтересован в снижении финансовых издержек инвесторов, эмитентов. В сфере интересов андеррайтера и выход на рынок иностранных инвесторов, заинтересованных в льготном налогообложении. В России в условиях недостаточности инвестиций и высоких рисков формирование системы налоговых стимулов, компенсирующей эти риски, является инструментом мотивации инвестиций в ценные бумаги.

Анализ международной практики андеррайтинга на примере финансово-устойчивых компаний выявил оптимальную схему реализации ценных бумаг: 70-80% эмиссии размещается через синдикат банков-андеррайтеров на бирже. При этом 50-60% размещается синдикатом среди 10-12 институциональных инвесторов, 20-30% - среди различных инвесторов через группу продажи; 1-5% пакетов эмиссии - среди мелких и средних институциональных инвесторов; 20-30% размещается эмитентом самостоятельно через торговые площадки.

Список литературы

1. Василевич, М. В. Инвестиционный климат Республики Беларусь / М. В. Василевич // Национальная и региональная экономика: проблемы и перспективы / ООО «Лаборатория интеллекта»; Белорусский государственный экономический университет. — Минск: Издательский дом «Белорусская наука», 2016. – С. 57-61.

2. Муха Д. Конкурентоспособность Беларуси в привлечении прямых иностранных инвестиций // Д. Муха, Н. Кашинская //Банкаўскі веснік, - 2014. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.nbrb/by/bv/cont.asp?id=9794/ - Дата доступа: 01.03.2018.

3. Рейтинг лёгкости ведения бизнеса // Википедия – свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Рейтинг_лёгкости_ведения_бизнеса. – Дата доступа: 01.03.2018.

4. Тишковская, Т. М. Инвестиционная политика в Республике Беларусь и ее результаты / Т. М. Тишковская // Современные исследования основных направлений гуманитарных и естественных наук: материалы междунар. науч.-практ. конференции / Казанский кооперативный институт Российского университета кооперации, Могилевский государственный университет, Институт отельного бизнеса в Праге [и др.] ; под ред. проф. И. Т. Насретдинова. – Казань, 2017. – С. 895-899.

This article explores the participation of Belarus in the field of cross-border investment activities, the main directions of the development of the financial market and the securities market. Analysis of the regulation of the country's market taking into account the experience of European countries.

Курицкая Анна Олеговна, студентка 3 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: kuritskaya.anna@mail.ru .

Трус Диана Юрьевна, студентка 3 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 на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: moroz_ai@grsu.by.

УДК 330.88

Е. А. Лещенкова

СИСТЕМА КОНТРОЛЛИНГА В ПРОЦЕССЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ

В данной статье дана характеристика основных элементов и функций системы контроллинга, призванной обеспечить эффективную реализацию проектов. Систематизированы основные понятия, раскрывающие содержание функции контроллинга, обозначены его цель и задачи. Рассмотрены основные элементы контроллинга, применяемые в современном проектном менеджменте.

Важнейшее место в системе управления компанией занимает контроль стратегических решений. Имеется ввиду выяснение того, в какой мере принятие решения приводит к достижению целей компании. Практически речь идет о формировании современной системы управления – контроллинге.

Слово «контроллинг» произошло от английского «to control» -контролировать, управлять, которое, в свою очередь, происходит от французского слова, означающего реестр, проверочный список [1].

Сегодня не существует однозначного определения понятия «контроллинг», но практически никто не отрицает, что это новая концепция управления, порожденная практикой современного менеджмента. Контроллинг не исчерпывается контролем. В основе данной концепции системного управления организацией лежит стремление обеспечить успешное функционирование проекта в долгосрочной перспективе посредством:

– адаптации стратегических целей к изменяющимся условиям внешней среды;
– согласования оперативных планов со стратегическим планом развития проекта;
– координации и интеграции оперативных планов по разным бизнес-процессам;
– создания системы обеспечения менеджеров информацией для различных уровней управления в оптимальные промежутки времени;
– создания системы контроля над исполнением планов, корректировки их содержания и сроков реализации;

Контроллинг представляет собой совокупность методов оперативного и стратегического управления: учета, планирования, анализа и контроля, объединяемых на качественно новом этапе развития рыночных отношений в единую систему, функционирование которой подчинено определенной цели.

Основной целью контроллинга проекта является обеспечение выполнения плановых показателей, повышение общей эффективности функций планирования и контроля проекта. Достижение основной цели контроллинга основывается на выполнении функций, представленных в таблице 1.

Таблица 1 – Основные функции контроллинга

Функции контроллинга	**Реализуемые задачи**
Учет	– сбор и обработка информации; – разработка и ведение системы внутреннего учета; – унификация методов и критериев оценки деятельности организации и ее подразделений.
Функции контроллинга	**Реализуемые задачи**

Продолжение таблицы 1

Планирование	– информационная поддержка при разработке базисных планов (продаж, производства, инвестиций, закупок); – формирование и совершенствование всей «архитектуры» системы планирования; – установление потребности в информации и времени для отдельных шагов процесса планирования; – координация процесса обмена информацией; – координация и агрегирование отдельных планов по времени и содержанию;
Контроль и регулирование	– определение величин, контролируемых во временном и содержательном разрезах; – сравнение плановых и фактических величин для измерения и оценки степени достижения цели; – определение допустимых границ отклонений величин; – анализ отклонений, интерпретация причин отклонения плана от факта и выработка предложений для уменьшения отклонений плана от факта.
Информационно-аналитическое обеспечение	– разработка архитектуры информационной системы; – стандартизация информационных носителей и каналов; – предоставление цифровых материалов, которые позволили бы осуществить контроль и управление организацией; – сбор и систематизация наиболее значимых для принятия решений данных; – разработка инструментария для планирования, контроля и принятия решений; – обеспечение экономичности функционирования информационной системы.
Специальные функции	– сбор и анализ данных о внешней среде: рынки денег и капиталов, конъюнктура отрасли, правительственные экономические программы; – сравнение с конкурентами; – обоснование целесообразности слияния с другими фирмами или открытия (закрытия) филиалов; – проведение калькуляции для особых заказов; – расчеты эффективности инвестиционных проектов.

Источник: собственная разработка автора

Содержание системы контроллинга проекта состоит в определении результатов деятельности на основе оценки и документирования фактических показателей выполнения работ и сравнения их с плановыми показателями.

Контроллинг проекта представляет собой часть общей системы управления проектом, между элементами (подсистемами) которой имеются обратные связи и возможность изменения ранее заданных показателей. Следовательно, при любом нарушении хода выполнения проекта формируется ответное воздействие, направленное на уменьшение возникшего отклонения от плана с учетом изменений в окружающей среде.

Обычно вследствие непредсказуемых изменений внешнего окружения проекта и непредвиденных обстоятельств в самой организации длительность выполнения проекта, фактическая стоимость, а иногда и технология выполнения работ, составляющая основу процесса, отличаются от запланированных. На практике только 5% проектов реализуются в соответствии с первоначальными планами. Чем сложнее и технологичнее проект, тем чаще возникает необходимость перепланирования, и тем большая нагрузка ложится на систему контроллинга.

Помимо этого, с течением времени могут измениться и потребности, для удовлетворения которых разрабатывался проект. Первоначальный план может оказаться несостоятельным из-за различных факторов, например, из-за сдвига сроков начала проекта, пересмотра условий финансирования, изменения потребностей, неточного планирования зависимостей между работами, временных оценок и ресурсных ограничений для работ, задержки в передаче рабочей документации или отсутствия необходимого оборудования у подрядчиков, непредвиденных технических затруднений или изменений внешних условий.

Тем не менее, все основные элементы проекта должны контролироваться руководством. Требования к системе контроллинга вырабатываются до начала реализации проекта с участием всех заинтересованных сторон и определяют состав анализируемой информации, структуру отчетов и ответственность за сбор данных, анализ информации и принятие решений. Для создания эффективной системы контроллинга необходимы:

– тщательное планирование всех работ, выполнение которых необходимо для завершения проекта;

– точная оценка времени, ресурсов и затрат;

– учет фактического выполнения работ и затрат во временном разрезе;

– периодическая переоценка времени и затрат, требующихся для выполнения оставшейся работы;

– многократное периодическое сравнение фактического выполнения работ и затрат с графиком и бюджетом.

Система контроллинга должна обеспечивать корректирующие воздействия там и тогда, где и когда они необходимы. Принципы построения эффективной системы контроллинга применяются для управления в рамках оперативного цикла проекта. Проектирование, разработка и внедрение хорошо организованной системы контроллинга необходимы для достижения непосредственной обратной связи. Посредством этой связи фактическое использование ресурсов может сравниваться с плановыми работами, установленными на стадии планирования. Существует несколько основных принципов построения эффективной системы контроллинга [2, с. 563 – 564] (таблица 2).

Таблица 2 – Принципы построения эффективной системы контроллинга проекта

Принцип	**Значение**
Наличие конкретных планов	Планы должны быть содержательны, четко структурированы и фиксированы, чтобы служить основой для контроллинга. Если планы обновляются слишком часто и без применения процедур контроллинга изменений, то общий контроль над проектом может быть потерян.
Наличие информативной системы отчетности	Отчеты должны отображать состояние проекта относительно исходных планов на основании единых подходов и критериев.
Наличие эффективной системы анализа фактических показателей и тенденций	В результате анализа собранных данных руководство проекта должно определить, соответствует ли текущая ситуация запланированной, а если нет, то рассчитать размер и серьезность последствий отклонений от плана. Основные показатели для анализа — время и стоимость.
Наличие эффективной системы реагирования	Действия, предпринимаемые руководством и направленные на преодоление отклонений в ходе работ проекта. Эти действия могут быть направлены на исправление выявленных недостатков и преодоление негативных тенденций в рамках проекта или пересмотр плана в целом.

Источник: собственная разработка автора

В рамках контроллинга и оперативного управления реализацией проекта решаются задачи по измерению, прогнозированию и оценке складывающейся оперативной ситуации по достижению результатов, затратам времени, ресурсов и финансов, анализу и устранению причин отклонения от утвержденного плана, коррекции плана.

Обычно при управлении проектом контролируются три основные количественные характеристики: время, объем работ и стоимость. Кроме того, руководство отвечает за управление содержанием работ (изменениями), качеством и организационной структурой.

Важный для анализа хода работ параметр — текущая (пороговая) дата, которая представляет собой как бы момент времени, относительно которого производится анализ. Состояние работ по проекту оценивается относительно пороговой даты.

Основные методы анализа состояния работ, используемые менеджером, предусматривают сбор фактических данных о достигнутых результатах и оценку фактических затрат, оставшегося объема работ, анализ фактической выработки на текущую дату.

Руководство должно установить последовательность сбора данных через определенные интервалы времени, производить анализ полученных данных, текущих расхождений фактических и плановых показателей и прогнозировать влияние состояния дел на данный момент на затраты по оставшемуся объему работ. Другими словами, руководство должно организовать процессы контроля проекта.

Основные возможные варианты действий, которые применяются при коррекции проекта, представлены на рисунке.

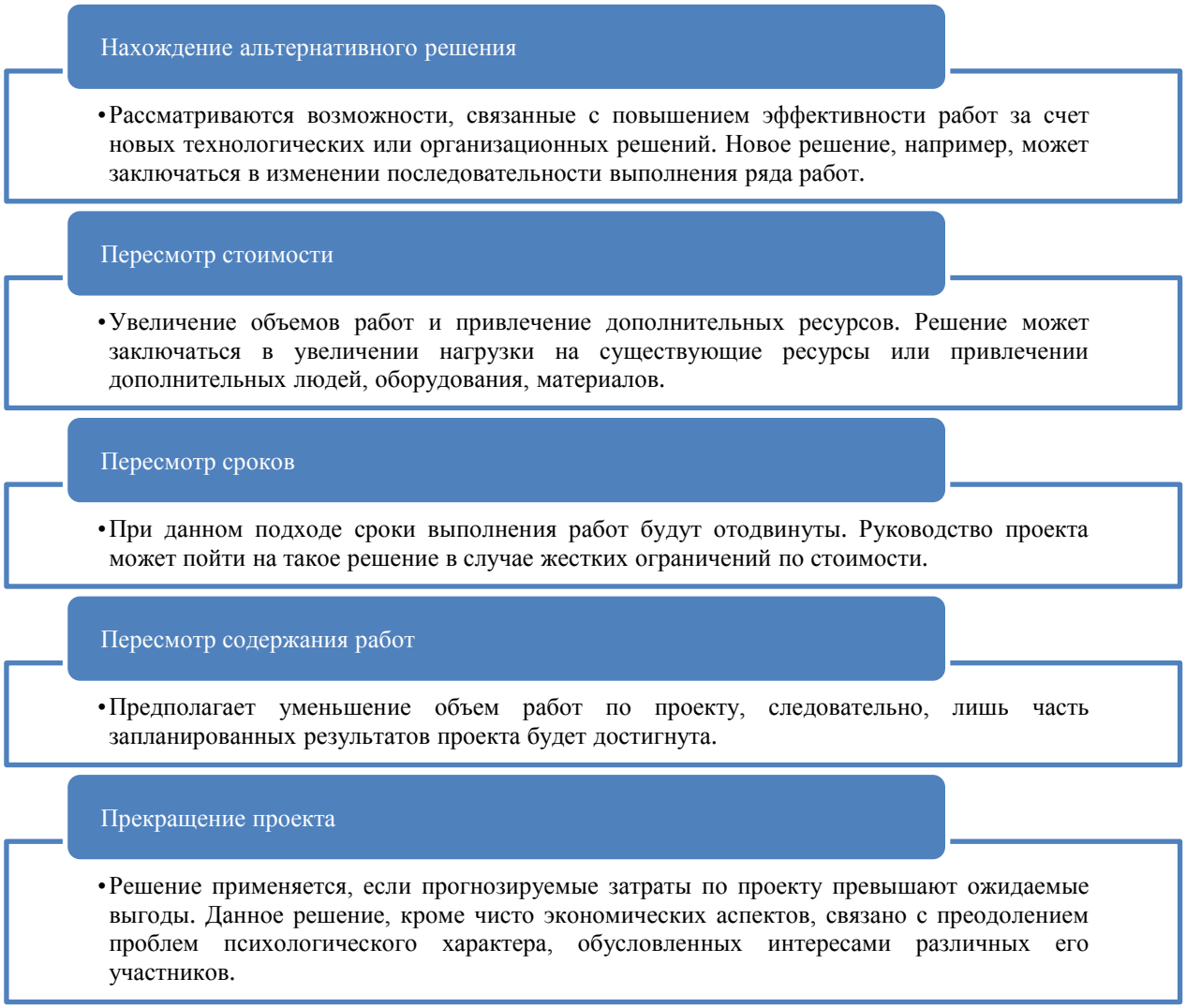


Рисунок – Действия при отклоненинии проекта от плана

Источник: собственная разработка автора

В процессе контроллинга проекта проводится анализ его состояния по факту, принимаются в расчет полностью законченные работы, достигнутые промежуточные результаты, а также поддающиеся измерению и оценке завершенности работы, находящиеся в процессе выполнения.

Оценки по выполненным и предстоящим объемам работ также могут быть полезны:

– для пересмотра оценок длительности работ;
– определения причин задержек;
– стоимостного анализа на основе факта.

Пересмотр оценок длительности работ проводится, если на стадии планирования использовались ошибочные оценки продолжительности работ на основе их объема, что неизбежно проявится в отчетах об их фактическом выполнении. В данном случае эти оценки должны быть пересмотрены.

Определение причин задержек проводится на основе совместного анализа отклонений от плана по времени и выполненным объемам работ, что может дать менеджеру начальные идеи о причинах задержек.

При эффективной системе контроллинга проекта, менеджер достаточно быстро выявляет отклонение показателей от плановых и своевременно выполняет корректирующие действия. Данные мероприятия рекомендуется также тщательно планировать.

Таким образом, принимая решение о внедрении системы контроллинга проекта следует понимать, что перед ним как инструментом планирования и контроля должна стоять задача оперативного сбора, обработки и анализа информации.

Как результат применения системы контроллинга проекта можно отметить:

- рост эффективности реализации проекта;
- сокращение временных затрат на принятие управленческих решений;
- оптимизацию управления затратами;
- рост уровня рентабельности проекта.

Следовательно, контроллинг как концепция управления, необходим практически при управлении любым проектом. Он оказывает содействие повышению качества управления и ориентирован на перспективное развитие проекта, основной целью которого является ориентация управленческого процесса на максимизацию прибыли при минимизации риска и сохранение ликвидности и платежеспособности проекта.

Список литературы

1. Маркина, И.А. Контроллинг для менеджеров: учеб. пособие / И.А. Маркина, О.М. Таран-Лала, М.В. Гуниченко. – М.: ЮНИТИ, 2010. – 351 с.

2. Управление проектами: учеб. пособие / И.И. Мазур [и др.] , под. общ. ред. И.И. Мазура, В.Д. Шапиро. – 6-е изд., стер. – М.: Омега Л, 2016. – 960 с.

This article describes the main elements and functions of the controlling system, designed to ensure the effective implementation of projects. The basic concepts revealing the content of controlling function are systematized, its purpose and tasks are designated. The main controlling elements used in modern project management are considered.

Лещенкова Екатерина Алексеевна, студентка 4 курса направления 38.03.02 Менеджмент, ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной служба при Президенте Российской Федерации», Смоленский филиал

Кирсанова Олеся Геннадьевна, кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой менеджмента ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной служба при Президенте Российской Федерации». E-mail: kirsanova_og@mail.ru.

УДК 338.5

В. И. Литвинчик

РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОДАЖАМИ ИТ-ПРОДУКТОВ

Проанализирована деятельность отдела маркетинга и продаж ООО "Экспозит" по предоставлению услуг в области аутсорсинга и разработки программного обеспечения. Исследованы необходимые действия для построения эффективно функционирующей системы управления продажами в ИТ-компании и особенности управления в области информационных технологий.

Каждая сфера деятельности дифференцируется по различным способам ведения бизнеса, продуктами, политикой и т.д. Основополагающим фактором поддержания и укрепления конкурентоспособности компании на рынке ИТ-услуг является эффективная

система управления продажами. Управление продажами позволяет принимать оптимальные решения, приводящие предприятие к финансовому успеху.

Чаще всего ИТ-компании работают на рынке B2B (business-to-business, «бизнес для бизнеса»), который накладывает своеобразные особенности на деятельность всего предприятия, а также формирование системы управления продажами. В результате обострения конкуренции мировой рынок B2B давно вышел за рамки, которые ограничивались производством продуктов и услуг надлежащего качества. Теперь товары должны не только быть высококачественными, но и максимально удовлетворять запросы конкретного рынка.

При разработке и совершенствовании системы управления продажами стоит обращать внимание на такие определяющие пункты исследования, как анализ текущего процесса продажи, состояние информационных систем компании, анализ собственных продаж, планирование и оценка эффективности работы с клиентами, оценка влияния непрямого воздействия на рынок (реклама, продвижение).

Основным акцентом при организации продаж является структура службы продаж, процесс продаж, регламентирующие документы, нормативы, связи с другими службами, участвующими в процессе продаж, качество предоставляемого продукта и способности менеджеров, взаимодействующих с клиентами.

Для построения системы управления продажами необходимо выполнить следующие задачи:

– изучить ситуацию на рынке аутсорсинга ИТ-услуг, выявить перспективные направления работы;

– выбрать принцип сегментации потенциальных клиентов услуг по разработке программного обеспечения и провести сегментацию потенциальных клиентов;

– определить потенциал потребления услуг компании и конкурентную обстановку в различных сегментах рынка;

– определить стратегические направления развития компании;

– сформировать предложение для рынка;

– определить наиболее привлекательные, целевые для компании сегменты в краткосрочной и долгосрочной перспективе;

– распределить ответственность за эти сегменты между менеджерами, которые формируют обоснованные планы продаж по своим направлениям;

– определить потенциал производственных мощностей компании по сегментам, направлению разработки, конкретным услугам или продуктам;

– определить методики продвижения продукции компании в каждом из сегментов;

– разработать план продвижения, систему развития Интернет-рекламы, стимулирование сбыта, PR, личных продаж и прямого маркетинга;

– установить планы продаж по сегментам, по ответственным за них менеджерам, как на основании результатов, достигнутых компанией в прошлом периоде, так и утверждённых стратегических приоритетов;

– консолидировать планы продаж в бизнес-план организации с двумя ключевыми показателями – портфель продаж на 3-5 лет, объем выручки на 3-5 лет;

– разработать систему мотивации и контроля менеджеров по продажам;

– разработать систему оперативной управленческой отчетности.

Обязательными инструментами для построения эффективной системы управления продажами являются планирование продаж, повышение профессионального уровня специалистов и автоматизация процессов.

Маркетинг и продажи в ИТ компаниях строятся на основе «воронки продаж», ведения истории взаимодействия с клиентом, и соответственным образом автоматизируются в системе CRM (для управления маркетинговыми кампаниями, взаимоотношениями с лидами и клиентами) и системе управления проектами (от этапа запроса RFP постоянным клиентом). Для совершения большего количества звонков, получения статистики по звонкам используется IP-телефония.

В систему управления продажами входит определение целевых сегментов, на которые направлена система продаж, используемые каналы распределения, управление каналами, организация и стратегия отдела продаж, управление отделом продаж, навыки персональных продаж и управление взаимоотношениями.

Для определения целевой аудитории выделяются целевые сегменты и их потребности, оптимальный ценовой диапазон. Что в особенности важно для рынка аутсорсинга ИТ-услуг – это определение своих конкурентных преимуществ, возможностей улучшения качества предоставляемых услуг и повышения показателя лояльности клиентов, а также стратегических ниш рынка и тактик освоения новых направлений.

Кроме оценки используемых каналов распределения, необходимо исследовать возможные типы каналов распределения, возможности получения информации от потенциальных и существующих клиентов, изучить потребности и условия, при которых возможно сотрудничество в рамках аутсорсинга разработки программного обеспечения.

Управление взаимоотношениями включает поиск потенциальных клиентов, выстраивание продаж под потребности конкретных клиентов, презентации и переговоры, подбор аргументов, заключение сделок.

Значительную роль в построении эффективного маркетинга играет построение CRM-системы (Customer Relationship Management - Управление отношениями с клиентами). В настоящее время на рынке существует множество систем различной специфики и наполненности. Основные их функции – построение процессов управления деятельностью, хранение клиентской базы с историей коммуникации, маркетинговая рассылка, отчетность и интеллектуальная система анализа всевозможных KPI (Key Performance Indicator – ключевые показатели эффективности сотрудников), стоимости приобретения нового клиента, в том числе построение воронки продаж (sales funnel) [3,с. 61].

Система управления продажами предполагает планирование продаж отдельно для каждого канала, обучение и стимулирование участников системы сбыта, поддержание обратной связи, постоянный контроль над качеством работы, корректировка условий с учетом результатов. Перед специалистами отдела маркетинга и продаж должны быть поставлены четкие задачи, распределены функции и обязанности.

Управление отделом продаж в любой компании, в том числе ИТ направленности, предполагает четкое планирование, мотивацию сотрудников, обмен опытом, общее подведение итогов работы отдела и определение стоимости продаж. Результатом общей оценки системы управления продажами является ее регулирование в зависимости от результатов.

Работающая система управления продажами подразумевает автоматизацию за счет делегирования основных функций руководителю отдела:

1. Функция планирования. Руководитель отдела продаж организует сбор и анализ данных, для прогнозирования продаж на ближайший период. Для этого необходимо разложить показатель выручки до промежуточных показателей − конкретных действий персонала отдела. После чего промежуточные показатели распределяются для каждого сотрудника, что позволит постепенно достичь общих целей компании.

2. Функция организации. Реализация системы проведения совещаний по циклу Деминга или PDCA (Plan − Планируй, Do – Делай, Check − Проверяй, Act − Корректируй).

Имея четкий график работы и зная, что и в какое время должен совершить сотрудник, можно настроить эффективную систему управления продажами.

3. Функция мотивации. Руководитель отдела продаж поддерживает систему управления продажами мотивацией сотрудников. Каким инструментом пользоваться для управления зависит от типа личности сотрудника. В ИТ-компании мотивация понимается как в контексте достижения/ не достижения целей всей компании по укреплению позиции на рынке, освоению новых направлений, так и в рамках личных интересов каждого сотрудника.

4. Функция контроля. Система управления не работает без регулярно поступающих и анализируемых отчетов.

5. Функция обучения. Система управления продажами предполагает построение внутреннего обучения. Реализуется через тренинги, мастер-классы и совещания, обмен опытом. Следует подготовить методические материалы по тренингам для каждого этапа бизнес-процесса и разработать скрипты для каждого этапа продаж. Важно отслеживать эффективность работы сотрудников в рамках задач по обучению.

Преимуществом процессного подхода к управлению продажами является четкая регламентация деятельности в области продаж, ориентация исполнителей на результат, что отражается в том числе системами мотивации персонала службы продаж, более значительная операционная эффективность и результативность принятия решений в области продаж.

По итогам разработки системы управления продажами предприятие получает:

– описанную технологию и основной процесс продаж, в том числе стандарты (скрипты) контакта с клиентом в различных ситуациях;

– набор управленческих показателей, с помощью которых руководитель сможет оценивать эффективность работы отдела продаж (систему ключевых показателей эффективности подразделения продаж (KPI));

– эффективную систему мотивации отдела продаж, направленную на реализацию основных задач компании;

– модель регулярных управленческих действий руководителя и система контроля;

– план развития системы продаж компании;

– персонал, обученный технологии активных продаж с учетом специфики работы в ИТ-компании;

– повышение прозрачности деятельности и управляемости компании.

Правильно построенная система управления продажами повышает результативность работы менеджеров по продажам, позволяет ввести новых сотрудников в отдел продаж, в максимально короткие сроки реализовать активные продажи на практике, привлечь новых клиентов, адаптировать стратегию под актуальные запросы рынка и, соответственно, увеличить объемы продаж.

Список литературы

1. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер – 3-е изд. / Ф.Котлер. – М.: Альпина Паблишер, 2011. – 211 с

2. Беквит, Г. Продавая незримое: руководство по современному маркетингу услуг [Текст]: монография / Г. Беквит – М.: Альпина Паблишер, 2014. - 219 с.

3. Tracy, B. The Psychology of Selling: How to Sell More, Easier, and Faster Than You Ever Thought Possible [Paperback]: textbook / B.Tracy – Nashville: Thomas Nelson Incorporated, 2006 - 220 p.

The article analyzes the activities of Exposit's marketing and sales department (Exposit offers a full range of services in software development outsourcing and solutions for IT infrastructure). Investigated the necessary steps to build a well-functioning system of sales management in the IT company and management features in the information technologies sphere.

Литвинчик Виктория Ивановна, студентка 4 курса специальности «Управление информационными ресурсами» факультета математики и информатики Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: victooria.my@gmail.com.

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. E-mail: s.leshuk@grsu.by.

УДК 338.314

Е. Н. Ломейко, А. И. Третьяк, А. В. Илючек

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ОАО «ГРОДНЕНСКИЙ КОНСЕРВНЫЙ ЗАВОД»

В данной статье рассмотрена эффективность работы завода, проанализированы сведения об объёмах производства и реализации отдельных видов продукции. Выявлена необходимость в мерах по улучшению его финансово-хозяйственной деятельности и предложены соответствующие мероприятия.

В условиях рыночных отношений главным критерием оценки эффективности деятельности любого предприятия являются прибыльность и рентабельность. Достижению их высокого уровня способствует глубокое экономическое исследование формирования финансовых результатов деятельности как основу принятия взвешенных решений по их экономическому регулированию, влиянию ряда факторов, которые формируют такие результаты.

Актуальность темы состоит в том, что в данный период времени множество предприятий имеют проблемы, недоработки в своей структуре, из-за чего становятся нерентабельными и не приносят прибыли. На примере Гродненского консервного завода выявлены возможные пути решения финансово-хозяйственных проблем предприятия.

Прибыль – это объективная экономическая категория товарно-денежных отношений, которые охватывают широкий, очень многогранный круг общественных отношений, связанных с образованием, распределением и использованием дополнительного продукта, что находит отражение в экономических отношениях между рабочим и предприятием, между предприятиями одной и различных отраслей производства в процессе их хозяйственной деятельности, между предприятиями и государством через финансово-банковскую систему [1, с.212].

Прибыль показывает абсолютный эффект деятельности предприятия без учета ресурсов, вложенных предприятием для осуществления своей деятельности, поэтому его следует дополнять показателями рентабельности, которые и характеризуют степень доходности предприятия.

Рентабельность – это качественный, стоимостной показатель, характеризующий уровень отдачи вложенных затрат или уровень использования ресурсов, которые имеются в наличии предприятия, связанные с достижением определенного хозяйственного результата.

В общем смысле рентабельность продукции подразумевает, что производство и реализация данного продукта приносит предприятию прибыль. Нерентабельное производство - это производство, не приносящее прибыли. Отрицательная рентабельность - это убыточная деятельность. Уровень рентабельности определяется с помощью относительных показателей - коэффициентов.

Предприятие является рентабельным, если сумма выручки от всех видов деятельности отчетного периода покрывает не только расходы, но и ее достаточно для образования прибыли. Таким образом, рентабельность характеризует результативность (эффективность) работы предприятия, дает представление о способности предприятия увеличивать свой вложенный капитал [2, с.154].

Рассмотрим эффективность ОАО «Гродненский консервный завод», целью которого является хозяйственная деятельность, направленная на получение прибыли.

ОАО «Гродненский консервный завод» в соответствии с основной целью осуществляет не запрещенные законодательством Республики Беларусь виды деятельности, в том числе: производство фруктовых и овощных соков; прочие виды переработки и консервирования фруктов и овощей; производство пряностей и приправ; производство безалкогольных напитков, минеральной воды и других вод в бутылках.

По состоянию на 01.01.2017 производственные мощности завода позволяют произвести продукции в количестве 13 570 тонн. Фактически за 2017 год выпуск продукции составил 2 383 тонны. Соотношение выпуска продукции к производственной мощности (загрузка мощностей) за год составляет 17%.

Наибольший удельный вес в объеме производства в 2017 году занимают: производство гороха консервированного без уксуса – 44,1%; напитков безалкогольных, соков фруктовых и овощных – 38,69%; фруктов консервированных прочих – 7,80%; овощей консервированных прочих без уксуса – 6,97%.

Рассмотрим показатели эффективности реализации продукции на внутреннем рынке за 2017 г. (таблица.1).

Таблица 1 - Реализации отдельных видов продукции на внутреннем рынке за 2017 г.

Наименование продукции	Выручка от реализации продукции, тыс. рублей	Себестоимость реализованной продукции, тыс. рублей	Прибыль от реализации тыс. рублей	Рентабельность реализованной продукции %
Соки	335,88	638,56	-302,68	-47,40
Безалкогольные напитки	114,41	312,81	-198,4	-63,43
Консервы овощные без уксуса	1 223,79	1 263,21	-39,42	-3,12
Консервы овощные с уксусом	152,37	245,35	- 92,98	- 37,90
Кетчупы, соусы	49,74	69,14	- 19,4	-28,05
Джемы	27,13	34,53	-7,4	-21,43
Фрукты консер. прочие	105,33	159,54	-54,21	-33,98
ВСЕГО	208,65	2 723,14	-714,49	-26,2

Источник: собственная разработка авторов на основании данных [3]

Анализ эффективности реализации продукции на внутреннем рынке по видам продукции за январь-декабрь 2017 года показывает, что ОАО «Гродненский консервный

завод» реализовал продукцию в основном ниже фактической себестоимости, что в конечном итоге отрицательно повлияло на результат финансово-хозяйственной деятельности. От реализации продукции на внутреннем рынке получен убыток в размере 714,49 тыс. рублей.

В группе «овощные консервы», определяющее влияние на финансовый результат 2017 года оказала реализация горошка зеленого по ценам, обеспечивающим возмещение затрат. От реализации данного вида продукции получена прибыль в размере 123,7 тыс. рублей.

В 2017 году ОАО «Гродненский консервный завод» поставлял продукцию на экспорт только в Российскую Федерацию.

Рассмотрим показатели эффективности реализации продукции на внешнем рынке за 2017 г. (таблица 2).

Таблица 2 – Реализации продукции на внешнем рынке за 2017 г.

Наименование продукции	Выручка от реализации продукции, тыс. рублей	Себестоимость реализованной продукции, тыс. рублей	Рентабельность реализованной продукции, %
Повидло (барабан)	1,13	3,15	-64,0
Пюре яблочное	99,42	166,94	-40,4
Пюре морковное	1,52	0,91	66,9
ВСЕГО	**102,07**	**171,0**	**-40,31**

Источник: собственная разработка авторов на основании данных [3]

Выручка от реализованной продукции на экспорт составила 102,07 тыс. рублей, себестоимость 171,0 тыс. рублей, убыток 68,93 тыс. рублей, рентабельность - 40,31%. Наиболее рентабельным явилась реализация пюре морковного, рентабельность 66,9%, прибыль, полученная от реализации данной продукции 0,61 тыс. рублей, составила 1,5% в общем объеме экспорта. Продукция, реализованная на экспорт 98,5 % (повидло, пюре яблочное), является нерентабельной. От реализации продукции на экспорт в целом получен убыток 68,93 тыс. рублей, в том числе от реализации пюре яблочного 67,52 тыс. рублей, повидла 2,02 тыс. рублей.

В целом, можно отметить, что организация сбыта продукции на внутреннем и внешнем рынках ОАО « Гродненский консервный завод» отрицательно влияет на финансовое состояние предприятия. Здесь следует отметить как недостаточно эффективную работу маркетинговой службы общества, когда основной экспортный рынок сбыта сконцентрирован у двух контрагентов-резидентов Российской Федерации, так и непосредственно условия и порядок реализации продукции.

Рассмотрим показатели производственно-финансовой деятельности общества за 2016-2017гг. (таблица 3).

Таблица 3 - Основные показатели производственно-финансовой деятельности за 2016-2017 г.

Показатель	2016 г.	2017 г.
Товарная продукция в сопоставимых ценах, тыс. руб.	3047	2648
Выручка от реализации продукции с НДС в действующих ценах, тыс. руб.	2955	2318
Выручка от реализации продукции без НДС в действующих ценах, тыс. руб.	2680	2111

Продолжение таблицы 3

Себестоимость реализованной продукции, тыс. руб.	2358	2397
Прибыль (убыток) от реализации продукции, тыс. руб.	54	-783
Чистая прибыль (убыток), тыс. руб.	-536	-1588
Рентабельность продаж, %	1,8	-33,8
Рентабельность от реализации продукции, %	2,1	-27,1

Источник: собственная разработка авторов на основании данных [3]

В ходе проведенного анализа установлено, что по результатам деятельности за 2017 год выручка от реализации продукции составила 2 111 тыс. рублей, что на 569 тыс. руб. меньше, чем в 2016 г. Себестоимость реализованной продукции по сравнению с прошлым годом увеличилась на 39 тыс. рублей и составила 2397 тыс. руб. По итогам 2017 года получен отрицательный результат от реализации продукции, который составил 783 тыс. руб., что на 837 тыс. руб. меньше, чем в 2016 году.

Убыток по предприятию в сумме 1 588 тыс. рублей сложился из-за отсутствия контроля со стороны руководства за изменениями конъюнктуры рынка, ценами на сырье и вспомогательные материалы, за уровнем затрат на производство и реализацию продукции, недостатка в организации внешнеэкономической деятельности.

В результате анализа прибыли и рентабельности работы ОАО «Гродненский консервный завод» выявлено снижение всех показателей прибыли в 2017 году в сравнении с 2016 годом.

В соответствии с тем, что рентабельность характеризует результативность (эффективность) работы предприятия, можно сделать вывод о том, что завод работает неэффективно и нужны кардинальные меры для улучшения его финансово-хозяйственной деятельности.

Для выхода из сложившейся ситуации предприятию необходимо:

1. больше внимания уделять планированию и распределению прибыли, выполнению плановых задач;

2. повышать конкурентоспособность путем снижения себестоимости своей продукции (внедрение инновационных технологий, использование современного инструмента и материалов, развитие навыка управления проектами);

3. обеспечить эффективный контроль за реализацией мероприятий, направленных на снижение затрат и выход на безубыточную работу.

4. расширять рынок сбыта продукции;

5. исключить неоправданные расходы, потери и простои;

6. провести оптимизацию кадров.

Предложенные мероприятия будут способствовать улучшению эффективности работы предприятия.

Список литературы

1. Мельник, М.В. Комплексный экономический анализ: учебное пособие / М. В. Мельник, А. И. Кривцов, О. В. Горлова. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2014. – 368 с.

2. Экономический анализ: учебник для бакалавров / под ред. Н. В. Войтоловского, А. П. Калининой, И. И. Мазуровой. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2014. – 548 с.

3. Гродненский консервный завод [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://fruktoff.com.- Дата доступа: 24.02.2018.

The article analysis efficiency of joint-stock company «Grodno cannery». Identified a need for changes in financial and economic activities of the factory.

Ломейко Екатерина Николаевна, студентка 2 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: Lomeyko.2015@mail.ru.

Третьяк Алеся Ивановна, студентка 2 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: trietiak.alesia@mail.ru.

Илючек Алеся Владимировна, студентка 2 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: ilyuchek@mail.ru.

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. E-mail: matalytskaya@mail.ru.

УДК 330.564.224

В. А. Маленчик

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОЦЕССОВ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

В статье раскрыто понятие «предпринимательство» и его экономическая сущность. Проведено исследование процессов, происходящих в предпринимательстве, выявлены основные проблемы.

Предпринимательство является составным и основным компонентом рыночной экономики. Без рыночной экономики нет предпринимательства, равно как без предпринимательства нет и самой рыночной экономики. Такая же форма взаимодействия имеет место и при рассмотрении взаимосвязей между предпринимательством и конкуренцией. Конкуренция и предпринимательство неотделимы: без конкуренции нет предпринимательства, а без предпринимательства нет конкуренции.

По определению многих авторов, **предпринимательство –** это процесс создания чего-то нового, обладающего ценностью; процесс, поглощающий время и силы, предполагающий принятие на себя финансовой, моральной и социальной ответственности; процесс, приносящий в результате денежный доход и личное удовлетворение достигнутым. Последний аспект особо важен, поскольку чаще всего выделяют материальную сторону предпринимательской деятельности – получение прибыли. Не менее важен и моральный аспект, а именно возможность предпринимателя быть удовлетворенным своим делом, возможность самореализоваться, найти свое место в жизни путем создания и эффективного ведения собственного бизнеса.

Впервые термин «предпринимательство» был введен в экономическую литературу в XVIII в. в работах Р. Кантильона и в последующем использовался практически всеми экономистами. Ф. Кенэ, А. Смит, Б. Гильдебранд, Ж. Б. Сэй, К. Маркс стремились познать природу прибыли предпринимателя; другие экономисты (А. Маршалл, И. Шумпетер, А. Коуз, П. Друкер) рассматривали предпринимательскую функцию как один из источников экономического роста. Трактовка же самого понятия «предпринимательство», была неоднозначной: от предпринимателя-собственника капитала (А. Смит) предпринимателя-организатора производства (Дж. С. Миллъ и А. Маршалл) до предпринимателя как субъекта с функцией риска и элементами неопределенности (Р.Кантильон, Ф. Найт).

Термины «предпринимательство» и «бизнес» часто употребляются как синонимы. Терминологическое отличие бизнеса и предпринимательства, по мнению А.Н. Асаула, заключается в том, что бизнес для своей рыночной деятельности использует нарушение рыночного равновесия, вызванного предпринимательством. Таким образом, предпринимательство отличается от бизнеса только одним существенным свойством – новаторством, приводящим к нарушению рыночного равновесия. В обиходе обычно допускается равнозначность толкования этих терминов, поскольку термин «предпринимательство» в узком смысле соответствует термину «бизнес» в широком смысле этого слова [3, с. 18].

Именно предпринимательство, его сущность, формы и особенности являются объектом данного исследования.

Говоря об особенностях предпринимательства и предпринимателей, можно отметить такие присущие им качества, как инициатива, риск, новаторство, ответственность за начатое дело, материальная и моральная заинтересованность в результатах своего труда и т.д. К названным качествам следует добавить самостоятельность, творческий поиск, постоянный риск и ответственность, личность предпринимателя и особенно его концептуальное мышление.

В настоящее время в теоретических исследованиях уделяется внимание не только предпринимательству как способу ведения дел на самостоятельной, независимой основе, но и внутрифирменному предпринимательству.

Предпринимательской функцией целесообразно считать функцию зависимости темпов экономического роста от предпринимательской деятельности.

Если предпринимательский потенциал характеризует те возможные результаты, которых могут добиться предприниматели той или иной страны, то задача государства - создать условия для реализации имеющегося предпринимательского потенциала и его наращивания в будущем.

Можно выделить **3 этапа** процесса планирования предпринимательской деятельности:

I этап - анализ внешней среды, т. е. политической и экономической ситуации в стране, анализ отрасли (темпы роста, цикличность, финансовые характеристики), анализ рынка (тактика продаж, рекламность, цены), анализ спроса (изменяемость, длительность, устойчивость), анализ ресурсов (доступность, заменяемость, изменение цен, воздействие на окружающую среду).

II этап - оценка потенциальных возможностей предприятия. Это позволяет обеспечить баланс рыночных запросов с реальными возможностями самого предприятия, выработать обоснование производственной программы и особенности поведения на рынке.

III этап - выбор вариантов развития предприятия (составление бизнес-плана: описание товаров и услуг, производственный (организационный) план, маркетинговый и финансовый планы).

К основным характеристикам предпринимательской деятельности относятся следующие:

– предпринимательская способность есть специфическая черта небольшой части активного населения;

– главной сущностной характеристикой предпринимательства выступает реализация инноваций;

– инновация включает в себя широкий диапазон изменений (технические, технологические, продуктовые, организационно-управленческие, экономические, социальные и экологические), наиболее важным критерием инновации является наличие нового, нетрадиционного применения факторов производства, дающих высокий экономический результат;

– использование инноваций позволяет отождествлять результаты развития научно-технического прогресса в стране с развитием предпринимательства;

– в силу названных свойств предпринимательская способность в современных условиях ограниченности ресурсов является ключевым фактором производства, способным обеспечить экономический рост [2, с. 37].

Современный этап развития предпринимательства связан с новой парадигмой управления, усилением роли новаторства. Устремления организации сегодня направлены на обеспечение долгосрочной устойчивости, а не на максимизацию частного результата. Ключевую роль играет не приспособление к меняющимся условиям, а утверждающее управление, которое предусматривает способность организации самостоятельно формировать окружающую среду для достижения свои целей.

Современные приоритеты управления предусматривают рационализацию не использования ресурсов, а самой формы и способа хозяйствования, что становится ключевым звеном предпринимательской деятельности. При этом особая роль отводится сегодня инновационным структурам и сетевым организациям.

Инновационная деятельность в современной экономике становится определяющим признаком предпринимательства. Причем новаторство – это не просто изобретение или открытие, оно предполагает практическую реализацию предпринимательской идеи, т.е. коммерциализацию новых технических, технологических, организационных и иных разработок. Важный аспект развития предпринимательства – появление высокотехнологичных, в том числе венчурных фирм, где в одном лице выступает изобретатель и предприниматель.

Создание инновационной инфраструктуры зависит от уровня технологического и экономического развития национальной экономики. В странах, имеющих развитую производственную инфраструктуру, сегодня наблюдается процесс софтизации, характеризующийся повышением роли невещественных, нематериальных факторов производства, информатизацией общества.

Софтизация переплетается с сервизацией – опережающим развитием сферы услуг. Таким образом, формируются реальные возможности создания сети консалтинговых, инжиниринговых, сервисных, информационных услуг, способствующих поддержке инновационных процессов.

Еще одним признаком, присущим современному предпринимательству, является коммерческий риск. Уровень риска сегодня возрастает, коррелируя со степенью сложности и неопределенности внешней среды, что значительно затрудняет принятие рациональных решений в организации. Коммерческий риск связан с проявлением инициатив, внедрением инноваций конкурентами и требует принятия адекватных мер по поддержанию конкурентоспособности со стороны других участников рынка. Результатом является предпринимательская выгода как отражение реализованных конкурентных преимуществ.

Не всякую хозяйственную деятельность можно считать предпринимательской, а лишь ту, которая связана с риском, инициативой, предприимчивостью, самостоятельностью, ответственностью, активным поиском [1, с. 46].

В наше время всем очевидна необходимость широкого развития предпринимательства в Беларуси. Предпринимательство как одна из конкретных форм проявления общественных отношений способствует повышению материального и духовного потенциала общества.

Современное положение нашей страны показывает, что без сильного производственного предпринимательства нет нормальной экономики, нет гарантированной социальной жизни, нет здорового общества. Печально, что в Беларуси не создано пока еще так называемое предпринимательское пространство, включающее в себя правовую, социальную и экономическую сферы.

Уникальность значения предпринимательского потенциала состоит в том, что именно благодаря ему приходят во взаимодействие прочие экономические ресурсы - труд, капитал, земля, наука. Инициатива, риски, умение предпринимателей, помноженные на рыночный механизм, позволяют с максимальной эффективностью использовать все прочие экономические ресурсы, стимулировать экономический рост. Как показывает опыт многих стран с рыночной экономикой, их экономические достижения, в том числе темпы экономического роста, инвестиционная активность, технологические нововведения, напрямую зависят от реализации предпринимательского потенциала. Так, экономический курс, ориентированный на поддержку предпринимательства, уменьшения государственных расходов и государственного регламентирования, позволил США и ряду других западных стран весьма эффективно преодолеть многие экономические трудности 1980-90 годов.

Анализ экономической литературы и фактических статистических данных о деятельности субъектов предпринимательства свидетельствует об усилении роли предприятий даже в странах с развитой рыночной экономикой, хотя устойчивость таких предприятий относительно низкая. При росте численности предприятий, развитой инфраструктуре и государственной поддержке, предпринимательство является важным фактором решения экономических, социальных задач, а также занятости населения. Все эти и другие экономические и социальные аспекты предпринимательства ставят его развитие в разряд важнейших государственных задач, делают его неотъемлемой частью реформирования экономики Беларуси [1, с. 97].

Что касается развития корпоративного предпринимательства, следует отметить, что его характерной особенностью сегодня является вовлечение в предпринимательский процесс все большего числа участников и распределение выполнения предпринимательской функции в виде процесса принятия решений между менеджерами различных уровней. Таким образом, корпоративное предпринимательство сегодня – удел коллективной деятельности. Причем по своим деловым качествам, ценностям, корпоративным нормам поведения менеджеры отличаются от классических предпринимателей. Им присущи стремление работать в команде, коллективизм, осознание ценности сотрудничества.

Что касается малого и среднего предпринимательства, необходимо отметить, что их развитие и поддержка в современных условиях являются важнейшим направлением государственной политики.

Основной признак развитости экономики любой страны – наличие малых предприятий в ее структуре. Благодаря малому бизнесу происходит устойчивый рост национальной экономики, на конкурентной основе рынок заполняется товарами и услугами, продвигаются новые технологии, способствующие выпуску продукции, отвечающей требованиям рынка, обеспечивается занятость населения.

Менее благоприятные условия хозяйствования, чем у крупных предприятий, обусловливают меньшую устойчивость и конкурентоспособность малого бизнеса, поэтому он нуждается в государственной поддержке.

Опыт развития мировой экономики показывает, что политика государства, ориентированная на оказание помощи малому и среднему предпринимательству и содействие их развитию, дает ощутимые результаты в достижении сбалансированного экономического роста.

Законом Республики Беларусь от 16.10.1996г. № 685-XIII «О государственной поддержке малого предпринимательства в Республике Беларусь» определены основные направления, по которым должна осуществляться поддержка малого предпринимательства, а именно:

✓ формирование инфраструктуры поддержки и развития малого предпринимательства, в том числе содействие организации и деятельности центров поддержки

предпринимательства и инкубаторов малого предпринимательства, инновационных центров и торгово-промышленных палат;

✓ создание льготных условий для доступа субъектов малого предпринимательства к финансовым, материально-техническим и информационным ресурсам, а также к научно-техническим разработкам и технологиям;

✓ введение упрощенной системы регистрации, налогообложения, учета и отчетности для субъектов малого предпринимательства, лицензирования их деятельности, сертификации выпускаемой ими продукции;

✓ поддержка внешнеэкономической деятельности субъектов малого предпринимательства, включая содействие развитию их производственных, торговых, научно-технических и информационных связей с зарубежными партнерами;

✓ организация подготовки, переподготовки и повышения квалификации руководителей, специалистов и персонала для малого предпринимательства;

✓ реализация программ, направленных на насыщение рынка экологически чистыми и безопасными товарами, конкурентоспособными средствами их производства;

✓ организация многопрофильных исследований предпринимательских структур.

Следует отметить, что выделение малого и среднего предпринимательства в РБ в отдельный блок в соответствии с этим законом связано с необходимостью оказания им государственной поддержки для развития деятельности. Данный подход означает в конечном итоге поддержку конкретных предприятий в финансовой, имущественной, консультационной, информационной и других сферах.

Кроме того, на мой взгляд, в настоящий момент чрезвычайно актуальна поддержка малого и среднего предпринимательства как социально-экономического явления. Данное направление предполагает создание и регулирование институтов, определяющих возможность появления новых социально-экономических коммуникаций как внутри фирмы, так и между фирмой и внешней средой.

В основу предпринимательской деятельности сегодня закладывается именно способность экономического субъекта качественно видоизменять сети хозяйственных отношений. С этой стороны, по моему мнению, необходима поддержка малого и среднего предпринимательства путем содействия в создании инновационных сетей, в том числе технопарков, бизнес-центров и бизнес-инкубаторов, а также региональных предпринимательских кластеров и сетей. Методология их разработки в регионах Беларуси требует отдельного исследования.

Список литературы

1. Дадалко, С.В. Развитие предпринимательства и формирование системы его государственной поддержки / С.В. Дадалко. – Минск: Армита, 2005. – 116 с.

2. Райзберг, Б.А. Основы экономики и предпринимательства / Б.А. Райзберг – М.: ТОО ”Вес", 2000. – 120 с.

3. Догиль, Л.Ф. Предпринимательство и малый бизнес: учеб. пособие / Л.Ф. Догиль, Б.Д. Семенов. – Минск: Вышэйшая школа, 2003. – 266 с.

The article describes the concept of "entrepreneurship" and its economic essence The processes occurring in entrepreneurship were studied. It occupies an important place in economic relations. Entrepreneurial activity significantly influences the formation of society values. The state and development trends of entrepreneurship allow us to identify the main problems.

Маленчик Виктория Андреевна, студентка 2 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: vmalenchik@mail.ru.

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. E-mail: matalytskaya@mail.ru.

УДК 338.23

К. Л. Матылевич, В. Ю. Снежко

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В данной статье рассматривается экономическая безопасность как сложная система, приводятся виды экономической безопасности и их характеристика.

На сегодняшний день ни одно государство в мире не может существовать изолированно от других стран. Кому-то нужно топливо, кому-то газ, кому-то продукты питания… Взаимодействие между странами складывалось десятилетиями, а иногда столетиями, вынуждая правительство государств выстраивать свою политику, учитывая существующие современные политические, культурные и экономические связи. Именно тесные экономические связи, а если быть точнее зависимость от внешних сырьевых рынков, а также рынков сбыта продукции влияет на экономическую безопасность. В этом отношении Республика Беларусь не является исключением, и именно обеспечение экономической безопасности является одной из ключевых задач, стоящих перед Правительством нашей страны.

В Концепции национальной безопасности отмечено, что необходимым условием нейтрализации внутренних источников угроз национальной безопасности в экономической сфере является поддержание долгосрочной макроэкономической стабильности посредством структурной перестройки экономики Республики Беларусь на основе прямых иностранных инвестиций, роста производительности труда и инновационной активности всех субъектов хозяйствования, сокращения отрицательного сальдо внешней торговли, снижения импортоемкости, материалоемкости, себестоимости и повышения качества производимой продукции.

Экономическая безопасность представляет собой сложную систему, составляющими которой являются отдельные виды безопасности. Как известно для достижения экономической безопасности государству необходимо принимать комплексные меры во всех сферах.

Виды наиболее существенной экономической безопасности:

1) производственная безопасность;
2) социальная безопасность;
3) инновационная безопасность;
4) энергетическая безопасность;
5) продовольственная безопасность;
6) финансовая безопасность;
7) внешнеэкономическая безопасность.

Производственная безопасность.

В целях достижения производственной безопасности предприятиям с традиционными и низкими технологиями, высокой импортоемкостью и материалоемкостью необходимо реструктуризировать, в том числе путем продажи активов частным инвесторам, перераспределения и перетока трудовых, финансовых и материальных ресурсов в новые и

перспективные сектора экономики.

Привлечение внешних ресурсов в экономику Республики Беларусь целесообразно осуществлять в виде прямых иностранных инвестиций в валютоокупаемые проекты, не влекущие за собой накопление внешних обязательств государства и обеспечивающие трансфер зарубежных знаний и технологий, выход на новые экспортные рынки с конкурентоспособной продукцией.

Важным вопросом в обеспечении производственной безопасности является достижение необходимых объемов производства, в том числе путем совершенствования форм и методов управления, а также развития кадрового потенциала, при одновременном повышении квалификации и активности управленцев [1].

Социальная безопасность.

Для достижения социальной безопасности нужно обеспечить соблюдение пороговых значений малообеспеченности, что должно способствовать сохранению стабильности в обществе, недопущению деструктивных социальных процессов.

Немаловажно то, что систему социальной поддержки граждан также необходимо развивать, усиливать адресность оказания социальной помощи, повышать эффективность государственных пенсионных расходов, проводить мероприятия, направленные на недопущение роста уровня малообеспеченности при одновременном улучшении качества жизни населения с низкими доходами.

Обновленный Декрет №3 «О предупреждении социального иждивенчества», который заработает в полном объеме с 1 января 2019 года, является важной мерой, направленной на предупреждение социального иждивенчества, стимулирования трудоспособных граждан к трудовой деятельности. Данный нормативный акт направлен на достижении той самой экономической безопасности Республики Беларусь.

Статистические данные, которые характеризуют уровень малообеспеченности населения по г. Минску, указывают на то, что меры принимаемые государством в данном направлении в соответствии с Декретом №3, принятым Президентом Республики Беларусь от 2 апреля 2015 г. «О предупреждении социального иждивенчества» [5], способствовали поступательному снижению количества населения с низким уровнем обеспеченности [7].

Инновационная безопасность.

Инновационная безопасность подразумевает под собой необходимость повышать долю внутренних затрат в ВВП на научные исследования и разработки.

В соответствии с Программой социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы [4] поставлена цель улучшить ситуацию в данной сфере за счет следующих мер: совершенствование денежно-кредитной и валютной политики, создание полноценного финансового рынка, сбалансированный бюджет без роста налоговой нагрузки, финансовое оздоровление реального сектора экономики, совершенствование отношений собственности, эффективное государственное управление, повышение эффективности инвестиций, привлечение прямых иностранных инвестиций, рост реальных денежных доходов, приоритеты и направления внешнеэкономической деятельности и др.

Энергетическая безопасность.

Для того, чтобы обеспечить энергетическую безопасность целесообразно проведение энергосберегающей политики и повышение энергоэффективности экономики, внедрение современных энергосберегающих технологий.

Немаловажна диверсификация источников получения энергоресурсов, использование альтернативных энергоносителей с расширением местных источников энергии, увеличение стратегических запасов импортируемых видов топлива.

Для достижения энергетической безопасности в Республике Беларусь возводится атомная электростанция, которая принесет значительный вклад в обеспечение

экономической безопасности нашей страны.

Кроме того, важным стало принятие Директивы Президента Республики Беларусь от 14 июня 2007 года №3 «Экономия и бережливость – главные факторы экономической безопасности государства» [6].

Продовольственная безопасность.

Развитие агропромышленного комплекса – ключевое в продовольственной безопасности.

Для укрепления главное – это сокращение количества низкорентабельных и убыточных организаций сельского хозяйства, углубление региональной и отраслевой специализации, кооперации и интеграции.

Важным является переход на регулирование закупочных цен путем установления базисных минимальных гарантированных цен, расширение рыночных форм ценовой поддержки производителей сельскохозяйственной продукции, снижение материальных затрат, направление финансовых ресурсов исключительно эффективно работающим хозяйствам и на поддержку приоритетных направлений, повышение качества и безопасности продуктов питания при умеренном росте цен на них.

Финансовая безопасность.

Для финансовой безопасности главное – принимать меры по снижению уровня инфляции, поддержанию стабильного обменного курса белорусского рубля, осуществлению сбалансированной кредитно-денежной политики, сокращению дефицита платежного баланса, повышению золотовалютных резервов, развитию внутреннего финансового рынка.

Кроме того, необходимо своевременно осуществлять платежи по обслуживанию внешнего долга за счет доходов республиканского бюджета, принимать меры по его погашению за счет рефинансирования [3].

В целях достижения финансовой безопасности Правительство Республики Беларусь должно принимать всевозможные меры по улучшению делового и инвестиционного климата, активизировать привлечение прямых иностранных инвестиций, развивать рынок ценных бумаг, лизинга.

Внешнеэкономическая безопасность.

Для обеспечения Внешнеэкономической безопасности Республики Беларусь необходимо выровнять баланс внешней торговли товарами и услугами, уйти от зависимости от одной страны во внешнеторговом обороте.

Для этого необходимо нарастить экспорт товаров и услуг, замедлить темпы роста ввоза в страну потребительских и промежуточных товаров по отношению к темпам роста ВВП.

Этому будет способствовать осуществление страновой и отраслевой диверсификации внешнеторговых отношений, расширение участия Республики Беларусь в интеграционных процессах и активизация сотрудничества с международными экономическими организациями [4].

В целях продвижения отечественных технологий, научных разработок, товаров и услуг на внешний рынок Совет Министров Республики Беларусь принял постановление № 1083 от 23 декабря 2015 года «Об утверждении плана национальных выставок (экспозиций) Республики Беларусь за рубежом на 2018 год» [2]. В соответствии с планом выставки пройдут в ряде стран, таких как Боливия, Вьетнам, Германия, Грузия, Индия, Иран, Россия, Словения, Япония.

Важным является создание и функционирование совместных и иностранных коммерческих организаций, транснациональных корпораций, финансово-промышленных групп, повышение конкурентоспособности ориентированных на экспорт предприятий.

Необходимо уделить внимание и кадровым мерам, в частности, проводить формирование и обновление резерва кадров внешнеторговых и маркетинговых служб

предприятий-экспортеров.

Необходимо регулярно проводить аттестацию руководителей внешнеторговых и маркетинговых служб предприятий-экспортеров, а также направлять мониторинговые группы для оценки эффективности работы маркетинговых служб предприятий.

Так же необходимо разработать критерии получения поддержки экспорта, расширить базу зарубежных банков-партнеров и лизинговых компаний, участвующих в продвижении экспортных товаров и услуг.

Необходимо принимать меры, стимулирующие производство и повышение в экспорте доли товаров и услуг с высокой добавленной стоимостью, развивать инфраструктуру внешней торговли, в том числе товаропроводящих сетей.

Исходя из всего вышеизложенного мы пришли к выводу, что экономика Республики Беларусь остается одной из наиболее затратных в Европе. В силу своего открытого характера она подвержена сильному негативному влиянию внешних и внутренних факторов. Высокая степень зависимости от поставок энергоресурсов, износ основных фондов, высокая себестоимость, импортоемкость производимой продукции ослабляют конкурентоспособность субъектов хозяйствования и белорусских товаров на внутреннем и внешнем рынках, тем самым нанося значительный урок экономической безопасности нашего государства.

Список литературы

1. Мороз, А.И. Оценка эффективности управления в современных условиях развития экономики / А.И. Мороз // Экономика и управление [Электронный ресурс]. – 2010. - №1. – Режим доступа: http://elibrary.miu.by/journals!/item.eiup/issue.21/article.9.html. – Дата доступа: 10.03.2018.

2. Об утверждении плана национальных выставок (экспозиций) Республики Беларусь за рубежом на 2018 год: постановление Совета Министров Республики Беларусь от 23 декабря 2015 г. №1083 // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] // ООО «ЮрСпектр», Нац.центр правовой информации Республики Беларусь. – Минск, 2018.

3. Об утверждении Программы деятельности Правительства Республики Беларусь на 2017 год: постановление Совета Министров Республики Беларусь от 18 февраля 2015 г. №1083 // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] // ООО «ЮрСпектр», Нац.центр правовой информации Республики Беларусь. – Минск, 2018.

4. Об утверждении Программы социально-экономического развития Республики Беларусть на 2016-2020 годы: Указ Президента Республики Беларусь от 31 января 2017 года №31 // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] // ООО «ЮрСпектр», Нац.центр правовой информации Республики Беларусь. – Минск, 2018.

5. О предупреждении социального иждивенчества: Декрет Президента Республики Беларусь от 2 апреля 2015 года №3 // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] // ООО «ЮрСпектр», Нац.центр правовой информации Республики Беларусь. – Минск, 2018.

6.Экономия и бережливость – главные факторы экономической безопасности государства: Директивы Президента Республики Беларусь от 14 июня 2007 года №3 // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] // ООО «ЮрСпектр», Нац.центр правовой информации Республики Беларусь. – Минск, 2018.

7. Официальный сайт Национального статистического комитета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ - Дата доступа: 07.03.2018.

In this article we consider economic security as a complex system, get acquainted with the types of economic security and their characteristics.

Матылевич Ксения Леонидовна, студентка 3 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 3 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. E-mail: moroz_ai@grsu.by.

УДК 338.2

И. А. Мельниченко

ИНСТРУМЕНТАРИЙ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ С УЧЕТОМ МАРКЕТИНГОВОГО ПОДХОДА

В статье анализируется инструментарий для формирования стратегии развития предприятия. Рассмотрена общая система исследований и методов прогнозирования, которая имеет чрезвычайно важное значение, поскольку позволяет установить количественную и качественную взаимосвязь между отдельными элементами и факторами экономической среды, оценить влияние каждого из них на развитие предприятия и рынка и разработать ряд альтернативных вариантов развития событий.

Основной целью стратегического планирования является, как известно, обеспечение высоких экономических результатов деятельности предприятия. А поскольку достижение данной цели возможно только при условии соответствия стратегической программы требованиям рынка (изучение которого, собственно, и является основной задачей маркетинговых исследований), это дает основания говорить об общих задачах, которые необходимо решать в процессе формирования стратегии развития предприятия и проведении маркетинговых исследований, а также о едином методологическом обеспечении.

Формирование стратегии развития предприятия как четкий и последовательный процесс требует соответствующей единой, четко определенной системы методов планирования и маркетинговых исследований. Рассмотрение методологии стратегического планирования через призму последовательных этапов процесса формирования стратегического плана позволяет предложить общую классификационную систему исследовательско-прогностических методов, которая предусматривает их разделение на внутренне ориентированные (заключаются в изучении предприятия) и внешне ориентированные (направленные на изучение особенностей его внешнего окружения).

Внутренне ориентированные методы стратегического планирования охватывают методы ретроспективного анализа производственной деятельности предприятия, методы расчета плановых производственных показателей и методы перспективного анализа производственного потенциала. Так, в процессе ретроспективного анализа проводится оценка достигнутых результатов деятельности предприятия, осуществляется анализ эффективности планирования и маркетинга, а также анализ эффективности использования производственного потенциала. Перспективный анализ потенциала предприятия, в отличие от ретроспективного, предусматривает оценку потенциальных возможностей предприятия по изготовлению запланированного объема продукции. Выбор конкретного метода расчета плановых производственных показателей зависит от поставленных целей и задач планирования.

Планирование стратегии на основе применения вышеприведенных методов расчета плановых производственных показателей позволяет разработать план изготовления

продукции, который будет оправдан с точки зрения внутрипроизводственных возможностей предприятия, однако неизвестно, будет ли он целесообразен в аспекте существующих рыночных тенденций. Именно поэтому неотъемлемым этапом стратегического планирования является анализ рыночных возможностей предприятия. Поскольку действенным инструментом получения необходимой информации о рыночной среде являются маркетинговые исследования, важную роль играет анализ и систематизация методологического инструментария их проведения, то есть системы общих и специальных методов и технологий сбора и анализа первичной и вторичной маркетинговой информации, что в свою очередь позволяет выделить группу внешне ориентированных методов планирования.

Как известно, для качественного выполнения маркетингового исследования необходим поиск и сбор необходимой для анализа маркетинговой информации с использованием различных взаимодополняющих источников и методов ее получения, а также сочетание ретроспективного анализа и перспективного прогноза экономических показателей. Кроме того, каждому этапу маркетингового исследования присущ специфический методологический инструментарий. Так, на стадии сбора маркетинговых данных применяются поисковые методы, которые позволяют получать информацию из внутренних и внешних источников. Обработка маркетинговой информации осуществляется с помощью комплекса аналитических инструментов. С целью предсказания тенденций развития экономической системы используются методы прогнозирования.

Обычно для получения внешних и внутренних вторичных маркетинговых данных используется мониторинг, то есть постоянное отслеживание повседневной, интересной с точки зрения маркетинга внутрикорпоративной информации и сведений о состоянии внешней бизнес-среды. Самым распространенным способом получения внутренней вторичной маркетинговой информации является анализ текущей внутрифирменной документации и обмен информацией между сотрудниками. Источниками внешней вторичной маркетинговой информации являются СМИ, интернет-ресурсы, обзор периодических статистических и отраслевых изданий, общение с деловыми партнерами, посещение промышленных ярмарок, выставок, дней открытых дверей, дружеских встреч, участие в семинарах, совещаниях и собраниях, анализ выводов предыдущих исследований, приобретение сведений от независимых поставщиков информации и т.д.

Для решения задач по исследованию рыночных возможностей предприятия, возникающих в процессе стратегического планирования, часто недостаточно только владение вторичной маркетинговой информацией, необходимым также является получение дополнительных информационных данных путем проведения специальных полевых маркетинговых исследований. В рамках полевых маркетинговых исследований выделяют три группы методов: опрос (коммуникация), наблюдение (регистрация) и эксперимент. Кроме вышеуказанных, выделяют также группу методов панельного обследования, которые целесообразно отнести к коммуникативным методам.

Методы опроса или коммуникативные методы – это группа методов получения первичной маркетинговой информации, которые предусматривают выяснение отношения людей к той или иной проблеме экономического или маркетингового характера путем получения информации от них самих, то есть путем налаживания коммуникативных связей. В группе коммуникативных методов различают количественные, качественные и mix-методы сбора маркетинговой информации. В частности, количественные методы применяются для количественного измерения рыночных явлений и процессов и основаны на обобщении результатов, полученных в результате исследования выборочной совокупности, на всю целевую группу. Им присущи высокий уровень стандартизации, простота организации и процедуры исследования, а также широкие возможности статистической обработки

полученных результатов с использованием методов математической статистики и персонального компьютера. К количественным методам исследования относят личное интервью, телефонный опрос, опрос по почте, интернет-опрос, панельные опросы и метод деловых контактов.

Качественные коммуникативные методы маркетинговых исследований при изучении экономических явлений и процессов используются тогда, когда отсутствует четкое представление о сути исследуемой проблемы или количество информации недостаточно для проведения точных количественных исследований. Им присущи гибкость в выборе методов и средств получения информации, отсутствие ограничений по выражению респондентом собственных эмоций, креативность в решении поставленных проблем, а их результаты носят качественный характер, то есть существуют в виде суждений и оценок.

В зависимости от того, известна ли респондентам настоящая цель исследования, все качественные коммуникативные методы делятся на прямые и косвенные (или проекционные). В основе прямых методов, к которым относят фокус-группы и глубинные интервью, лежит общение исследователя с одним или группой экспертов с целью выявления их отношения к определенного круга маркетинговым проблемам или возможных вариантов решения поставленных задач. Проекционные (косвенные) методы заключаются в имитации определенных ситуаций с целью выяснения скрытых, подсознательных мотивов и чувств субъекта исследования и причин его поведения.

В последнее время распространение получают ,так называемые, mix-методики (hall-тесты и home-тесты), которые достаточно удачно сочетают преимущества качественных и количественных методов коммуникативных маркетинговых исследований.

Наблюдения (регистрация) - группа методов сбора первичной информации поискового характера о поведении объекта исследования в его естественной среде на основе непосредственной регистрации событий очевидцем [1, с.25].

Наряду с этим внимания заслуживают такие новые виды наблюдения как retailaudit (аудит розничной торговли) и mysteryshopping (тайный покупатель), которые являются комплексными и совмещают в себе технологию наблюдения и элементы опроса. Аудит розничной торговли предполагает анализ ассортимента, цен, рекламных материалов в розничных торговых точках и позволяет определить объемы и доли рынка, провести сравнительный анализ различных товаров и участников рынка, выявить незанятые ниши, разработать новые продукты и тому подобное. Суть метода mysteryshopping заключается в оценке исследователем, который находится в роли покупателя, поведения и внешнего вида продавца, уровня его профессионализма, отношения к клиенту и т.д. [2, с.215].

Преимуществами наблюдения являются простота, естественность окружения, относительно низкие затраты, а также возможность исследовать объект независимо от его желания к сотрудничеству. Среди недостатков метода следует отметить констатирующий характер полученной информации, временные ограничения, недостаточный уровень репрезентативности, трудности, связанные с определением реального отношения объекта наблюдения к изучаемому явлению, риском неверной трактовки исследователем его поведения.

Эксперимент как метод получения маркетинговой информации представляет собой контролируемое исследование посредством реализации одного или нескольких маркетинговых мероприятий, которое проводится в ограниченном, тщательно подобранном секторе рынка с целью выявления реакции исследуемых субъектов на изменение определенных факторов или свойств объекта. В зависимости от среды проведения различают лабораторный эксперимент (в искусственно созданных условиях) и пробный маркетинг (в реальных рыночных условиях). Преимуществами эксперимента являются возможность выявить причины и последствия экономического явления, четкость и систематизированность

процесса исследования, а среди недостатков стоит отметить значительные расходы на его проведение, а также невозможность проконтролировать все факторы и результаты эксперимента.

Анализ экономической литературы свидетельствует о существовании широкого спектра поисковых методов получения маркетинговой информации, эффективность практического применения каждого из которых зависит от профессионализма исследователя, правильного выбора метода исследования и соответствия существующей рыночной ситуации.

Полученная в результате проведения поисковых маркетинговых исследований информация является «сырой», то есть требует обработки, интерпретации и систематизации.

Несмотря на широкое применение эвристических методов для прогнозирования практически любого рынка, в том числе и рынка принципиально нового товара, следует помнить об определенном уровне субъективности экспертных оценок и интерпретаций.

Наряду с эвристическими методами маркетинговых исследований в хозяйственной практике часто используются формализованные (экономико-статистические) методы анализа и прогнозирования маркетинговых показателей, основанные на использовании экономико-математических и статистических инструментов. К данной группе относят методы анализа временных тенденций (методы экстраполяции), методы анализа причинно-следственных связей и структурные методы.

В основе методов анализа временных тенденций (методов экстраполяции) лежит предположение о сохранении современных тенденций развития рыночных показателей в плановом периоде, а поэтому они основываются на изучении закономерностей развития изучаемого объекта или явления, учете прошлых тенденций и циклических колебаний и переносе их на будущие периоды [3, с.160]. Методы экстраполяции довольно точны, объективны и недороги, позволяют быстро получить результат, однако требуют специальных знаний и навыков, их целесообразно применять при наличии достаточного количества информации о тенденциях развития изучаемых явлений, а потому они не пригодны для прогнозирования спроса на инновационную продукцию.

Методы анализа временных тенденций занимают важное место в методологии стратегического планирования и позволяют прогнозировать потенциальные объемы производства на основе экстраполяции существующих тенденций развития той или иной товарной группы на предстоящий период. Практическое применение данных методов в процессе формирования стратегии предусматривает расчет среднегодовых, среднеквартальных и среднемесячных темпов прироста производства и реализации продукции.

В условиях стабильности рыночной конъюнктуры экономически целесообразным является применение методов анализа причинно-следственных связей, в основе которых лежит функциональная зависимость изучаемого экономического показателя, явления или процесса от влияния совокупности определяющих внешних и внутренних факторов.

Факторный анализ (анализ причинно-следственных связей) позволяет определить совокупность факторов, влияющих на значение той или иной переменной, объяснить внутреннюю корреляцию независимых переменных и позволяет выбрать наиболее существенные из общего числа факторов влияния. В соответствии с количеством исследуемых факторов различают однофакторные модели, основанные на изучении влияния на исследуемый объект одного наиболее важного фактора при одновременном исключении влияния других; и многофакторные модели, которые предусматривают анализ влияния на объект целого комплекса факторов [4]. В группу методов анализа причинно-следственных связей относят методы корреляционно-регрессионного анализа, методы вариационного

анализа, индексные методы, индикаторные методы, метод прогнозирования на основе использования коэффициента эластичности.

К группе формализованных методов маркетинговых исследований относятся также структурные методы, основанные на сегментации рынка, в частности кластерный и дискриминантный анализ, многомерный анализ (многомерное шкалирование), анализ дополнительного взноса (ценности). В процессе планирования стратегии предприятия часто используются нормативные методы, в основе которых лежит применение системы прогрессивных технико-технологических норм и нормативов организации производственного процесса и норм потребления тех или иных видов продукции. Отдельно стоит выделить другие формализованные методы исследования, которые не вошли ни в одну из вышеуказанных групп, а именно: метод Polli-Cook, метод функционально-стоимостного анализа, метод фокусирующего прогнозирования, модель диффузии, или модель Баса, и метод морфологического анализа.

Формализованные методы маркетинговых исследований характеризуются достаточной степенью точности и объективности прогнозных оценок, не требуют значительных финансовых затрат и времени и могут применяться для планирования производственных показателей на долго-, средне- и краткосрочные периоды.

Наряду со статистическим инструментарием маркетингового анализа все большее распространение получают методы моделирования, сущность которых заключается в переносе взаимосвязей реальных объектов на искусственно созданную модель с целью выявления новых свойств и закономерностей их развития и принятия на этой основе оптимальных маркетинговых решений. Трудности применения методов моделирования в маркетинговом анализе связаны со сложностью объекта исследования, нелинейностью маркетинговых процессов, существованием временных лагов (периода времени между моментом внедрения маркетингового мероприятия и моментом получения результатов), взаимозависимостью маркетинговых переменных и нестабильностью связей между ними, проблемами измерения маркетинговых переменных и тому подобное.

Часто в процессе аналитико-прогностической работы один и тот же плановый показатель можно рассчитать различными методами. В таком случае возникает проблема сопоставления полученных различными способами прогнозных величин, решить которую можно путем использования комбинированных методов.

В заключение необходимо отметить, что использование вышеописанного методологического инструментария стратегического планирования и маркетинговых исследований в процессе разработки стратегии развития предприятия имеет чрезвычайно важное значение, поскольку позволяет установить количественную и качественную взаимосвязь между отдельными элементами и факторами экономической среды, оценить влияние каждого из них на развитие предприятия и рынка и разработать ряд альтернативных вариантов развития событий.

Список литературы

1. Багиев, Г.Л. Основы маркетинговых исследований: учеб. пособие / Г.Л. Багиев, И.А. Аренков. – СПб.: СПбуЭФ, 1996. – 93 с.

2. Полторак, В.А. Маркетинговые исследования: учеб.пособие / В.А. Полторак. – М.: Центр учебной литературы, 2003. – 378 с.

3. Горемыкин, В.А. Планирование на предприятии: учебник / В.А. Горемыкин, Э.С. Богулов, А.Ю. Богомолова. – М.: Филинь, 1999. – 328 с.

4. Петухова, И.В. Прогнозирование емкости рынка отдельных групп товаров и услуг / И.В. Петухова, Н.В. Петухова // Маркетинг в России и за рубежом [Электронный ресурс]. – 2000. – № 5. – Режим доступа: http://www.cfin.ru/press/marketing/2000-5/08.shtml/. – Дата доступа: 04.02.2018.

The article analyzes tools for the formation of the enterprise development strategy, taking into account the marketing approach. The general system of research and forecast methods is considered, which is extremely important, as it allows to carry out a quantitative and qualitative relationship between individual elements and factors of the economic environment, assessing the influence of each of them on the development of the enterprise and the market and developing a number of alternative scenarios.

Мельниченко Ирина Анатольевна, магистрант 1 курса специальности «Экономика и управление народным хозяйством» юридического факультета УО «Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина», Брест, Беларусь. E-mail: bir2004@tut.by.

Научный руководитель – ***Макарова Любовь Семёновна,*** кандидат педагогических наук, доцент кафедры экономики и управления юридического факультета УО «Брестский государственный университет имени А.С.Пушкина», Брест, Беларусь. E-mail: makarova_ls@mail.ru.

УДК 330.5

Е. В. Михолап, Е. Д. Виноградова

АНАЛИЗ ДЕЙСТВУЮЩЕЙ ПРАКТИКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СНС В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Проанализировано использование СНС в Республике Беларусь. Исследованы необходимые действия по обеспечению комплексной информацией органов государственного управления для формирования ими экономической полититики, а также взаимосвязей между важными экономическими переменными, информационное обеспечение комплексного и всестороннего анализа процесса создания и использования национального продукта и национального дохода.

Для выявления проблем недостаточного воспроизводства или выявления факторов успеха экономики пользуются совокупностью методов измерения производственной деятельности экономики. Совокупность этих методов образует систему национальных счетов.

СНС дает возможность создать информационную базу для изучения реальных процессов органов государственного управления, которые происходят в рыночной экономике, таких как развития производства, масштабов инфляции, безработицы, приватизации, деятельности налоговой и таможенной [4].

Под **системой национальных счетов** понимают логически последовательную, гармоничную и целостную совокупность экономических счетов, балансов активов и пассивов, а также таблиц, в основе, которой лежит ряд согласованных на международном уровне понятий, определений, классификаций и правил учета. Основная цель национального счетоводства- выявление общей картины состояния и развития экономики на макроуровне, установление взаимосвязей между важными экономическими переменными, информационное обеспечение комплексного и всестороннего анализа процесса создания и использования национального продукта и национального дохода[1, с.11].

Система национальных счетов вместе со смежными разделами экономической статистики обеспечивает комплексной информацией органы государственного управления для формирования ими экономической политики.

Таким образом, анализ показателей, исчисляемых в рамках СНС и смежных разделов экономической статистики, является важным условием обоснованности принимаемых решений по вопросам управления экономикой, а также хозяйственных решений, принимаемых предпринимательскими структурами.

СНС является универсальной системой, которая может быть использована в различных отраслях науки и в макроэкономической статистике с целью решения определённых задач:

– разработка мер государственного регулирования;

– проведение микроанализа на основе оценке параметров функционального соотношения между различными экономическими переменными;

– разработка экономической стратегии развития народного хозяйства и принятия решений по её реализации [2].

С 1 января 2016 г. Национальный статистический комитет Республики Беларусь внедрил в статистическую практику основные положения международного стандарта СНС-2008 (адаптированная версия СНС-93). разработанного под эгидой Межсекретариатской рабочей группы по национальным счетам, созданной Статистической службой Европейских сообществ (Евростат), Международным валютным фондом, Организацией экономического сотрудничества и развития, ООН, Всемирным банком; а также рекомендации Межгосударственного статистического комитета Содружества Независимых Государств в части адаптации основных положений СНС применительно к особенностям экономического развития страны.

Система национальных счетов 2008 года представляет собой адаптированную версию Системы национальных счетов 1993 года. Это пятая версия СНС, первая из которых была опубликована более пятидесяти лет тому назад. На своей тридцать третьей сессии в 2003 году Статистическая комиссия ООН приняла решение обновить СНС-1993 с целью приведения концептуальной основы СНС в соответствие с потребностями пользователей данных.

По практическим соображениям СНС-2008 была представлена Статистической комиссии ООН в форме двух отдельных томов: том 1, содержащий 17 глав, и том 2, содержащий последующие 12 глав и четыре приложения.

Новый материал разбит на пять основных групп: активы, финансовый сектор, глобализация и связанные с ней вопросы, сектор государственного управления и государственный сектор, и неформальный сектор.

Обновленный стандарт предусматривает принципиально новую трактовку ряда важных экономических операций. Изменения коснулись отражения расходов на научно-исследовательскую деятельность (НИОКР), военных расходов, услуг финансового посредничества, измеряемых косвенным образом (УФПИК), услуг по проживанию в собственном жилище.

В соответствии с СНС-93 отражение расходов на научную деятельность, то есть рыночный выпуск научных видов деятельности, включался в промежуточное потребление тех видов деятельности, которые их использовали. В СНС-2008 меняется классификация активов, и результаты НИОКР, которые могут неоднократно использоваться в процессе производства, классифицируются как валовое накопление. К промежуточному потреблению относятся только те результаты НИОКР, которые невозможно использовать многократно, или если их владелец или производитель не намеревается получать экономической выгоды, к примеру, проведение социологического исследования.

СНС-2008 рекомендует классифицировать системы вооружения как основные средства. Расходы на системы вооружения, срок использования которых превышает один год, отражаются как валовое накопление основного капитала.

Услуги финансового посредничества, измеряемые косвенным образом, в СНС-93 выделялись в отдельный вид экономической деятельности. Теперь величина УФПИК, в связи с новыми методологическими подходами, относится на промежуточное или конечное потребление.

Обновлен подход по учету услуг по проживанию в собственном жилище. В соответствии с СНС-2008 для расчета услуг по проживанию в собственном жилище применяется метод затрат пользователей, то есть, если бы собственник жилья не проживал в своем жилище, а сдавал его в аренду.

В рамках совершенствования показателей СНС отдельное внимание уделено методике расчета ненаблюдаемой экономики. В соответствии с международным стандартом в области национальных счетов Белстат для наиболее полного охвата производства товаров и услуг осуществляет досчет на ненаблюдаемую экономику. Он оценивает ее в части скрытой экономической деятельности, то есть разрешенной законодательством, но преднамеренно скрываемой с целью утаивания доходов, и неформальной экономической деятельности, которая осуществляется, в основном, на законном основании физическими лицами и индивидуальными предпринимателями и основана на неформальных трудовых отношениях (на условиях устной договоренности).

На сегодняшний день некоторые страны, внедрившие основные положения СНС-2008, включают незаконную деятельность в объем ВВП. Это производство и распространение наркотиков, проституция, контрабанда алкоголя, табака. Основной проблемой при изучении данного направления является наличие объективных источников информации. В настоящее время в Республике Беларусь незаконная деятельность не находит отражения в объеме ВВП.

Начиная с 2011 года, в связи с переходом на Общегосударственный классификатор ОКРБ 005-2006 «Виды экономической деятельности», утвержденный постановлением Государственного комитета по стандартизации Республики Беларусь от 5 декабря 2011 г. № 85 «Об утверждении, введении в действие общегосударственного классификатора Республики Беларусь», формирование ВВП и ненаблюдаемой экономики осуществляется по видам экономической деятельности, расходы домашних хозяйств формируются в соответствии с классификацией индивидуального потребления по целям (КИПЦ), расходы государственного бюджета – в соответствии с классификацией расходов органов государственного управления по функциям (КФОГУ). При переходе на СНС-2008 повышается качество построения национальных счетов не только за счет более широкого охвата экономических операций, но и за счет их более детального представления [5].

В целом показатели СНС являются важнейшим индикатором уровня социально-экономического развития страны. Таким образом, данная система является наиболее полной статистической системой , представляя различные возможности для анализа.

Наиболее важными направлениями анализа данных СНС при принятии экономических решений являются:

• определение темпов воспроизводства национального продукта и национального дохода и установление на этой основе темпов экономического роста, а также выявление роли факторов, определяющих характер этих процессов (занятость, фондовооруженность и энерговооруженность и т. д.);

• установление отраслевой структуры экономики и ее изменения во времени, а также факторов этой динамики (различие в темпах роста производительности труда в отраслях, неравномерность динамики цен и т. д.);

• установление пропорций между основными формами дохода, на которые распадается ВВП;

• выявление пропорций между конечным потреблением и накоплением, а также факторов, влияющих на динамику инвестиций;

• определение национального сбережения как основного источника финансирования инвестиций и анализ степени достаточности этого источника для финансирование намечаемых инвестиций;

• выявление размеров заимствования/кредитования как по экономике в целом, так и по отдельным ее секторам;

• изучение уровней и динамики реальных доходов и потребления населения;

• установление влияния на экономику страны внешнеэкономических связей и, прежде всего, внешней торговли товарами и услугами;

• анализ влияния на экономику и различные макроэкономические переменные инфляционных процессов.

Сегодня система национальных счетов представляет собой международный стандарт оценки основных макроэкономических показателей. Она признана выступать координатором перестройки белорусской государственной статистики, выполняя функции экономических реформ.

Исходя из проведенного анализа действующей практики использования СНС в РБ, следует выделить основных потребителей данной системы- органы государственного управления, формирующие экономическую политику и определяющие основные направления фискальной, монетарной и социальной политик.

Наиболее важными направлениями анализа данных СНС при принятии экономических решений как органами государственного управления, так и предпринимателями являются:

- определение темпов экономического роста и колебаний экономической конъюктуры;
- установление отраслевой структуры экономики;
- выявлением соотношений между конечным потреблением и накоплением, а также факторов этой динамики.

Анализ эффективности функционирования национальной экономики Республики Беларусь показывает, что решение стоящих перед страной социально-экономических задач в значительной степени тормозится недостаточной отработанностью механизма макроэкономического регулирования хозяйственной деятельности. Во многом это обусловлено отсутствием должной методологической разработки, прежде всего проблем денежно-кредитной и бюджетно-налоговой политики применительно к условиям Республики Беларусь.

Некритический перенос в белорусскую действительность постулатов классических либеральных теорий, ориентированных на экономически рациональное поведение субъектов хозяйствования и недооценивающих роль государства в управлении хозяйственными процессами, в определенной степени тормозит развитие национальной экономики, в рамках сложившихся институциональных ограничений, вынуждая руководителей принимать решения без должного научно-методологического обоснования. В результате страна испытывает серьезный недостаток капитальных вложений, невысок уровень конкурентоспособности белорусских товаров, чрезмерен уровень налоговой нагрузки на предприятия. Кроме того, темпы роста рублевой денежной массы опережают прогнозные показатели Национального банка Республики Беларусь, действия государственных органов управления в макроэкономической сфере часто вступают в противоречие с интересами субъектов хозяйствования и поэтому оказываются недостаточно эффективными. Наличие указанных проблем создает трудности в обеспечении устойчивого экономического развития страны. Таким образом, эффективная реализация долгосрочных целей экономического развития Республики Беларусь не может быть обеспечена без методологически обоснованной политики макроэкономического регулирования, которая бы отражала специфику белорусской модели хозяйствования[3].

На данный момент важнейшими тенденциями развития национальной экономики являются: постепенное восстановление экономической активности и спроса на рабочую силу, рост промышленности, удержание инфляции. Дальнейшее укрепление положительной динамики экономического развития стран евразийского региона во многом зависит от

структурных мер по восстановлению инвестиционного роста и наращиванию экспорта. В то же время при реализации данных мер в этих сегментах экономики необходимо отметить определенные риски:

1. возможности инвестиционного роста будут зависеть от восстановления темпов кредитования, что в свою очередь сдерживается относительно высоким уровнем ставок рефинансирования;

2. после восстановления роста дальнейшая поступательная динамика экспорта без поддержки со стороны сырьевых цен может оказаться более сложной, в особенности после периода восстановления обменных курсов и реальной заработной платы.

Так, внешние шоки, связанные с ценовой конъюнктурой на мировых рынках сырья, по-прежнему будут оказывать существенное влияние на восстановительную динамику экономического роста. Тем не менее, глобальный фон остается относительно благоприятным, и эти вызовы скорее следует воспринимать как указание на необходимость поиска дополнительных источников роста.

Таким образом, основные методологические принципы национального счетоводства позволяют выявить в рамках СНС картину функционирования экономики, характеризовать главный объект исследования - экономический оборот - как в его объективном единстве, так и посредством анализа основных его составляющих и системы экономических связей между ними.

Список литературы

1. Салин, В.Н. Макроэкономическая статистика: учеб. пособие/ В.Н. Салин, С.И. Кудряшова, Е.П. Шпаковская – М.: Дело, 2000. – 325с.

2. Лемешевский, И. М. Экономическая теория: Основы. Вводный курс: учеб.-метод. пособие для студ. вузов, обучающихся по экон. спец. / И. М. Лемешевский. – 4-е изд., доп. и перераб. – Минск: ФУАинформ, 2010. – 496 с.

3. Соркин В.Г. Система национальных счетов: аналитическое обозрение, 2012г/ В.Г.Сорокин; под ред. В.Г.Сорокина- Минск: «ФУАинформ» 2012.-764с.

4. Показатели доходов населения в СНС [Электронный ресурс] – Ростов-н/Д., 2011. – Режим доступа: http://bibliofond.ru/view.aspx?id=558800 . – Дата доступа: 01.03.2018.

5. Национальный статистический комитет республики Беларусь [Электронные ресурс]- Минск, 2017. – Режим доступа :http://belstat.gov.by.- Дата доступа: 11.03.2018.

The use of the SNA in the Republic of Belarus is analyzed. The necessary actions were taken to provide comprehensive information to the government bodies for the formation of economic policy, as well as the interrelations between important economic variables, information support for a comprehensive and comprehensive analysis of the process of creating and using the national product and national income.

Михолап Елизавета Васильевна, студентка 2 курса специальности «Экономика и управления на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: elizaveta.miholap@mail.ru .

Виноградова Елизавета Дмитриевна, студентка 2 курса специальности «Экономика и управления на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: elizaveta11082@gmail.com .

Научный руководитель – ***Маталыцкая Светлана Михайловна,*** старший преподаватель кафедры экономика и управление на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: matalyckaya@grsu.by.

УДК 330.142

Е. В. Морхат

ДЕЛОВАЯ АКТИВНОСТЬ КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

В статье рассмотрены понятие деловой активности предприятия, методы ее оценки, а также основные факторы повышения эффективности использования активов. Одним из важнейших показателей эффективности деятельности предприятия является деловая активность, характеризующая результативность деятельности хозяйствующего субъекта. Понятие «результативность» складывается из нескольких важных составляющих финансово-хозяйственной деятельности организации, таких как: прибыль, рентабельность и деловая активность. На основании этого следует вывод, что на современном этапе производства понятие деловой активности очень актуально, так как именно она является наиболее важным фактором улучшения экономической ситуации.

На сегодняшний день жизненно важной задачей каждой организации и предприятия является повышение уровня конкурентоспособности. В сложившихся условиях рыночной экономики усиление конкурентных преимуществ подразумевает под собой непрерывное, эффективное и динамичное развитие, неотъемлимой частью которого является управление деловой активностью предприятия (организации) [1, с.115].

В настоящее время в научной литературе нет однозначного определения понятия деловой активности. Термин «деловая активность» в современной литературе используется конкретно для обобщённой характеристики экономических процессов и трактуется разными авторами по-разному. Например, В.В. Ковалев определяет деловую активность как весь спектр усилий направленных на продвижение фирмы на рынках продукции, труда, капитала. При этом деловая активность коммерческой организации проявляется в динамичности ее развития, достижения ею поставленных целей, эффективном использовании экономического потенциала, расширении рынков сбыта своей продукции. Л.В. Донцова и Н.А. Никифорова отмечают, что деловая активность в финансовом аспекте проявляется, прежде всего, в скорости оборота средств. Некоторые авторы заменяют сущность деловой активности показателями ее характеризующими. Так, О.В. Ефимова и М.В. Мельник в качестве анализа деловой активности иллюстрируют операционный цикл хозяйствующего субъекта.

Разносторонние взгляды учёных помогли выявить следующие особенности методического аспекта деловой активности:

– деловая активность рассматривается как комплекс мер, направленных на продвижение фирмы на рынке продукции, труда, капитала; расширение рынков сбыта продукции; увеличение объемов продаж;

– деловая активность выступает текущей производственной и коммерческой деятельностью предприятия;

– деловая активность служит оценочным показателем результативности работы предприятия;

– деловая активность характеризует степень выполнения плана;

– деловая активность отождествляется с оборачиваемостью;

– деловая активность является одним из направлений анализа результативности финансово-хозяйственной деятельности;

– деловая активность выступает обобщающим показателем эффективности использования ресурсов предприятия;

– деловая активность — это одно из направлений деятельности предприятия, направленное на обеспечение его эффективности;

– деловая активность оценивается либо односторонней характеристикой качественных и количественных показателей, либо направлениями использования капитала;

– деловая активность является основным фактором стабильного развития предприятия;

– деловая активность обеспечивает преимущества организации, позволяющие ей динамично развиваться.

Обобщая всех этих авторов, можно сказать, что деловая активность – это прежде всего способность предприятия занять устойчивое положение на конкурентном рынке исходя из результатов деятельности за определённый период, а также, это результативность работы предприятия относительно величины расхода ресурсов в процессе операционного цикла.

Проще говоря, деловая активность используется предприятиями для того, чтобы реализовать потенциал роста и планы стратегического развития. Всем известно, что любая организация (предприятие) имеет этапы жизнедеятельности: становление, рост, зрелость, упадок. Именно эти этапы и отражает деловая активность, помогая увидеть качество управления и степень адаптации данной организации к быстроменяющимся условиям на рынке.

Так как деловой активностью любой организации необходимо управлять, в связи с этим было раскрыто понятие управление деловой активностью. Оно подразумевает разработку таких мероприятий, которые способствуют, во-первых, расширению уже имеющихся рынков сбыта и завоеванию новых; во-вторых, ускорению оборачиваемости активов организации, а также её капитала; в-третьих, оптимальному расходу материалов и запасов; в-четвёртых, привлечению новых поставщиков на более выгодных для организации условиях; и в-пятых, развитию самого производства с целью максимизации прибыли [2, с.944].

Для оценки деловой активности использую качественную и количественную системы.

Качественная система оценки деловой активности происходит путём сравнения деятельности рассматриваемой организации с организацией, занимающейся схожим видом деятельности по сфере приложения капитала. В этом случае критериями для сравнения могут быть рынок сбыта выпускаемой продукции(внутренний и внешний), известность клиентов, которые пользуются услугами данного предприятия, его репутация и наличие продукции, которая поставляется на экспорт, конкурентоспособность предприятия, наличие постоянных потребителей, а так же поставщиков.

Количественная система оценки проводится с помощью абсолютных и относительных показателей. К абсолютным относят:

• прибыль,
• выручка,
• наличие собственных оборотных средств,
• величина активов.

Среди относительных критериев выделяют такие критерии, которые предусматривают оценку различных коэффициентов:

• оборачиваемость активов,
• оборачиваемость капитала,
• рентабельность активов капитала.

После того, как организация(предприятие) оценила свой уровень деловой активности, необходимо провести анализ, с помощью которого можно определить пути повышения деловой активности.

Несомненно, что только при условии проведения регулярного и всеобщего анализа деловой активности предприятия возможно его грамотное управление.

Определение, насколько эффективно происходит управление активами и с помощью каких инструментов возможно повысить деловую активность данной организации (предприятия) является основной целью проведения анализа деловой активности.

К главными задачами достижения данной цели относятся такие задачи, как:

• анализ динамики основных показателей деятельности предприятия в сравнении с отраслевыми показателями уровня деловой активности;

• анализ бизнес-среды предприятия с целью выявления основных факторов влияния на изменение уровней деловой активности субъекта хозяйствования за исследуемый период;

• оценка резервов повышения деловой активности и разработка оптимальных мероприятий их использования;

• анализ темпов роста основных результативных показателей, выяснение причин их отклонения от идеальной модели зависимостей, которые существуют между ними;

• оценка эффективности использования производственных и финансовых ресурсов;

• анализ дебиторской и кредиторской задолженности предприятия;

• анализ технических и технологических особенностей процесса производства с целью выявления резервов ускорения оборачиваемости;

• оценка оборачиваемости оборотных средств;

• расчет и анализ прогнозных финансовых показателей деятельности предприятия, а также разработка рекомендаций по устранению факторов, неблагоприятно влияющих на показатели деловой активности.

Для проведения анализа деловой активности основными источниками информации являются финансовая отчетность и данные бухгалтерского, управленческого учета, технические и технологические характеристики производственного процесса. Большое значение имеет также информация об истории работы предприятия с дебиторами и кредиторами (поставщиками сырья и материалов и покупателями готовой продукции).

При анализе деловой активности предприятия необходимо исходить из того, что различные субъекты, имеющие непосредственное отношение к конкретному предприятию, могут по-разному подходить к решению этих вопросов, в частности:

• кредиторов прежде всего интересуют полнота и своевременность получения процентов и основного долга, состояние ликвидности;

• администрация и персонал заинтересованы в росте уровня оплаты труда, социальных выплат, повышении эффективности хозяйственной деятельности;

• поставщиков интересуют цена, режим и другие условия поставок, платежеспособность;

• покупатели заинтересованы в низком уровне цен и высоком качестве продукции, в льготном режиме оплаты товара;

• налоговые органы интересуют финансовое состояние, уровень менеджмента в части соблюдения налогового законодательства.

Текущая оценка бизнеса определяется тем, какими активами распоряжается компания и каковы объем и срочность погашения обязательств компании. Поэтому в процессе анализа деловой активности предприятия необходимо оценить эффективность осуществления управления активами предприятия.

По балансу предприятия можно судить о характере используемых организацией активов. При изучении баланса с учетом специфики компании аналитик может выяснить размер и природу перечисленных в нем активов, рассматривая их относительную долю и делая выводы о том, жизнеспособна ли база активов компании.

Большая сумма накопленной амортизации по отношению к имеющемуся недвижимому имуществу, машинам и оборудованию дает основания полагать, что у компании старое оборудование, требующее обновления. Если в балансе появились большие суммы денежных

средств, можно предположить, что имеются излишние деньги, которые могли быть использованы с большей пользой.

Аналогично значительный скачок в размере денежных средств может означать недостаточность инвестиций и накопление излишних денежных средств.

Слишком резкий скачок размеров оборотного капитала будет сигнализировать о проблемах в управлении материальными оборотными средствами или дебиторской задолженностью покупателей перед фирмой [3, с.212].

Несомненно, для повышения деловой активности следует обращать внимание как на внутреннюю, так и на внешнюю среду организации.

Основным факторам внутренней среды выступает оборачиваемость – коэффициент, показывающий, как быстро продается товарный запас. То есть для повышения деловой активности предприятию следует ускорить оборот основных средств, ведь чем короче оборот, тем эффективнее работает финансовая система.

Деловая активность напрямую зависит от эффективного использования всех имеющихся ресурсов: трудовых, финансовых, материальных. Улучшение их использования является важнейшей задачей управления предприятием. Чем лучше используется сырье, топливо, вспомогательные материалы, тем меньше их расходуется для выработки определенного количества продуктов, тем самым создается возможность увеличить объем производства продукции. Поэтому предприятию для выхода на достойный уровень деловой активности необходимо в первую очередь рационально занимать все свои ресурсы. Кроме того, расширение ассортимента товаров и услуг, а также увеличение их продаж поможет любому предприятию повысить деловую активность и занять устойчивое положение на рынке.

Деловая активность организации очень чувствительна к постоянным изменениям различных условий и факторов. Макроэкономические факторы оказывают базисное влияние на деловую активность хозяйствующих субъектов, и под воздействием этих факторов также может вырабатываться либо благоприятный «предпринимательский климат», активизирующий условия для активного поведения хозяйствующего субъекта, или наоборот – предпосылки к сокращению и прекращению деловой активности предприятия.

К внешним факторам относится:

- правовые факторы,
- уровень безработицы,
- инфляция,
- уровень жизни населения,
- экологические,
- социально-культурные и др.

Следовательно, в повышении уровня деловой активности поможет облегчение возможности предприятиям получить кредит, стабильная и развитая политическая и экономическая культура страны, соблюдение нормативно- правовых актов всех уровней, налаживание устойчивых связей с поставщиками сырья, анализ и повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции.

Но одним из важных факторов в повышении уровня деловой активности являются потребители продукции. В последнее время именно они рассматриваются как самый важный элемент внешней среды организации. В рыночной экономике от потребителя зависит благосостояние предприятия. Внешняя среда посредством потребителей оказывает влияние на предприятие, определяет его стратегию.

Таким образом, можно сделать вывод, что 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. Значение анализа деловой активности заключается в формировании экономически обоснованной оценки эффективности и интенсивности использования ресурсов организации и в выявлении резервов их повышения. Управление деловой активностью организации это сложный и очень ответственный момент, поэтому решающую роль в этом процессе играет профессионализм управленческого персонала. Только верные и грамотные решения, принятые на основе проведенного экономического анализа могут дать ту отдачу, которая позволит повысить эффективность работы организации. От уровня деловой активности и эффективности деятельности организации зависит ее положение в экономике народного хозяйства.

Список литературы

1. Банк, В. Р. Финансовый анализа: учеб. пособие / В.Р. Банк, С.В. Банк, А.В. Тараксина. – М.: ТК Велби: проспект, 2006. – 344 с.

2. Левченко А.С. Показатели, характеризующие деловую активность предприятия / Левченко А.С. // 3rd International ConferencebAPPLICATION OF NEW TECHNOLOGIES IN MANAGEMENT, ANTiM 2012, Belgrade, Serbia, 2012. – С. 943-949.

3. Любушин, Н. П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятий: учеб. пос. / Н. П. Любушин, В. Б. Лещева, В. Г. Дьякова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 471 с.

4. Чечевицына, Л.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учеб. пос. / Л. Н. Чечевицына, И. Н. Чуев. – Ростов н/Д.: Феникс, 2005. – 384 с.

The article deals with the concept of business activity of an enterprise, its assessment methods, as well as the main factors for increasing the efficiency of asset use. One of the most important indicators of the effectiveness of the enterprise is business activity, which characterizes the effectiveness of the business entity. At the present stage of production, the concept of business activity is very important, since it is the most important factor in improving the economic situation.

Морхат Елизавета Владимировна, студентка 3 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, E-mail: rabtzevich2011@yandex.by.

УДК 338.32

А. С. Пищик

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ФОНДОВ (НА ПРИМЕРЕ УП «СТОЛИНСКАЯ ПМК-24»)

В данной статье рассмотрены проблемы эффективности использования основных производственных фондов на примере строительного предприятия. Проанализированы основные показатели, характеризующие эффективность основных фондов (на примере УП «Столинская ПМК-24»). Выявлены проблемы и обоснованы направления повышения эффективности использования основных производственных фондов предприятия.

Проблема повышения эффективности использования основных фондов предприятий занимает центральное место в рыночных отношениях. От эффективности основных фондов зависит место предприятия на рынке, его финансовое состояние, конкурентоспособность.

Основные фонды составляют материально-техническую основу предприятия. Они позволяют предприятию существовать и развиваться.

Отличительной особенностью основных фондов является их многократное использование в процессе производства, сохранение первоначального внешнего вида (формы) в течение длительного периода. Под воздействием производственного процесса и внешней среды происходит постепенный износ основных фондов и перенос их первоначальной стоимости на затраты производства в течение нормативного срока службы путём начисления амортизации по установленным нормам. На протяжении длительного периода использования основные фонды изнашиваются в результате эксплуатации, подвергаются ремонту, перемещаются внутри организации, выбывают из деятельности организации вследствие ветхости или нецелесообразности дальнейшего использования. К основным производственным фондам (ОПФ) относятся фонды, используемые в производственной сфере [2, с.238].

В настоящее время многие строительные организации в процессе своей деятельности сталкиваются с определенными проблемами, которые оказывают отрицательное воздействие на эффективность работы предприятия в целом. К таким проблемам можно отнести:

- материальные потери в процессе деятельности,
- отсутствие инвестиций в основной капитал предприятия,
- отсутствие квалифицированного персонала,
- отсутствие автоматизированных систем управления.

В период ограниченности финансовых ресурсов предприятию приходится проводить оценку своей деятельности, искать пути и проводить мероприятия по повышению своей эффективности.

Проведем анализ эффективности основных фондов строительного предприятия на примере УП «Столинская ПМК-24».

УП «Столинская ПМК-24» было организовано в марте 1959 года и называлась «Межколхозная строительная организация» - МСО. В 2003 г. организация была переименована в Государственное унитарное строительное предприятие «Столинская ПМК-24».

УП «Столинская ПМК-24» осуществляет общестроительные, отделочные, дорожные работы на объектах соцкультбыта, производственных и непроизводственных объектах, объектах жилищного строительства, производит для собственного потребления и реализует продукцию подсобного производства, оказывает физическим и юридическим лицам услуги

по строительству, транспортные услуги по перевозке грузов, предоставляет в пользование строительную технику.

В своей деятельности для выполнения работ УП «Столинская ПМК-24» использует собственные строительные машины, технику оборудование.

Источником информации для анализа использования основных фондов предприятия являлись формы статистической отчетности: форма № 1 «Бухгалтерский баланс»; форма 5 «Приложение к балансу»; форма № 11 «Отчет о наличии и движении основных средств».

В результате анализа было получено: среднегодовая стоимость собственных ОПФ УП «Столинская ПМК-24» в 2015 году составила 4953 тыс. рублей, в 2016 году она снизилась на 14 тыс. рублей (99,7 % к уровню 2015 года), а в 2017 году выросло на 8 тыс. рублей (100,2 % к уровню 2016 года и 99,9 % к уровню 2015 года).

Предприятие для выполнения работ использует собственные машины и транспортные средства. Однако, стоимость собственных ОПФ в 2017 году снизилась на 6 тыс.рублей по сравнению с 2015 годом.

Проанализируем наличие и движение основных производственных фондов УП «Столинская ПМК-24» в 2015 – 2017 годах (таблица).

Таблица − Наличие и движение основных производственных фондов УП «Столинская ПМК-24»

Элементы ОПФ (тыс. рублей)	Наличие на начало отчетного года			Поступило			Выбыло			Наличие на конец отчетного года		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
Здания и сооружения	1421	1427	1421	6		8		6	1	1427	1421	1428
Передаточные устройства	45	45	45							45	45	45
Машины и оборудование	2659	2657	2639	4	4	13	6	22	24	2657	2639	2628
Транспортные средства	747	781	744	43	1	86	9	38		781	744	830
Инструмент, инвентарь	46	44	41				2	3	2	44	41	39
Прочие	17	17	17							17	17	17
Итого:	4935	4971	4907	53	5	107	17	69	27	4971	4907	4987

Источник: собственная разработка на основе данных предприятия

На основании данных, представленных в таблице и на рисунке, проанализирован состав и структура основных производственных фондов.

Анализируя изменения структуры основных производственных фондов, следует отметить, что за период 2015 – 2017 годы произошло увеличение общей стоимости ОПФ на 16 тыс. рублей. Увеличилась доля транспортных средств с 15,71 % до 16,7%, доли же остальных ОПФ незначительно сократились.

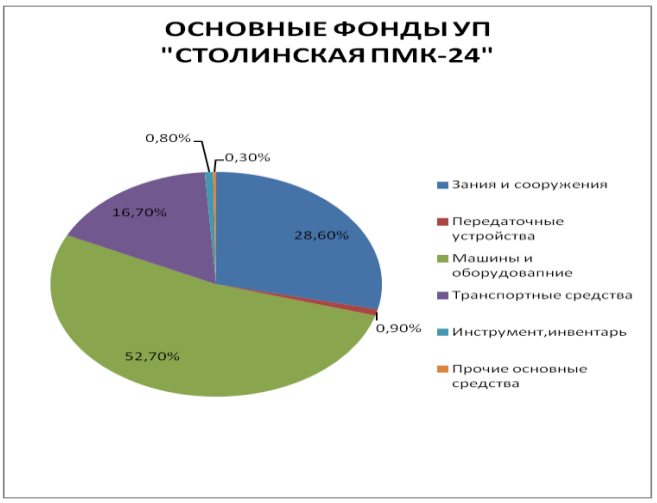


Рисунок – Суктура основных фондов УП «Столинская ПМК-24»

Источник: собственная разработка на основе данных предприятия

На основе данных о структуре ОПФ можно определить коэффициент активной части ОПФ (машины и оборудование, транспортные средства, инструмент инвентарь). В анализируемом периоде данный коэффициент составил 0,7.

Следует отметить, что коэффициент активной части ОПФ остается стабильно высоким на протяжении последних лет, что позволяет выполнять задания по объемам строительно-монтажных работ без привлечения сторонней техники и транспорта.

Важным показателем при анализе основных фондов предприятия, является коэффициент поступления ОПФ – отношение стоимости вновь поступивших ОПФ в течение анализируемого периода (года) к стоимости ОПФ на конец анализируемого периода (года).

На предприятии в рассматриваемом периоде данный коэффициент колебался от 0,01 в 2015 году до 0,02 в 2017 году, что говорит об увеличении доли поступивших ОПФ.

Коэффициент выбытия основных средств - это отношение стоимости выбывших (ликвидированных) в течение года ОПФ к стоимости ОПФ на начало анализируемого периода (года). Наиболее высоким этот коэффициент был в 2016 году (0,01), в 2017 году он снизился до 0,005.

Доля выбывших основных средств в 2017 году составила 0,53 %, в 2016 году – 1,27 %, в 2015 году – 0,34 %.

Коэффициент годности ОПФ (отношение остаточной стоимости ОПФ к их первоначальной стоимости ОПФ) в 2017 году составил 27,6 %, что ниже, чем в 2015 году на 12,1 %. Низкий показатель коэффициента годности основных фондов свидетельствует о высоком износе основных фондов организации и необходимости обновления основных фондов.

Коэффициент износа ОПФ – отношение суммы начисленного износа ОПФ к первоначальной стоимости ОПФ, в 2015 году он составил 62,1 %, в 2016 г. – 68,4 %, в 2017 г. – 72,4 %.

Эффективность использования основных фондов характеризуется такими показателями как фондоотдача и фондоемкость.

Фондоотдача показывает, сколько готового продукта приходится на 1 рубль основных фондов. Чем значение фондоотдачи выше, 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 [1, с.56].

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 [1, 2].

Исходя из полученных данных можно сделать вывод о том, что в 2015 году на 1 рубль стоимости ОПФ приходилось 1,12 руб. объема строительно-монтажных работ, в 2016 г.- 1,02 руб., в 2017 г. – 1,28 рублей.

В 2015 г. на 1 рубль стоимости выполненных работ приходилось 0,90 руб. стоимости ОПФ, в 2016 г. – 0,98 руб., в 2017 г. – 0,78 руб. Снижение фондоёмкости в 2017 году является положительной тенденцией.

Показатель рентабельности ОПФ вырос в 2017 г. по сравнению с предыдущими годами, что говорит об эффективном использовании ОПФ. Оценивая эффективность использования основных фондов можно сделать вывод о том, что за исследуемый период установилась положительная динамика показателей эффективности использования.

Пути эффективного использования основных производственных фондов множественны: обеспечение высокого уровня ремонта и модернизации используемой техники, наличие достаточного ресурса запасных частей, высокий профессиональный уровень работников, использующих технику; тщательная организация труда на рабочем месте и в целом на предприятии, исключающая возможные перерывы и простои; стимулирование работников за бережливое отношение технике. Эффективное использование средств труда – важный фактор повышения рентабельности строительной организации.

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, сокращение 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: учебник / Г.В. Савицкая. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 536 с.

2. Савицкая, Г.В. Экономический анализ: учебник. / Г.В. Савицкая. – 11-е изд., испр. и доп. – М.: Новое знание, 2005. – 651 с.

In this article problems of efficiency of use of the fixed business assets on the example of the construction enterprise are considered. The key indicators characterizing efficiency of fixed assets are analysed (on an example Unitary Enterprise Stolinskaya PMK-24). Problems are revealed and the directions of increase in efficiency of use of the fixed business assets of the enterprise are proved.

Пищик Алена Степановна, студентка 4 курса, заочного отделения специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.E-mail:alena.098784@mail.ru

Научный руководитель – ***Гораева Татьяна Юрьевна,*** кандидат экономических наук, доцент., доцент кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: goraeva_tj@grsu.by.

УДК 338.4

Е. О. Подосиновик

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ НА ПРИМЕРЕ США И ЯПОНИИ

Проанализированы международные проблемы управления качеством продукции на примере США и Японии. Исследованы современные методы и инструменты оценки повышения качества продукции и уменьшения затрат на исправление дефектов.

Международное сообщество выработало системный подход к нормированию технических требований и стандартов качества продукции. Важная роль здесь отводится законодательству как важнейшему инструменту государственного регулирования качества продукции и методов его обеспечения.

На современном этапе развития научно-технического прогресса качество продукции является ключевой проблемой развития национальных экономик. Во всех промышленно развитых странах мира ведется активный поиск путей решения проблемы повышения качества продукции и ее конкурентоспособности на мировом рынке.

Общим для многих зарубежных стран является подход, сформулированный в виде концепции «комплексного управления качеством», главный акцент в которой делается на необходимость планирования как уровня качества, так и мероприятий по его обеспечению. Важнейший принцип концепции комплексного управления качеством - качество нельзя обеспечить путем проверки, оно должно быть заложено в изделии.

Формы управления качеством в американских компаниях весьма разнообразны в связи с их существенными различиями по размерам и объему продукции, типу организационной структуры, технологическим процессам и ряду других факторов, которые накладывают ограничения.

Комплексные системы управления качеством продукции, как правило, складываются из трех подсистем: исполнительской, обеспечивающей и контрольно-управляющей. Широкое распространение в компаниях и фирмах США получили методы и программы управления качеством, получившие названия «Улучшение качества путем предотвращения дефектов», «Нулевые дефекты», во многом использующие организационно-технические элементы.

Начиная с 1940-50-х гг., серьезной проблемой для промышленности США являлись огромные затраты производства вследствие низкого уровня качества; 50% всех текущих затрат типичного американского предприятия шло на обнаружение и устранение дефектов продукции. Иными словами, до одной четверти всех работников предприятия ничего не производили - они лишь переделывали то, что было неисправно сначала. Если прибавить к этому затраты на ремонт или замену дефектных изделий, которые вышли на рынок, то суммарные расходы вследствие низкого уровня качества составляли 30 и более процентов от издержек производства.

Многие специалисты США считали низкое качество главным тормозом роста производительности труда и конкурентоспособности американской продукции.

В качестве первоочередных средств решения проблемы качества продукции в США предпринимались следующие меры : тарифное регулирование, квотирование, пошлины, защищающие американскую продукцию от конкурентов. Вместе с тем, вопросы повышения качества отодвигались на второй план.

Администрация США, по требованию американских предпринимателей, приняла ряд протекционистских мер по защите американских производителей автомобилей, стали, бытовой электроники, мотоциклов и т. д. Даже ведущие американские компании, в которых

качество продукции являлась приоритетной целью, рассматривали качество как средство уменьшения издержек производства, а не способ удовлетворения нужд потребителей.

Вместе с тем наиболее опытные управляющие фирм США поняли, что необходимо повышать качество американских товаров путем повышения внимания к развитию таких проблем, как:

- мотивация рабочих;
- кружки качества;
- статистические методы контроля;
- повышение сознательности служащих и управляющих;
- учет расходов на качество;
- программы повышения качества;
- материальное стимулирование [1].

В США в начале 1980-х гг. управление качеством сводилось к планированию качества - и это было самым важным на тот момент в области качества. При этом недостаточно внимания уделялось внутрипроизводственным потребителям - планы повышения качества разрабатывались без учета потребностей внутри фирм. Процесс такого управления качеством создавал не планы, а проблемы.

Для 1980-х гг. характерна массированная кампания по обучению работников непосредственно на рабочих местах как способ повышения качества и обнаружения дефектов. Поставщики также предприняли попытки обучать качеству свой персонал.

Исследователи и менеджеры фирм постепенно стали более глубоко анализировать проблемы качества продукции. У американской промышленности есть ресурсы, потенциал, амбиции и хорошо оплачиваемое руководство высшего звена. Огромные капиталовложения в новые технологии и разработку новых видов продукции, а также новые отношения между рабочими и управляющими, строящиеся на общей заинтересованности в повышении качества продукции и работы, создают предпосылки для новой технической революции в США.

Специалисты США возлагают большие надежды на совершенствование управления качеством, которое должно означать, по их мнению, радикальную перестройку сознания руководства, полный пересмотр корпоративной культуры и постоянную мобилизацию сил на всех уровнях организации на поиск путей к непрерывному повышению качества американской продукции.

Новым тенденциям в США наибольшее сопротивление оказывали руководители среднего класса. Для многих из них управленческая политика, основанная на качественном подходе, представлялась угрозой их авторитету и даже их должностному положению. Производственные же рабочие, как правило, готовы были взять на себя ответственность за качество своей работы [1, с.39].

Сердцевиной революции в области качества явилось требование более полного удовлетворения потребностей заказчиков (потребителей). Каждый рабочий на конвейере является потребителем продукции предыдущего, поэтому задача каждого рабочего состоит в том, чтобы качество его работы удовлетворяло последующего рабочего.

Внимание со стороны законодательной и исполнительной власти к вопросам повышения качества национальной продукции - новое явление в экономическом развитии страны. Одна из главных задач общенациональной кампании за повышение качества - добиться реализации на деле лозунга «Качество - прежде всего!».

Конгресс США учредил национальные премии имени Болдриджа за выдающиеся достижения в области повышения качества продукции, которые с 1987 г. ежегодно присуждаются трем лучшим фирмам. Премии вручает Президент США во второй четверг ноября, отмечаемый как Всемирный День Качества.

Анализируя американский опыт в области качества, можно отметить следующие характерные его особенности:

- жесткий контроль качества изготовления продукции с использованием методов математической статистики;

- внимание к процессу планирования производства по объемным и качественным показателям, административный контроль за исполнением планов;

- совершенствование управления фирмой в целом.

Принимаемые в США меры, направленные на постоянное повышение качества продукции, не замедлили сказаться на ликвидации разрыва в уровне качества продукции между Японией и США, что усилило конкурентную борьбу на мировом рынке, превращающемся в единый, глобальный рынок.

Опыт Японии убедительно показывает, что повышение качества - работа, которая никогда не кончается. В 1945 году Япония лежала в руинах; ее промышленность была полностью разрушена. Об отсталости японской техники в тот период дает следующее сопоставление.

Имеющий большое значение в современной радиотехнике трансформатор низкой частоты для усилителей, изготовляемый в Японии, весил 250 г., в то время как вес этого аппарата конструкции США - всего 30 г.

Будучи погруженным в воду, японский трансформатор выходил из строя в течение 15 минут, американский же был полностью герметичен и непроницаем.

Однако в конце 40-х - начале 50-х годов японские специалисты, пройдя обучение у авторитетных американских ученых по управлению качеством Э. Деминга и Дж. Джурана, стали успешно применять эти знания в промышленности Японии.

Был внедрен так называемый цикл Деминга, связанный с проектированием, производством, сбытом продукции, анализом и вытекающими из его результатов изменениями для повышения уровня качества - цикл PBCA "планирование - выполнение - проверка - корректирующее воздействие".

Активно использовались также контрольные карты для управления технологическим процессом. Авторский гонорар от книги лекций Деминга был использован для учреждения премий его имени. Золотые медали Деминга присуждаются с 1951 г. Как для отдельного лица, так и для предприятия. Все это создало атмосферу, в которой управление качеством рассматривается как орудие руководства. На передовых фирмах Японии с наибольшей полнотой и последовательностью внедрены комплексный подход и принципы системного управления качеством. Опыт подобных фирм тщательно изучается, анализируется, и делаются попытки его заимствования в США и в странах Западной Европы. [2]

Считается, что японский подход к управлению качеством имеет ряд отличительных черт, однако сравнительный анализ показывает, что теоретические положения имеют универсальный характер и в этом смысле они интернациональны. Системы управления качеством тех прогрессивных зарубежных фирм, где эти концепции нашли наиболее полную и правильную практическую реализацию, сходны по своему характеру, а сам механизм внедрения и развития систем качества универсален по своей сути.

Отличительными элементами японского подхода к управлению качеством являются:

- ориентация на постоянное совершенствование процессов и результатов труда во всех подразделениях;
- ориентация на контроль качества процессов, а не качества продукции;
- предотвращение возможности допущения дефектов;
- тщательное исследование и анализ возникающих проблем по принципу восходящего потока, т. е. от последующей операции к предыдущей;

- культивирование принципа: "Твой потребитель - исполнитель следующей производственной операции";
- полное закрепление ответственности за качество результатов труда за непосредственным исполнителем;
- активное использование человеческого фактора, развитие творческого потенциала рабочих и служащих, культивирование морали: "Нормальному человеку стыдно плохо работать".

Основная концепция "японского чуда" - совершенная технология, будь то технология производства, управления или обслуживания. На фирмах широко внедряются вычислительная и микропроцессорная техника, новейшие материалы, автоматизированные системы проектирования, широко применяются статистические методы, которые полностью компьютеризированы [2].

На многих японских предприятиях для персонала разработана программа участия в обеспечении качества, получившая название «пять нулей». Она представляет собой свод следующих правил:

- *не создавать* (условия для появления дефектов);
- *не передавать* (дефектную продукцию на следующую стадию);
- *не принимать* (дефектную продукцию с предыдущей стадии);
- *не изменять* (технологические режимы);
- *не повторять* (ошибки).

Отличительные составляющие японского подхода к управлению качеством:

1. скрупулезное исследование и анализ возникающих проблем до принципу восходящего потока, т. е. от последующей операции к предыдущей;
2. широкое внедрение научных разработок в области управления и технологии;
3. высокая степень компьютеризации всех операций управления, анализа и контроля за производством;
4. направленность на контроль качества процессов, а не качества продукции;
5. направленность на предотвращение возможности допущения дефектов;
6. ориентация на постоянное совершенствование процессов и результатов труда во всех подразделениях;
7. полное закрепление ответственности за качество результатов труда за непосредственным исполнителем;
8. предельное использование возможностей человека, для чего принимаются меры по стимулированию творческой активности (кружки качества), воспитанию патриотизма к своей фирме, систематическому и повсеместному обучению персонала, культивирование морали: «Нормальному человеку стыдно плохо работать» [3].

Мировой опыт управления качеством продукции показал, что обеспечить стабильное качество изделия невозможно, если не добиться стабильности качества исходных материалов. Поэтому отмечается тенденция ко все более тесному взаимодействию изготовителя изделий с поставщиками сырья, материалов, комплектующих деталей. Это имеет место как в развитых, так и развивающихся странах, хотя и в разной форме. Не случайно процедуру выбора поставщика международный стандарт предлагает в качестве элемента системы обеспечения качества.

Список литературы

1. Азарова, В.Н. Управление качеством: Принципы и методы всеобщего руководства качеством / В.Н. Азаров. – М.: МГИЭМ, 2000. – 56 с.

2. Зарубежный опыт управления качеством [Электронный ресурс]. – Режим доступа:http://victor61058.narod.ru/part_2/2-2.html.– Дата доступа: 03.03.2018.

3. Зарубежный опыт управления качеством продукции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://tulpar.kpfu.ru/mod/book/tool/print/index.php?id=24200. – Дата доступа: 03.03.2018.

Подосиновик Елизавета Олеговна, студентка 4 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: podos4@rambler.ru.

Научный руководитель – ***Фурс Михаил Владимирович,***кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры экономики и управления на предприятии Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь.E-mail: mihailfurs@mail.ru.

УДК331.101.32

О. Л. Ракуть

РОЛЬ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В РАЗВИТИИ ПРЕДПРИЯТИЯ ОАО «ГРОДНО АЗОТ»

В статье рассматриваются понятия «человеческий капитал» и «человеческий потенциал», обозначены их различия, определено понятие накопления и развития человеческого капитала, а также проанализированы проблемы развития человеческого капитала на предприятии ОАО «Гродно Азот» в современных условиях.

Богатством любой страны является человек. Именно поэтому преимуществами обладают те страны, которые имеют не только природные ресурсы и мощный финансовый капитал, но и человеческий. Из этого следует, что многое зависит от состояния науки, уровня образования и объема накопленных обществом знаний, что непосредственно относится к человеческому капиталу. Именно с помощью человеческого капитала создаются вещи, услуги, технологии.

К важным задачам политики региона можно отнести развитие материальных, интеллектуальных и духовных возможностей человека, а также накопление самого человеческого капитала, потому что экономический рост страны и региона напрямую связан с увеличением финансирования таких направлений экономики, как качество рабочей силы, человеческий капитал, здравоохранение, культура и инфраструктура.

Понятие «человеческий капитал» носит многоплановый характер и подразумевает под собой некие накопленные в самом человеке ценности, которые способны в будущем приносить ему «дивиденды». Исследователи сходятся на том, что накопление человеческого капитала связано с вложениями конкретной личности в собственное образование, здоровье, профессиональную подготовку, миграционные действия. То есть, эти накопления представляют собой некое богатство, неотделимое от самого человека и возрастающее в течение всей его жизни [2, с. 57].

Именно поэтому, раскрывая содержание человеческого капитала, можно включить в него не просто накопленные человеком оздоровительно-образовательные вложения в него самого, а весь процесс личного потребления, формирующий личность и способствующий росту профессионального мастерства.

Тем самым с помощью человеческого капитала происходит адаптация к условиям глобализации мировой экономики, воплощаются в реальность инновации, в результате чего достигается высокий уровень конкурентоспособности предприятия. Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что качественный человеческий капитал является важным условием социально-экономического развития страны, определяя в конечном итоге его уровень. В данный период времени этот подход особенно актуален в современной

экономике, когда человек, постоянно развивающийся, становится источником развития общества.

Однако некоторые специалисты по ошибке приравнивают понятия «человеческий капитал» и «человеческий потенциал», что является неправильным, потому что эти два понятия схожи, но не идентичны. Само понятие человеческого потенциала входит в понятие человеческий капитал, в обоих случаях человек рассматривается с определенным набором знаний, умений, здоровьем, воспитанием, мотивационными преимуществами, но понятие человеческого капитала относится в большей мере к экономической деятельности, тогда как человеческий потенциал это больше социологическое и психологическое понятие.

Некоторые специалисты отмечают, что человеческий потенциал - это человеческий капитал плюс социально-экономические условия его формирования, развития и использования. Другими словами, здесь учитывается не только экономический аспект инвестиций в человека, но и характеристика социальной среды, которая формирует личность, систему ее ценностей и преимуществ, структуру интересов, степень активности, а также качество жизни населения, которое вместе с уровнем здравоохранения и образования характеризуется такими социально-экономическими показателями, как степень занятости населения, ее платежеспособность, доступ к участию в политической жизни. Таким образом, сформированный человеческий потенциал в зависимости от существующих условий может раскрываться, реализовываться в разной степени [3, с. 34].

В современном обществе наблюдается дефицит ресурсного капитала. Успех работы предприятия определяется работающими на нём людьми. Особый показатель — семейные трудовые династии, в которых опыт, навыки, мастерство передаются из поколения в поколение.

Для проведения анализа состояния человеческого капитала на предприятия ОАО «Гродно Азот» необходимо выявить структуру работающих (таблица 1).

Таблица 1 – Структура работающих ОАО «Гродно Азот», чел.

	Возраст:							Всего
	-25	26-35	36-40	41-45	46-50	51-55	56+	
Списочная численность, в т.ч.	517	1962	970	1025	1132	1271	737	7614
- численность работников с высшим образованием	95	987	459	381	262	295	187	2666
- со средним специальным образованием	226	425	180	174	251	275	188	1719
- с профессионально-техническим образованием	156	474	291	383	459	432	178	2373
- со средним образованием	39	75	39	83	159	269	182	846
- с базовым образованием	1	1	1	4	1	0	2	10
* по состоянию на 10.04.2017								

Источник: [1]

Подводя итоги можно сделать вывод, что численность работников с высшим образованием превышает численность работников со специальным, профессионально-техническим, средним либо базовым образованием. Актуальный возраст работников на предприятии ОАО «ГродноАзот» это 26-35 лет. Также на предприятии преобладают люди в

возрасте от 51 до 55 лет, молодые профессионалы, возраст которых составляет до 25 лет, преобладают на предприятии в незначительном размере.

Развитие человеческого капитала является необходимой составляющей любой организации, потому что развитие и прибыльность её зависят, в том числе, от людей, которые работают на данном предприятии. Именно благодаря человеческому потенциалу и человеческому капиталу возможно развитие организации и поддержание предприятия на конкурирующем уровне. Измерение отдачи от инвестиций в человека и оценка вклада таких инвестиций в экономический рост предприятия могут быть осуществлены, в известном смысле, в результате анализа динамики экономических показателей по годам. Разумеется, данная проблема должна рассматриваться также с учетом макроэкономической и микроэкономической ситуации. Поэтому для характеристики резервов развития человеческого капитала ОАО «Гродно Азот» необходимо выявить экономическую составляющую организации представленную в таблице 2.

Таблица 2 – Экономические показатели ОАО «Гродно Азот»

Период	Выручка от реализации товаров, продукции, работ и услуг (за минусом НДС, акцизов и иных аналогичных обязательных платежей), млн. руб.	Себестоимость реал.товаров, продукции, работ, услуг, управленческие расходы; расходы на реализацию, млн. руб.	Прибыль (убыток) за отчетный период, всего, млн. руб.	в том числе: прибыль (убыток) от реализации продукции(работ, услуг), млн. руб.	в том числе: прочие доходы и расходы по текущей деятельности, млн. руб.	в том числе: прибыль (убыток) от инвестиционной, финансовой и иной деятельности, млн. руб.	Налог на прибыль; изменение отложенных налоговых активов; изменение отложенных налоговых обязательств; прочие налоги .	Чистая прибыль, млн. руб.	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток), млн. руб.
2016 3 кв.	9684791	8832168	275886	852623	-251494	-325243	59704	216182	548696
2016 1 кв.	3486770	3421886	-70377	64884	-52503	-82758	13	-70390	574212
2015 год	12988197	12268738	59866	719459	-312809	-346784	50575	9291	577243
2014 год	10330714	9784787	147004	545927	-339062	-59861	32114	114890	643951
2013 год	9858427	8877623	190094	980804	-686157	-104553	162483	27611	512181
2012 год	8413436	7558402	623853	855034	-219991	-11190	102898	520955	557655
2011 год	6029269	4952112	1079718	1077157	234092	-231531	282977	796741	71256
2010 год	2517464	2348399	112032	169065	-11420	-45613	72545	н/д	39487
2009 год	1680825	1593532	45278	87293	-4657	-37358	28381	н/д	16897

Источник: [1]

Анализ приведенных ниже сведений, приводит к выводу, что данное предприятие не может уделять должное внимание развитию человеческого капитала, по причине того, что убытки превышают уровень прибыли предприятия. Иллюстрацией этого вывода служат данные степени достижения целей предприятия (таблица 3).

Таблица 3 – Оценка достижения целей предприятия ОАО «Гродно Азот»

Вид цели	Содержание цели	Степень достижения цели (в баллах)			
		Полн. (3)	Неполн. (2)	Частич. (1)	Цель не дости-гнута (0)
1.Общая	Производство продукции для получения максимальной прибыли и минимальных затрат		+		
2.Организационная	Создание организационно-управленческого потенциала, ориентированного на решение стратегических задач		+		
3.Маркетинговая	Учет рыночных потребностей, характера потребителей, особенностей продукции и наличия конкурентных преимуществ		+		
4.Социальная	Анализ и усовершенствование стиля руководства, квалификации работников, их поведения и реакции на нововведения		+		
5.Финансовая	Поиск резервов повышения рентабельности производства, усиление коммерческого расчета и выполнение предприятием обязательств перед бюджетом			+	
Итого	9 баллов				

Источник: [1]

Исходя из приведенных данных, полученные выводы свидетельствуют о том, что выполнение социальных целей предприятия характеризуются неполной степенью достижения, а оценка финансовых показателей еще менее позитивна (частичное достижение).

Актуальной становится проблема обеспечения высококвалифицированными кадрами, что предполагает наличие соответствующей системы образования. Поэтому необходимо создать стартовые условия экономического роста и поддержания его оптимальных темпов. При управлении социально-экономическим развитием, его моделировании и определении оптимальных параметров детальному анализу должны быть подвергнуты собственные (трудовые и сырьевые ресурсы, инновационный потенциал), эндогенные и экзогенные факторы формирования институциональной среды.

Анализируя доминирующие в настоящее время факторы развития человеческого капитала на изучаемом предприятии, следует признать, что внешние условия вложения в человека в настоящий период испытывают ряд трудностей. Их преодоление связано с осуществлением расчета показателей человеческого капитала в условиях информационного общества, которое нуждается в работниках, не только приобретающих целый ряд новых актуальных навыков, но и постоянно адаптирующих эти навыки.

Список литературы

1. Основное производство // ОАО «Гродно Азот» [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: http://www.azot.by/. – Дата доступа: 12.11.2017.
2. Соболева, И. В. Парадоксы измерения человеческого капитала / И. В. Соболева. // Вопросы экономики. – 2009 – № 9. – с. 57
3. Шевчук, Л.Т. Человеческий капитал как фактор экономического роста / Л.Т. Шевчук // Вести ИСЗ. – 2008. – № 1. – 111 с.

In the article such concepts as "human capital" and "human potential" are considered, their differences are indicated, the accumulation and development of human capital is defined, and the role of human capital in the development of the enterprise of Grodno Azot.

Ракуть Ольга Леонардовна, студентка 3 курса специальности «Менеджмент» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купала, Гродно, Беларусь. E-mail: Rakut_OL_15@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: rabtzevich2011@yandex.by.

УДК 338.2

Е. В. Ратош

ПРИНЦИПЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ НА ПК «СПМК-66»

В статье раскрыта сущность понятия стратегического менеджмента, выделены его характерные особенности и принципы, которые необходимо учитывать в процессе его осуществления. В процессе исследования выявлено, что профессиональное осуществление стратегического управления позволяет обеспечить эффективную деятельность предприятия в условиях конкуренции.

Практически каждое десятилетие управление организациями подвергалось немаловажным преобразованиям. Изменялись критерии руководства, перед компаниями вставали задачи по-новому решать вопросы целедостижений, искать новые методы к поиску ресурсов выживания в конкурентной борьбе. И постоянно понятие стратегического управления предприятием приобретало новое значение. Неустранимым условием успешного функционирования компаний на рынке является верное выполнение всех аспектов стратегического управления ими. Следовательно, вместе с этим повышается уровень развития инфраструктуры, который определяет конкурентоспособность страны, возможность обеспечения устойчивых темпов её экономического роста.

Предмет исследования – стратегический менеджмент.

Объект исследования – принципы, на которых базируется стратегическое управление.

Цель исследования – раскрыть сущность процесса стратегического управления организацией и его принципы на примере ПК «СМПК-66».

Специфика изучаемого предприятия определяется его статусом собственности. СПМК-66 – частный кооператив, осуществляющий строительно-монтажные работы.

Списочная численность работников кооператива составляет по состоянию на 01.01.2016 г. – 220 человек, в том числе руководителей и специалистов – 22 человек, рабочих – 198 человек.

Основные показатели развития организации за 2017г. характеризуются данными, представленными в таблице.

Таблица – Основные показатели развития ПК «СПМК №66» за январь-декабрь 2017 г.

Наименование показателя	**ед. изм**	**январь -декабрь 2017г**		
		план	**факт**	**% вып. плана**
Объем работ, услуг по подряду в тек. ценах	руб..	134482,9	87 919,3	65,4
Темп роста объемов подрядных работ, выполненных собств. силами к уровню прошлого года в тек. ценах	%	107,3	59,6	55,6
Произв-сть труда на 1 работника	руб.	555,7	399,6	71,9
Произв-сть труда на 1 работника в среднем за месяц	руб.	46,3	33,3	71,9
Темп роста произв-сти труда к уровню прошлого года в текущих ценах	%	117,5	62,9	53,5
Среднемесячная заработная плата	руб.	8179,9	8246,7	100,8
Темп роста среднемесячной з/п к уровню прошлого года в текущих ценах	%	101,9	66,8	65,6
Соотношение темпов роста произв-сти труда по добавленной стоимости над темпами роста номинальной среднемесячной з/п	%	105,3	0,94	0,9
Прибыль от реализации работ, услуг	руб.	10120,9	861	8,5
Чистая прибыль	уб.	3492,6	-1646	-
Рентабельность от реализации	%	7,5	1,2	-
Рентабельность продаж	%	8,9	1,17	-
Снижение уровня затрат на производство продукции (работ, услуг)	%	-0,003	0,014	-
Экономия энергоресурсов	%	-5,6	-13,5	241,1
Экономия светлых нефтепродуктов	%	-5,6	-25,9	462,5

Источник: собственная разработка автора на основании данных предприятия

На основании таблицы можно сделать следующие выводы. Динамика изменения объема работ и услуг имеет отрицательную тенденцию. В сравнении с аналогичным периодом 2016г. объем работ и услуг уменьшился в действующих ценах на 34,6%, также не выполнен и запланированный объем работ и услуг на 2018г. Так, в плане развития предусмотрено значение данного показателя на уровне 134482,9 руб. Соответственно, план недовыполнен на 34,6%. Производительность труда на одного работника также упала на 28,1%, что пагубно сказалось на получении чистой прибыли, которая составила убыток размером в 1646 руб.

Состояние результатов деятельности предприятия порождает необходимость применения общих принципов определения его стратегического развития.

Термин «стратегическое управление» был введён в обиход на рубеже 1960-70-х годов [1, с. 18].

В это время «стратегическое управление» представляло собой долгосрочное планирование производства продукции и освоения рынков [2, с.24].

Необходимо выделить несколько условий, в которых развивался стратегический менеджмент как концепция управления:

- ✓ возникновение новых, непростых задач, предопределенных динамичностью и неопределенностью ситуации, отличающихся большим числом аргументов, сложным характером зависимостей, наличием нерегулярных обстоятельств и ограничений во времени;
- ✓ высокая цена ошибок от принятия неправильных управленческих решений;
- ✓ недостаток исследованных схем и действий качественных неопределенных задач, специфических для менеджмента [3].

В литературе существует множество определений «стратегического управления». Дефиниции стратегического управления имеют свои особенности в зависимости от принятого тем или иным автором методологического подхода. Рассмотрим несколько формулировок.

Так, например, Томпсон и Стрикленд считают, что **стратегический менеджмент** – это процесс, посредством которого менеджеры устанавливают долгосрочные направления развития организации, ее специфические цели, развивают стратегии их достижения в свете всех возможных внутренних и внешних обстоятельств и принимают к исполнению выбранный план действий.

Смит, Арнольд и Биззел указывают: **стратегический менеджмент** – это процесс оценки внешней среды, формулирования организационных целей, принятия решений, их реализация и контроль, сфокусированные на достижение целей в настоящей и будущей внешней среде организации [6].

Цель стратегического менеджмента – обеспечение стратегической конкурентоспособности организации в условиях изменяющейся внешней среды.

Достижение названной цели возможно в результате решения следующих четырёх основных задач стратегического менеджмента:

- ✓ формирования стратегического видения и миссии организации;
- ✓ определения корпоративных и функциональных стратегий для достижения определенной выше цели;
- ✓ внедрения и реализация стратегии;
- ✓ оценки реализации стратегии и изучение новых тенденций, осуществление корректирующих действий [7, с. 23].

Вышеперечисленные задачи представляют собой задачи, которые взаимосвязаны между собой и дополняют друг друга. Выполнение данных направлений менеджерами диктуются определенными затратами времени и усилий.

Планирование стратегии предполагает выполнение таких подфункций, как прогнозирование, разработка стратегии и бюджетирование. Организация выполнения стратегических планов – формирование будущего потенциала предприятия, согласование структуры и системы управления с выбранной стратегией развития, создание корпоративной культуры, поддерживающей стратегию. Координация действий менеджеров по формированию и реализации генеральной стратегии заключается в согласовании стратегических решений различных уровней и последовательной консолидации целей и стратегий структурных подразделений на более высоких ступенях управления. Мотивация связана с разработкой системы стимулов, побуждающих к достижению поставленных

стратегических результатов. Контроль состоит в непрерывном наблюдении за процессом реализации стратегических планов.

Реализация функций стратегического управления осуществляется посредством разработки и принятия стратегических решений.

Стратегическим решением называют управленческое решение, которое ориентировано на будущее и закладывает основу для принятия оперативных решений, сопряжено со значительной неопределенностью, поскольку учитывает неконтролируемые внешние факторы, связан с вовлечением значительных ресурсов и может иметь чрезвычайно серьезные, долгосрочные последствия для предприятия. К числу стратегических решений, например, можно отнести:

- реконструкцию предприятия;
- внедрение новшеств (изменение организационно-правовой формы, новые формы организации и оплаты труда, взаимодействия с поставщиками и потребителями);
- выход на новые рынки сбыта;
- приобретение, слияние предприятий [8].

Очень значимым ресурсом, необходимым для выполнения задач, которые стоят перед управленцами, выступает информационное обеспечение, которое различно на всех стадиях стратегического управления.

Сущность стратегического аспекта менеджмента содержится в действенном приспособлении предприятия к внешним отклонениям.

Нужно сделать акцент на следующих характерных особенностях стратегического управления:

✓ основным назначением организации является выживание в долгосрочной перспективе, в отличие от оперативного управления, для которого характерно производство товаров и услуг;

✓ способом целедостижений выступает поиск новых возможностей в конкурентной борьбе;

✓ касаемо временного периода: стратегический менеджмент ориентирован на долгосрочную перспективу;

✓ работник есть основа компании;

✓ в качестве критериев эффективности рассматриваются гибкость и готовность к изменениям [4].

Стратегический менеджмент подчинен ряду принципов, которые необходимо учитывать в процессе его осуществления.

Научность в сочетании с элементами искусства.

Управленец в своей работе применяет умозаключения многих наук, но в то же время должен быть оригинальным, искать индивидуальные подходы к той или иной ситуации. Реализация данной задачи допускает, не считая знаний владения искусством ведения конкурентной борьбы, еще и умение найти выход из самой трудной ситуации, способность сосредоточиться на первостепенных проблемах, выделить ключевые достоинства своей организации.

Целенаправленность стратегического управления.

Стратегический анализ и разработка стратегии должны быть всегда ориентированы на выполнение всеобщей цели предприятия. В противоположность свободной импровизации и интуиции стратегическое управление должно обеспечить осмысленное ориентированное развитие организации и устремленность управленческого процесса на решение определенных проблем.

Принцип гибкости.

Этот принцип подразумевает возможность внесения изменений в ранее принятые решения или их пересмотр в любой момент времени в соответствии с изменяющимися обстоятельствами. Реализация данного принципа предполагает оценку соответствия текущей стратегии условиям внешней среды и возможностям предприятия, уточнение принятой политики и планов в случае непредвиденного становления событий и усиления конкурентной борьбы.

Единство стратегических планов и программ.

Для достижения успеха стратегические решения разных уровней должны быть гармоничны и тесно увязаны между собой. Единство стратегических планов организаций достигается посредством объединения стратегий структурных подразделений, взаимного консенсуса стратегических планов функциональных отделов.

Создание необходимых условий для реализации стратегии.

Стратегический план не обеспечивает его обязательного успешного выполнения. Процесс стратегического управления должен включать создание организационных условий для осуществления стратегических планов и программ, т.е. формирование сильной организационной структуры, разработку системы мотивации, совершенствование структуры управления и пр [5, с. 221].

Таким образом, сущность стратегического управления заключается в создании такого рода взаимосвязи фирмы со средой, которая может обеспечить бы возможности на уровне, способствующем достижению экономического и социального эффекта.

Список литературы

1. Ансофф, И. Стратегическое управление: Пер. с англ / И. Ансофф. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.

2. Вачугов, Д.В. Из истории менеджмента / Д.В. Вачугов, В.Р. Веснин // Социально-политический журнал. – 1993. – №3. – С.23-27.

3. Литература для студента [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://libsib.ru/ – Дата доступа: 02.02.2018.

4. Стратегическое планирование и управление [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.stplan.ru/ – Дата доступа: 01.02.2018.

5. Тебекин, А. В. Стратегический менеджмент: учебник для академического бакалавриата / А. В. Тебекин. – М.: Юрайт, 2013. –333 с.

6. Файловый архив для студентов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studfiles.net - Дата доступа: 30.01.2018.

7. Хомич, С.А. Стратегический менеджмент: учеб. пособие/ С.А. Хомич. – Минск: БГУ, 2012. – 545 с.

8. Центр управления финансами [Электронный ресурс].- Режим доступа: http://center-yf.ru/ – Дата доступа: 04.02.2018.

The essence of the concept of strategic management is disclosed in the article, its characteristic features and principles are highlighted, which must be taken into account in the process of its implementation. On the basis of research on the real enterprise of the topic issues, it is revealed that the professional implementation of strategic management allows to ensure the effective operation of the enterprise in a competitive environment.

Ратош Екатерина Владимировна, студентка 4 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,*** профессор, доктор исторических наук кафедры экономика и управление на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: rabtzevich@mail.ru.

УДК 623.48:005.591.6

А. С. Реунов

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ НОВОГО ОБОРУДОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Статья посвящена методам оценки эффективности внедрения нового высокотехнологичного оборудования на предприятиях, специализирующихся на создании рабочих мест для людей с ограниченными возможностями.

В условиях жесткой конкуренции ни одно предприятие не сможет успешно работать, не внося заметных усовершенствований в свою деятельность. В результате внедрения новой техники и технологии повышается производительность труда на предприятии, снижаются накладные расходы, растёт рентабельность выпускаемой продукции. Внедрение нововведений осуществляется, как правило, по следующим направлениям:

– освоение новой и модернизация выпускаемой продукции;

– внедрение в производство новых технологий, машин, оборудования, инструмента и материалов;

– использование новых информационных технологий и новых способов производства продукции;

– совершенствование и применение новых прогрессивных методов, средств и правил организации и управления производством.

Задачи комплексного совершенствования техники и организации производства напрямую увязываются с потребностями рынка. В первую очередь определяются основные виды продукции, которые предприятию следует осваивать, а также его потенциальные потребители и конкуренты [2,с. 54].

Технико-экономическое обоснование создания и внедрения новой техники и новых технологических процессов в каждом производственном предприятии имеет свои особенности, которые базируются на отраслевой специфике производства.

При этом существуют общие для всех отраслей экономики методические положения экономической оценки и обоснования эффективности внедрения новой техники и технологий. К новой технике и технологиям, внедряемым в производство, относятся следующие:

1. Конструктивно новые средства труда. Создание и освоение их серийного производства требует существенных капитальных вложений и затрат времени.

2. Новые для конкретного предприятия виды техники, отвечающие современным научно-техническим требованиям, которые используются в других отраслях отечественной экономики или за рубежом и требуют адаптации к конкретному производству.

3. Модернизированная техника, отвечающая современным научно-техническим требованиям. Эти виды техники могут создаваться на основе действующих образцов [3, с. 221].

Исходя их вышеизложенного, нормативный коэффициент эффективности внедрения новой техники в расчетах может приниматься в пределах 0,15–0,33. Главная цель оценки эффективности применения новой техники − обоснование ее коммерческой (предпринимательской) состоятельности. Последняя предполагает выполнение двух основополагающих требований:

– полное возмещение (окупаемость) вложенных средств;

– получение прибыли, размер которой оправдывает отказ от любого иного способа использования ресурсов (капитала) и компенсирует риск, возникающий в силу неопределенности конечного результата.

При выполнении инвестиционного анализа задача оценки эффективности применения новой техники является главной, определяющей судьбу проекта в целом [1, с.131-132].

Финансовая оценка направлена на выбор схемы финансирования затрат на новую технику и тем самым характеризует возможности по реализации имеющегося экономического потенциала.

Очевидно, что когда мы имеем дело с оценкой новой техники для действующей организации, необходимо выяснить, как факт наличия текущей деятельности влияет на результаты анализа эффективности новой техники, а это, в свою очередь, зависит от целей анализа и от целого ряда факторов, из которых можно выделить наиболее существенные.

Различают абсолютную (общую) и сравнительную эффективность новой техники. Абсолютная − измеряется отношением получаемого от новой техники эффекта (в виде роста выпуска продукции и снижения ее себестоимости или увеличения прибыли) к затратам на ее создание и внедрение.

Сравнительная эффективность применяется для выбора оптимального из имеющихся вариантов новой техники, путем определения сроков окупаемости разности капитальных вложений по сравниваемым вариантам за счет экономии на текущих затратах или путем сравнения приведенных затрат по вариантам.

Экономическая эффективность новой техники рассчитывается по всему циклу работ по ее созданию и внедрению, включая научную разработку, проектирование и составление сметы, производство опытного образца и его испытание, выпуск продукции и ее внедрение. Эффективность определяется применительно к максимально возможным масштабам внедрения при оптимальных условиях и фактически возможных объемах по пятилетиям и годам. При этом рассчитывается: снижение затрат на производство новой техники в сравнении с эквивалентной по мощности старой.

Плановая экономическая эффективность новой техники определяется по плановым данным об объеме продукции, себестоимости, окупаемости капитальных вложений. Данные о плановой и фактической экономической эффективности новой техники используются при определении желательных направлений её развития и при планировании её внедрения.

При планировании эффективности новой техники, когда ещё не известна цена, затраты на новую технику могут быть определены по сметам на её изготовление, а при отсутствии смет − по укрупнённым нормативам и с учётом аналогов.

К затратам на новое оборудование прибавляются затраты на его доставку и монтаж, на сооружение производственных площадей (или вычитается экономия на капитальных вложениях за счёт высвобождаемых площадей), а также затраты на увеличение (или вычитается экономия) оборотных фондов, связанных с внедрением новой техники.

Помимо капитальных вложений, сопоставляется и себестоимость продукции при новой и старой технике. Если с внедрением новой техники связано увеличение выпуска продукции, то себестоимость пересчитывается на увеличенный объём с учётом условно-постоянной части расходов и её изменений [4].

Обобщающая оценка выполнения плана по эффективности внедрения новой техники проводится по сводным данным, которые отображают эффект от внедрения. Это дает возможность составить представление о степени выполнения задания по эффективности внедрения новой техники и изучить тенденции ее развития и динамики.

Основной обобщающий показатель эффективности научно-технических предприятий – темп прироста эффективности производства конкретных видов продукции от внедрения новой техники определяется по формуле (1):

$$Энт = Эi/Знт * 100, \quad (1)$$

где Энт – темп прироста эффективности конкретных видов продукции от внедрения новой техники;

Эi – экономия затрат труда за время использования новой техники;

Знт – совокупные затраты труда на производство конкретных видов продукции за время использования новой техники.

Экономия затрат труда за время использования новой техники рассчитывается на основе данных о цене на единицу, об объеме производства конкретных видов продукции, о затратах труда на производство продукции до и после внедрения новой техники [6].

Внедрение новой техники позволяет снизить себестоимость продукции, а значит увеличить прибыль предприятия. К тому же анализ внедрения новой техники позволяет руководству предприятия принимать наиболее оптимальные и точные управленческие решения.

К основным показателям эффективности внедрения новой техники относятся:

- годовой экономический эффект от внедрения новой техники;
- эффективность единовременных затрат на создание новой техники;
- срок окупаемости единовременных затрат на создание новой техники.

Эти показатели могут быть как ожидаемыми, позволяющими судить об экономической эффективности планируемой к использованию новой техники, так и фактическими, оценивающими эффективность существующего оборудования [5, с. 201].

Экономический эффект может быть определён как разница приведенных затрат до внедрения и после внедрения новой техники. Если автоматизированная система внедряется вместо ручной системы работы с техникой, то разница приведенных затрат определяется соответственно между автоматизированной и ручной системами.

В этом случае стоимость затрат по базовому варианту включает только текущие затраты при базисной технологии:

1) трудовые затраты работников, занятых работой за новой техникой;

2) текущие материальные затраты (энергозатраты, техническое обслуживание оборудов ания);

3) амортизацию основных фондов, используемых новой техникой.

Если внедряется новая техника вместо старой, то разница приведенных затрат определяется между затратами новой и старой техникой.

Затраты при внедряемой новой технологии включают:

– текущие материальные затраты;

– единовременные затраты на создание новой техники.

Если внедряется новая техника на вновь создающемся предприятии, то возможно сравнение проектируемых затрат на данном предприятии (организации) с вариантами стандартных затрат на подобных предприятиях (организациях) или с вариантами затрат возможных фирм, занимающихся внедрением техники (фирм – исполнителей) [7, с.68].

Затраты на 1 т. товарной продукции определяется по формуле (2):

$$З=S/Q, \quad (2)$$

где S- себестоимость товарной продукции;

Q- объем товарной продукции (тонн).

Общие затраты при внедрении новой технологии определяются по показателю приведенных затрат, который рассчитывается по формуле (3):

$$Зп = С + ЕнК, \quad (3)$$

где Зп – приведенные затраты;

С – текущие затраты;

Ен – нормативный коэффициент экономической эффективности единовременных затрат;

К – единовременные затраты (капитальные вложения).

Текущие (эксплуатационные) затраты повторяются в производственных циклах, они осуществляются синхронно с производственной деятельностью и составляют себестоимость продукции или услуг. Текущие затраты рассчитываются как сумма за год. Единовременные затраты включают:

-- некапитальные затраты:

- ✓ на проектирование;
- ✓ на программирование микроконтроллера;
- ✓ на отладку программы;
- ✓ на внедрение;
- ✓ на обучение кадров;
- ✓ на опытную эксплуатацию.

– капитальные затраты:

- ✓ на стоимость технического оснащения системы;
- ✓ на создание технических средств управления;
- ✓ на создание связей;
- ✓ на вспомогательное оборудование.

Нормативный коэффициент эффективности единовременных затрат рассматривается как нормативная прибыль, которая должна быть получена от внедрения системы. Значение Кн принимается от 0,12 до 0,15 для всех отраслей пищевой промышленности и представляет собой минимальную норму эффективности капитальных вложений, ниже которого они нецелесообразны.

Размеры нормативного коэффициента эффективности единовременных затрат тесно связаны со сроком их окупаемости:

при Ен = 0,12 срок окупаемости 8,3 года;

при Ен = 0,15 срок окупаемости 6,7 года.

Таким образом, приведенные затраты представляют собой сумму текущих и единовременных затрат, приведенных к единому размеру с помощью нормативного коэффициента экономической эффективности [6].

Рассмотрев методы оценки эффективности внедрения нового оборудования, необходимо отметить, что эти методы можно использовать и для предприятий, где работают люди с ограниченными возможностями. Хотя они являются специфическими, внедрение нового оборудования для этих предприятий жизненно важно. Рассмотрим на примере УП “Фильтр” ОО “БелТИЗ”, где 53% работников являются инвалидами по зрению.

Несомненно, что у работников слабовидящих и незрячих низкая производительность труда, и 7 часовой рабочий день. В связи с этим конкурировать на рынке без серьёзной модернизации и внедрения новых технологий сложно или почти невозможно. Поэтому каждый год на предприятии приобретается новое оборудование, позволяющее увеличить производительность и снизить трудозатраты.

Так, например, в 2012 году при покупке станка СВП-45 сократились затраты на электроэнергию, зарплату 2-х работников и существенно сократилось время на производство комплектующих для фильтроэлементов. Станок СВП-45 позволяет многократно увеличить производство каркасов, убрать лишние операции, улучшить качество

выпускаемой продукции, отказаться от сварочных работ, уменьшить брак в производстве и т.д.

По данным планово-экономического отдела за 2013 год экономия составила 57245 рублей в пересчёте на деноминированные рубли. В последующих годах данная сумма изменялась несущественно и была напрямую привязана к объёмам и номенклатурному ряду выпускаемой продукции. Если учесть, что стоимость СВП-45 при закупке составила 95700 рублей, срок окупаемости составил 17 месяцев.

Таким образом, повышение технического уровня производства на предприятиях, специализирующихся на создании рабочих мест для людей с ограниченными возможностями, достигается путем внедрения новой передовой техники и технологии, комплексной автоматизации и механизации производственных процессов, повышения качества продукции, улучшения использования материальных и энергетических ресурсов.

Список литературы:

1. Баканов М.И. Теория экономического анализа / М.И. Баканов – М.: Финансы и статистика. 2005. -288с.

2. Ворст И. Экономика фирмы / И. Ворст, П. Ревентлоу – М.: Высшая школа, 2006.

3. Горфинкеля В.Я. Экономика предприятия. Учебник для вузов. / В.Я. Горфинкеля – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2007. – 367с.

4. Калмыков А. В. Моделирование устойчивого развития промышленных предприятий // Международный экономический форум/ Экономика промышленности: подборка статей 2012 года [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.be5.biz/ekonomika1/r2012/2448.htm. – Дата доступа: 02.02.2018.

5. Медынский В.Г. Инновационное предпринимательство: Учебное пособие. / В.Г. Медынский, Л.Г Шаршукова — М.: ИНФРА 2001. – 240с.

6. Розкокоха В.П. Анализ инновационных стратегий промышленного предприятия // Международный экономический форум/ Инновации: подборка статей 2012 года [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.be5.biz/ekonomika1/r2012/2448.htm. – Дата доступа: 02.02.2018.

7. Руднев А.В. Инновационный менеджмент. /А.В. Руднев. – М.: ГАУ, 2003.

Реунов Артём Сергеевич, магистрант кафедры экономики и управления на предприятии Гродненского государственного университета имени Янки Купалы.

Научный руководитель – ***Фурс Михаил Владимирович***, кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры экономики и управления на предприятии Гродненского государственного университета имени Янки Купалы. E-mail: michailfurs@grsu.by

УДК 330.354

Л. К. Саналиева

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ КАЗАХСТАНА: СОВРЕМЕННЫЕ РЕАЛИИ

Инновационное развитие Казахстана – результат формирования основ постиндустриальной экономики и повышения ее конкурентоспособности и реализация поставленных задач и новых возможностей развития в условиях четвертой промышленной революции. Во основе данной статьи лежит то, что национальные интересы должны действовать без промедлений во избежание нарастания технологической пропасти, безнадежного отставания от конкурентов и роста зависимости.

Современный этап развития индустриально – инновационной политики Казахстана характеризуется, с одной стороны, осмыслением результатов формирования основ постиндустриальной экономики и повышением ее конкурентоспособности, реализацией задач и новых возможностей развития в условиях четвертой промышленной революции, которые определены в Послании Президента РК Н.Назарбаева 10 января 2018 года [1]. Несмортя на то, что кризисные явления в мировой экономике, в очередной раз, определили небольшую жизнеспособность инновационной составляющей экономической среды. Она не сводится к отдельному научному открытию или изобретению, а представляет собой целый сегмент экономики, имеющий свою инфраструктуру, институты развития, сложные внутрисистемные коммуникации и нуждающиеся в серьезной поддержке со стороны государства. Национальные интересы страны предполагают, что необходимо действовать без промедлений во избежание нарастания технологической пропасти, безнадежного отставания от конкурентов и роста зависимости. Тем более что имеется благоприятный инновационный климат и активно формируется соответствующая инфраструктура в мейнстриме мирового развития.

В Казахстане сегодня, когда нынешний кризис затронул практически все промышленные предприятия, наблюдается слабая активность и предприятий в сфере создания и распространения инноваций. По оценкам Агентства РК по статистике, на 01.01.2015 г. удельный вес инновационно-активных предприятий в республике составил 8,1% от общего количества респондентов (24 068 единиц). В предыдущие годы он имел следующий уровень: 2013 г. – 8,0%, 2012 г. – 7,6%, 2011 г. – 5,7%, 2010 г. – 4,3%, 2009 г. – 3,9%, 2008 г. – 4,0%, 2007 г. – 4,8%, 2006 г. – 4,8%, 2005 г. – 3,4%, 2004 г. – 2,3%, 2003 г. – 2,1% [2]. Темпы роста инновационной активности субъектов хозяйствования РК за 12 лет, начиная с 2003 г. по 2014 г., не достаточно динамичны. В целом наблюдается некая динамика с 2 экстремумами: в 2007 г. – 4,8% и 2014 г. – 8,1%. Минимальный уровень инновационной активности был в 2003 г. – 2,1% и в 2009 г. – 2,9% по понятным причинам последствий первой волны мирового финансового кризиса. Однако, по сравнению с другими странами, работать предстоит еще долго (Россия – 12%, Румыния – 28%, Словения – 32%, Польша – 38%, страны ОЭСР – около 50%) [3]. К примеру, доля инновационно-активных предприятий в США составляет около 50%, среди стран Европейского союза наиболее высокими показателями обладают Германия (79,3%), Швеция (60%), Финляндия (58%). Средний показатель по странам Европейского Союза достигает приблизительно 53 % [3] (рисунок).

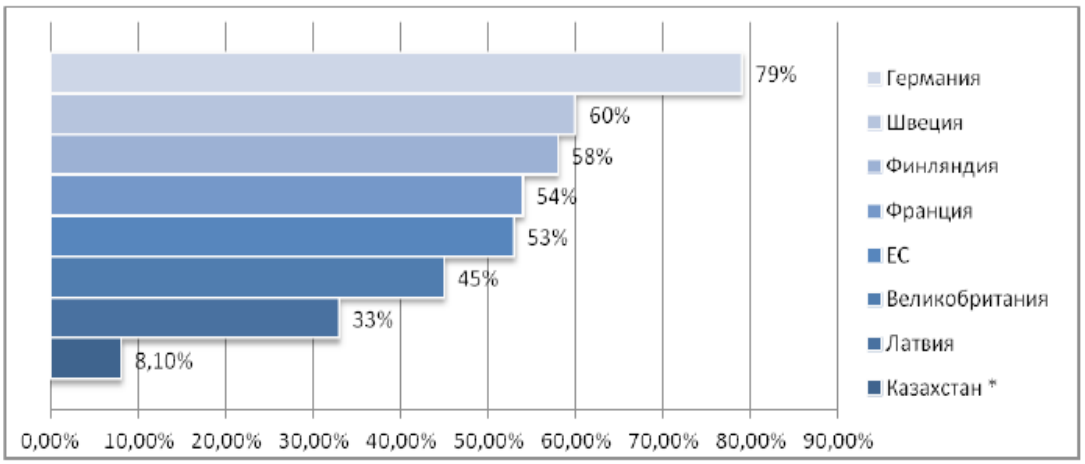


Рисунок – Инновационная активность предприятий Казахстана и стран мира в 2013-2014 гг.

Источник: собственная разработка автора на основании [3]

Вообще к концу XX века стало очевидно, что уровень инновационной активности и развития научно-технической сферы – науки, образования, наукоемких отраслей, мировых рынков технологий – определяет границы не только между богатыми и бедными странами, но и регионами внутри одного государства, создает основу динамичного экономического роста, является важнейшим фактором формирования центров силы. Без применения инноваций практически невозможно создать конкурентоспособную продукцию, имеющую высокую степень наукоемкости и новизны. Таким образом, инновации представляют собой эффективное средство конкурентной борьбы, так как ведут к созданию новых потребностей, к снижению себестоимости продукции, к притоку инвестиций, к повышению имиджа производителя новых продуктов, к открытию и захвату новых рынков, в том числе и внешних.

В Казахстане в региональном разрезе в инновационном развитии лидируют: Костанайская область – 13,6% инновационной активности, Жамбылская область –12,2%, Северо-Казахстанская – 11,6%, г. Астана – 10,7%, Кызылординская область – 10,1%. Среди отстающих выделяются: Мангистауская – 3,4%, г. Алматы – 5,0%, Западно-Казахстанская – 6,6%, Павлодарская – 6,9%, Южно-Казахстанская – 7,0% [3].

Наблюдается неоднородность инновационного развития регионов Казахстана. Как известно, уровень инновационности региона формируется в результате взаимодействия многих факторов. Общепринято считать, что всё многообразие факторов, воздействующих на формирование инновационной среды, может быть сведено к четырём группам: социально-экономические условия развития региона; инновационный потенциал; человеческий капитал; управленческий потенциал [4]. Таким же неоднородным видится соотношение инновационной активности по отраслям экономики республики.

Из данных, представленных в таблице, видно, что максимально высокая инновационная активность в сфере высшего образования – 48,9% и НИИ – 43,4%. Действительно, образование как главное средство социального развития личности должно подвергаться изменениям в зависимости от запросов современного общества. Все нововведения, которые создаются и опробуются в учебных заведениях, призваны решить многочисленные проблемы устаревания образовательных стандартов и ввода новых подходов в обучении современного подрастающего поколения.

Следующий по убыванию уровень инновационной активности имеют такие отрасли, как обрабатывающая промышленность (13,1%) и сфера информации и связи (13,3%). Этот уровень выше среднереспубликанского на 5%, однако, низок в сравнении с мировым опытом. В развитых странах, по мнению руководителя Центра промышленных и инвестиционных

исследований, профессора В. Б. Кондратьева, «обрабатывающая промышленность уже не является источником масштабного роста занятости и рабочих мест, но обеспечивает рост производительности, инноваций и международной торговли». На этот сектор в настоящее время приходится до 90% частных инвестиций в НИОКР, а его доля в глобальной торговле достигает 70%.

В развивающихся странах обрабатывающая промышленность выступает основным мотором развития, рычагом превращения бедных стран в важных игроков глобальной экономики [5]. На основе зарубежного опыта ясно, что ни в одной стране мира инновационная система не была сформирована рынком, частным сектором самостоятельно. Во всех странах для повышения конкурентоспособности национальной экономики государство играет ведущую роль на основе системного подхода в создании инновационной экономики с социальным уклоном.

При этом необходимо отметить, что казахстанские предприятия в сфере инновационной деятельности в основном выбрали, «догоняющую» стратегию, что свидетельствует об их инновационной невосприимчивости. «Догоняющая» стратегия предполагают имитацию иностранных технологий, копирование продуктов и их массовое производство (таблица).

Таблица – Объем произведенной инновационной продукции по отраслям экономики Казахстана на 01.01.2015 г.[2].

Отрасли экономики РК	Объем производственной продукции (товаров, работ, услуг), млн. тг.	Удельный вес объема произведенной инновационной продукции отрасли, %
Всего	580 386,0	100
Сельское хозяйство	25 595,9	4,4
Горнодобывающая промышленность и разработка карьеров	3 138,5	0,5
Обрабатывающая промышленность	471 675,5	81,3
Строительство	8576,5	1,5
Оптовая и розничная торговля	23206,1	4,0
Информация и связь	24012,3	4,1
Научные исследования и разработки	8942,6	1,5
Деятельность в области здравоохранения	3799,8	0,6
Прочие	12188,1	2,1
Примечание: рассчитано на основе данных Агентства РК по статистике. Об инновационной деятельности предприятий в Республике Казахстан за 2014год. http//www.stat.gov.kz		

Источник: собственная разработка автора на основании [2]

Долгие годы экономическая наука и хозяйственная практика основное внимание уделяли изучению производственных вопросов и, прежде всего, повышению эффективности действующего процесса, инновационного в том числе. Именно проблема реализации инноваций оказывается в казахстанской практике одной из наиболее острых, поскольку нет системного подхода производителя к маркетингу инноваций. Для устранения таких негативных тенденций в инновационной деятельности предприятий Казахстана, по нашему глубокому убеждению, необходимо формирование действенного механизма, обеспечивающего баланс конкуренции и кооперации усилий экономических агентов при непосредственной роли государства.

Государство, формируя свою национальную инновационную систему должно работать в следующих направлениях:

- определение научно-технологических приоритетов;
- разработка механизмов инновационного развития;
- проведение прогноза технологического развития и формирование благоприятной экономической и правовой среды;
- развитие инструментов косвенного стимулирования инновационного развития;
- участие в развитии инновационной инфраструктуры;
- развитие исследований и разработок;
- совершенствование системы образования;
- стимулирование партнерства науки с частным капиталом.

В Республике Казахстан 8 июля 2004 года на заседании Правительства РК был рассмотрен подготовленный Министерством индустрии и торговли, вопрос «О формировании национальной инновационной системы». В Государственной программе по формированию и развитию национальной инновационной системы Республики Казахстан на 2005-2015 годы, разработанной по итогам заседания Правительства Республики Казахстан, отмечается, что в 90-е годы XX века в Казахстане произошло резкое сокращение исследований по стратегически важным направлениям научно-технологического развития, падение престижа ученого и востребованности научных результатов, снижение инновационной активности предприятий, отток за рубеж специалистов и интеллектуальной собственности, что привело к ослаблению научно-технологического потенциала, деградации наукоемких производств. Отсутствие комплексного системного подхода к управлению инновационными процессами сдерживает развитие инновационного потенциала страны, не позволяет правильно обозначить приоритеты его дальнейшего развития. В Республике Казахстан сложилась закрытая научно-технологическая система, которая не направлена на коммерциализацию знаний, и по существу выступает сдерживающим факторам в дальнейшем развитии страны. В этой связи, согласно Государственной программе по формированию и развитию Национальной инновационной системы Республики Казахстан на 2005-2015 годы, Национальную инновационную систему Казахстана решено формировать по следующим этапам:

1. 2005-2007 гг. – формирование НИС с активным участием государства:
2. 2008-2010 гг. – совершенствование механизмов взаимодействия и функционирования элементов НИС;
3. 2011-2015 гг. – устойчивое развитие НИС с уменьшением доли государственных расходов и ростом частных инвестиций [6].

За этот период разработаны концептуальные механизмы инновационной модернизации экономики Республики Казахстан на основе гармонизации законодательно-правовой базы и механизма альтернативных источников инвестирования инновационной деятельности РК. Определены «окна возможностей» для казахстанской экономики с учетом уровня входного барьера в различных фазах жизненного цикла технологии. Обоснована необходимость интеграции Казахстана в мировую инновационную систему путем реализации Межгосударственной целевой программы инновационного сотрудничества государств-участников СНГ на период до 2020 года. Межгосударственное инновационное пространство будет содействовать в предоставлении каждому государству – участнику СНГ равных возможностей в совместном использовании их научно-технологических и инновационных потенциалов, доступе на рынки научно-технологической и инновационной продукции, а также формировании общего рынка высокотехнологичных товаров и услуг стран Содружества. Научный анализ влияния различных показателей качества человеческого капитала на инновационную активность казахстанской экономики выявил необходимость

разработки механизма повышения инновационности научно-образовательной сферы РК. Данный механизм основан на возвышении роли университетов в генерации научно-технических знаний, оптимизации схемы финансирования научных проектов, трансформации технических вузов в инновационные (исследовательские), использовании потенциала студентов и выпускников вузов, изменение отношений ученых к своей деятельности, позиционировании вуза в качестве «предпринимательского» и развитие предпринимательского образования.

Действительно, в условиях нового технологического порядка, где доминируют высокотехнологичные и наукоемкие производства, основным механизмом является становление национальной инновационной системы, включающей создание новой инновационной инфраструктуры, формирование научного потенциала и образовательной системы, направленных на решение приоритетных проблем кардинального повышения конкурентоспособности национальных экономик. А также: уточнение приоритетов деятельности структур, отбор кадров с высоким уровнем квалификации и креативности, мотивация творческих кадров с высоким уровнем потребностей, исключение назначения на руководящие позиции по принципу связей и родственных отношений, обеспечение прозрачности деятельности, системы контроля и мониторинга

Список литературы:

1.Послание Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева народу Казахстана от 10 января 2018 года «Новые возможности развития в условиях четвертой промышленной революции». Режим доступа: www.akorda.kz. Дата доступа: 12.02.2018.

2.Агентство РК по статистике. Об инновационной деятельности предприятий в Республике Казахстан за 2003-2014 год. Режим доступа: http://www.stat.gov.kz. Дата доступа: 12.02.2018.

3. Наступает время, когда будут проверяться качества каждого министра. Режим доступа: http://365info.kz/2015/08/nazarbaev. Дата доступа: 12.02.2018

4.Садыханова Г.А. Современное инновационное развитие отраслей промышленности Республики Казахстан / Г.А. Садыханова., А.Н. Тургинбаева., С.К. Кондыбаева //Вестник КазНУ.-2015 г.-54 с.

5.Тычинский А.В. Управление инновационной деятельностью компаний: современные подходы, алгоритмы, опыт. / А.В. Тычинский. – Таганрог, – С. 16.

6.Пресс-служба АО «Национальное агентство по технологическому развитию» Режим доступа: http://www.natd.gov.kz/press_center/ press_releases/. Дата доступа: 12.02.2018

The innovative development of Kazakhstan is the result of the formation of the foundations of a post-industrial economy and increasing its competitiveness. Realization of the set tasks and new development opportunities in the conditions of the fourth industrial revolution. At the heart of this article, it is written that national interests should act without delay in order to avoid the growth of the technological gap, the hopeless lag from competitors and the growth of dependence

Саналиева Лаура Кабидуллаевна, аспирант факультета экономики Павлодарского государственного университета им. С. Торайгырова, г. Павлодар, Казахстан. E-mail: Laura_agu@mail.ru.

Научный руководитель – ***Майдырова Айгуль Булатовна,*** доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Экономика и предпринимательство» ЕНУ им. Л. Гумилева г. Астана, Казахстан. E-mail: majdarova@enu.kz.

УДК636.2.034(12.470)

Е. О. Сахавикова

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассмотрено понятие инновационного потенциала, его основные элементы, важность инноваций в современном мире. Произведено исследование влияния инновационного потенциала на возможности развития эффективности предприятия.

Современным предприятиям для эффективной деятельности необходимо повышать эффективность функционирования производства, организационной структуры и других сфер деятельности. Для осуществления этих процессов организация не может обойтись без инноваций во всех областях жизнедеятельности: новые технологии, новые виды конкурентоспособной продукции, новые способы продвижения продукции, управления и т.д.

Таким образом, успешные организации постоянно находятся в поиске и внедрении в свою деятельность различных инноваций, то есть предприятия постоянно повышают свой инновационный потенциал. Инновационный потенциал, в свою очередь, представляет собой совокупность различных характеристик предприятия, которые определяют возможности данной организации к осуществлению деятельности по созданию, внедрению и управлению нововведений/инноваций [1].

Слово потенциал имеет латинское происхождение и широко распространилось в нашем языке. Потенциал – это средства, которые имеются в наличии у предприятия. Потенциал – это средства, которые предприятие может мобилизовать и использовать для достижения поставленных целей или решения каких-либо поставленных задач. Также потенциал можно определить как возможности отдельного лица, общества, государства или предприятия.

Потенциал можно разделить на следующие виды: народнохозяйственный, региональный, территориальный, промышленный, научный, технический, организационный, финансовый и инновационный [2].

Для лучшего понимая, что собой представляет инновационный потенциал, необходимо рассмотреть составляющие инновационного потенциала фирмы.

Первое, материально-технические ресурсы, которые представляют собой предметы труда, используемые в основном и вспомогательном производстве.

Второе, финансовые ресурсы предприятия – это те денежные средства, которые находятся в распоряжении предприятия; финансовые ресурсы включают в себя прибыль, амортизационные отчисления и т.д.

Третье, организационные ресурсы, которые понимаются как источники и средства обеспечения организационной деятельности и достижения ею эффективных результатов.

Четвертое, кадровые ресурсы, состоит из всех штатных работников организации, которые занимаются выполнением различных производственно-хозяйственных функций.

Персонал предприятия представляет собой инновационный ресурс организации, который характеризуется степенью профессиональной подготовки, обучаемостью и инновационностью работников. Инновационность работников заключается в их высоком профессиональном и образовательном уровне. Также на инновационность персонала влияет обучаемость и самообучаемость работников организации, то есть их готовность и умения осваивать новые знания и навыки. Важной предпосылкой осуществления этих способностей персонала является инновационность руководства самого предприятия, которая выражается в способности вносить существенные изменения в стратегию и тактику организации.

Таким образом, инновационность персонала – это его способность к созданию идей и их эффективной реализации.

Организационные структуры и системы управления также имеют большое значение в качестве инновационного ресурса предприятия, имеет большое значение их гибкость. Эффективное строение организации, должно обладать следующими характеристиками:

- возможность создания слабоструктурированных инновационных коллективов временного характера (в том числе включающих сотрудников различных подразделений предприятия) на раннем этапе развития нововведения;
- наличие организационного механизма оформления и упрочения статуса временного инновационного коллектива в случае успешного прохождения им ранней стадии разработки (внутрифирменный венчур);
- наличие эффективного механизма мотивации и стимулирования инновационной деятельности [3].

Одним из базисных ресурсов любого предприятия в современном мире являются нематериальные активы или, так называемое, кодифицированное знание, которым данная организация располагает. Нематериальные активы - это неосязаемые ресурсы организации (они не поддаются однозначной финансовой оценке), что и создает из них источник устойчивого конкурентного преимущества.

Информация об осязаемых ресурсах фирмы доступна всем, то есть каждый может их оценить, а это приводит к тому, что конкуренты, имея достаточные финансовые ресурсы, могут скопировать их. С нематериальными активами такое не происходит, так как очень проблематично их увидеть и оценить.

Таким образом, в современном мире можно заметить тенденцию к увеличению роли нематериальных активов, в то время как значимость производственных мощностей для предприятия уменьшается.

Для предприятия важно реализовывать собственные разработки в рамках своей инновационной стратегии.

Существенной частью инновационного потенциала предприятия является функционирование инновационных коммуникаций, которые способны обеспечить комплексную связь между всеми участниками инновационной деятельности в процессе осуществления требуемых этапов инновационного процесса [4].

Очень важно для организации не только найти инновацию, которую они могут использовать, но и эффективно внедрить ее в свою деятельность, а для этого необходимо иметь определенные ресурсы, то есть инновационный потенциал, который еще необходимо грамотно использовать. Естественно, что без финансов, то есть свободных денежных средств, предприятию будет проблематично осуществить поиск и внедрение инновации, ведь, например, необходимо финансировать разработки новых продуктов и тому подобное. Далее предприятию необходима материально-техническая база, так как недостаточно разработать единичный продукт, а необходимо поставить данное производство на поток. Только в этом случае внедрение инновации может быть эффективным и принести организации прибыль. Также одним из важнейших факторов и ключевым звеном инновационного потенциала являются сотрудники организации, которые способны создавать неординарные решения проблем, которые стоят перед предприятием.

Процесс формирования эффективной системы инновационного управления зависит от уровня инновационного потенциала предприятия, то есть возможности данного предприятия достигать обозначенных инновационных целей. Для получения высокой прибыли в долгосрочной перспективе, усиления и повышения конкурентоспособности на рынке и т.д. предприятию необходимо реализовывать данные цели в глобальных масштабах.

Йозеф Шумпетер – австрийский и американский экономист, политолог, социолог и историк экономической мысли, основоположник теории инноваций, рассматривал инновации как средство для получения прибыли. Йозеф Шумпетер выделил пять типичных изменений: во-первых, изготовление продукции с новыми свойствами; во-вторых, внедрение нового метода (способа) производства; в-третьих, освоение новых рынков сбыта; в-четвертых, использование нового источника сырья; в-пятых, проведение соответствующей реорганизации производства.

Питер Фердинанд Друкер – американский учёный австрийского происхождения; экономист, публицист, педагог, один из самых влиятельных теоретиков менеджмента XX века, определял инновацию как особый инструмент предпринимателей, то есть средство, которое позволяет им использовать изменения как возможность осуществить новый вид бизнеса или услуги [5].

Для успешного функционирования инновационная деятельность предприятия должна обеспечивать:

- наиболее полное и своевременное удовлетворение потребностей;
- конкурентоспособность предприятия по показателям качества продукции и эффективности производства, достижения баланса между стабильностью, что подразумевает под собой управление традиционной технологией, и усилиями по внедрению новой технологии. Предприятию, при сохранении традиционной продуктивной технологии, необходимо некоторое количество ресурсов в это же время направлять на внедрение новой технологии, диверсифицируя тем самым набор технических средств;
- эффективность в широком диапазоне радикальности нововведений и гибко приспосабливаться как к эволюционным, то есть нововведениям, которые постоянно реализуются, так и радикальным, периодически осуществляемым нововведениям. Предприятию, для обеспечения эффективного функционирования, следует обеспечивать сочетание непрерывного управления эволюционными технологическими нововведениями и программным управлением радикальными нововведениями;
- организацию взаимодействия внутренних и внешних элементов системы развития предприятия, главными факторами которого являются система информации о рынке нововведений, отбор проектов из числа альтернатив и взаимная заинтересованность.

В современных условиях большинство предприятий проводят перепрофилирование, то есть они переходят от использования эффекта масштаба производства к более целенаправленной инновационной стратегии. Инновации являются наиболее важными инструментами достижения и обеспечения стабильного функционирования хозяйственной деятельности. Они позволяют предприятию эффективно вести свою деятельность и обеспечивают его инновационным потенциалом.

Существует строгая взаимосвязь между конкурентными позициями, эффективностью предприятия и его инновационным потенциалом. Эффективность может быть достигнута с помощью улучшения качественных характеристик продукции, исполнения политики ресурсосбережения, создание новых и конкурентоспособных проектов, освоение рентабельных бизнес-проектов [6].

Для эффективного использования инновационного потенциала необходимо правильно его оценивать. Например, инновационный потенциал промышленного предприятия представляет собой совокупность следующих элементов:

- Продукты, которые могут находится на стадии разработки, освоения или расширения производства. Совокупность финансовых возможностей предприятия, технологических, научно-технических и кадровых создавать, производить и совершенствовать продукцию.

- Умения организовывать разработку, производство, продажу товаров лучших, чем у конкурентов, наиболее полно соответствующих настоящим и будущим требованиям покупателей, своевременную замену продуктов, которые не пользуются спросом.

Инновационный потенциал промышленного предприятия является интегральной системной характеристикой и может быть измерен путем оценки инновационной восприимчивости, инновационной активности и конкурентоспособности.

Инновационная восприимчивость – характеристика системы и ее элементов.

Инновационная активность – взаимодействие элементов системы между собой и внешней средой.

Конкурентоспособность – сравнение с другими системами и оценка тенденций развития [7].

Таким образом, инновационный потенциал промышленного предприятия представляет собой характеристику предприятия. Инновационный потенциал может быть измерен путем оценки инновационной восприимчивости, активности и конкурентоспособности.

Благодаря оценке инновационного потенциала предприятию предоставляется возможность:

- адекватно оценить состояние и готовность предприятия к инновационным преобразованиям;
- проанализировать и спрогнозировать тенденции развития, выявить основные преимущества и «слабые» места;
- подготовить рекомендации по формированию инновационной стратегии предприятия для укрепления позиций на рынке;
- создать и развивать информационные потоки для принятия эффективных управленческих решений [8].

Оценка инновационного потенциала является важным аспектом управления, так как, только верно оценив возможности компании, можно эффективно спланировать дальнейшее управление, грамотно оценить риски и использовать все ресурсы.

Таким образом, на предприятиях стоит вопрос о поиске и использовании инноваций. Развитие современного мира, создание новых технологий, улучшение принципов управления, формирование новых организационно-технических решений формируют требования для усовершенствования процессов воспроизводства на различных предприятиях и дают дополнительный толчок для экономического роста.

Инновации проявляются не только в технических или технологических разработках, но и в любых других изменениях в лучшую сторону во всех сферах научно-производственной деятельности. Хотя существуют и исключения, когда инновации не влекут за собой изменений в лучшую сторону, здесь и играет важную роль оценка потенциала предприятия его возможностей по реализации и управлению инновациями. Непрерывное обновление техники и технологий делает инновационный процесс основным фактором выпуска конкурентоспособной продукции, завоевания и сохранения позиций предприятий на рынке и повышения производительности. И, естественно, все эти элементы позволяют предприятию вести эффективную деятельность в современных условиях.

Список литературы

1. Сурин, А.В. Инновационный менеджмент: учебник / А.В. Сурин, О.П. Молчанова – М.: ИНФРА-М, 2008. – 224 с.

2. Урбанович, А.А. Теория и практика управленческой деятельности: пособие / А.А. Урбанович. – Минск: Современная школа. – 608 с.

3. Принципы разработки и применения методики комплекссной оценки инновационного потенциала промышленного предприятия/ В. И. Зинченко [и др.]// Российский журнал менеджмента. – 2003. - №5. – С.58-63.

4. Вертакова Ю. В., Симоненко Е. С. Управление инновациями: теория и практика. – М.: Эксмо, 2008. –231 с.

5. Хомутский, Д.С. Как измерить инновации? / Д.С. Хомутский // Управление компанией. – 2006. – №2. – 84 с.

The article considers the concept of innovative potential, its main elements, the importance of innovations in the modern world. This allows you to see the impact of innovation potential on the possibilities of enterprise development.

Сахавикова Екатерина Олеговна, студентка 3 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. E-mail: rabtzevich2011@yandex.by.

УДК 338.1

А. Ю. Сипович

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА АВТОМОБИЛЬНЫХ ГРУЗОПЕРЕВОЗОК В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В данной статье проведен анализ и обзор рынка грузоперевозок Республики Беларусь, дана оценка изменений в законодательстве, регламентирующем отношения с участниками рынка автомобильных перевозок в Республике Беларусь.

Транспорт – одна из важнейших отраслей хозяйства, выполняющая функцию своеобразной кровеносной системы в сложном организме страны. Он не только обеспечивает потребности хозяйства и населения в перевозках, но вместе с городами образует «каркас» территории, является крупнейшей составной частью инфраструктуры, служит материально-технической базой формирования и развития территориального разделения труда, оказывает существенное влияние на динамичность и эффективность социально-экономического развития отдельных регионов и страны в целом.

Рассматривая транспорт как отрасль народного хозяйства, необходимо отметить ряд его специфических особенностей. Специфика транспорта как сферы экономики заключается в том, что он сам не производит новой продукции, а только участвует в ее создании, обеспечивая сырьем, материалами, оборудованием производство и, доставляя готовую продукцию потребителю, увеличивая тем самым её стоимость на величину транспортных издержек, которые включаются в себестоимость продукции.

Транспортный фактор имеет немаловажное значение в нашей стране с ее географическим положением и неравномерным размещением ресурсов, населения и основных производственных фондов. Транспорт создает условия для формирования местного и общегосударственного рынков. В условиях перехода к рыночным отношениям роль транспорта существенно возрастает. С одной стороны, от транспортного фактора зависит эффективность работы предприятия, что в условиях рынка напрямую связано с его жизнеспособностью, а, с другой стороны, сам рынок подразумевает обмен товарами и услугами, что без транспорта невозможно, а, следовательно, невозможен и сам рынок. Поэтому транспорт является важнейшей составной частью рыночной инфраструктуры.

Грузовой автомобильный транспорт на сегодняшний день является наиболее массовым в нашей республике. В настоящее время в автомобильном транспорте занято более 36 тыс. мелких и средних предприятий.

Характерной особенностью развития транспортного комплекса Республики Беларусь является повышение удельного веса автомобильного транспорта, как в грузообороте, так и в объемах перевозок. Это обусловлено тем, что автомобильный транспорт более эффективен при перевозках на короткие расстояния, в результате чего сокращается количество перевалок, уменьшается объем погрузочно-разгрузочных работ, значительно повышается степень сохранности перевозимых грузов и др.

В Республике Беларусь услуги по перевозке грузов автомобильным транспортом по итогам 2017 года заняли лидирующие позиции в общем объеме экспорта услуг, превысив отметку в 1 млрд. долларов США.

Грузопоток в январе-сентябре 2017 года транзитом через Беларусь составил более 735 тыс. перевозок, что на 15,2% больше, чем за аналогичный период 2016 года. Перевезено свыше 11 млн. тонн груза, что на 14,7% превышает прошлогодний показатель. Белорусскими перевозчиками выполнено 13% от общего количества, а это около 100 тыс. перевозок.

По данным платежного баланса Республики Беларусь, за 2017 год поступления иностранной валюты по экспорту услуг автомобильного транспорта составили 144,9 млн. долларов США. Темп роста составил 123,8% к аналогичному периоду 2016 года. По итогам года автомобильный транспорт занял второе место в экспорте услуг и третье место по сформированному положительному сальдо после компьютерных услуг и трубопроводного транспорта [2, с. 1].

Согласно задачам социально-экономического развития Республики Беларусь до 2020 г., темп роста экспорта услуг должен превысить 105% к 2017 году. Чтобы их выполнить, перевозчикам необходимо иметь современный парк транспортных средств, соответствующих экологическому стандарту «Евро-6».

В государствах, с которыми граничит Беларусь и в которых международные автоперевозки грузов имеют достаточно высокий уровень развития количество автомобилей, соответствующих требованиям экологического стандарта «Евро-6», в парке перевозчиков Литвы составляет 7 тыс. единиц, Польши – 50 тыс., Беларуси – 320.

Вопрос обновления подвижного состава на транспорт класса «Евро-6» в настоящее время является ключевым в том числе потому, что во многих странах установлена зависимость размера платы за проезд от экологического класса автомобиля: использование грузовиков «Евро-6» позволит транспортным компаниям экономить до 20% расходов. Кроме того, значительно повышается безопасность движения и в среднем на 6-7% снижается расход топлива, что позволяет снизить общую себестоимость перевозок на 5% [2, с. 6-7].

Одной из проблем международных автоперевозок до недавнего времени была уплата при ввозе утилизационного сбора, что негативно сказывалось на приобретении нового транспорта класса «Евро-6» из-за больших затрат. Данная проблема была решена Указом Президента Республики Беларусь № 67 «О мерах по развитию международных автомобильных перевозок грузов». Указ освобождает от уплаты в 2018 году транспортные средства экологического класса 6 при ввозе в Беларусь и помещении под таможенную процедуру выпуска для внутреннего потребления юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями. Данное решение позволит создать условия для развития международных перевозок грузов отечественным перевозчикам.

Нельзя не отметить и другие изменения, которые способствуют развитию бизнеса в данной отрасли.

С 1 января 2018 года вступил в силу Таможенный кодекс Евразийского экономического союза (далее – ТК ЕАЭС). Документ неоднократно обсуждался на уровне глав правительств,

подготовлен совместно с деловым сообществом. 70% поступивших предложений и инициатив от предпринимателей вошли в ТК ЕАЭС [1, с. 7].

Новое таможенное законодательство разработано с учетом современного уровня развития электронных технологий, которые относятся к «таможне будущего». Основная из них – возможность совершения таможенных операций через механизм «единого окна». Документ способствует устранению многих проблем, накопившихся в правоприменительной практике[4, с. 33].

С вступлением в силу ТК ЕАЭС субъектам хозяйствования доступны такие опции как: однократность подачи информации (на деле это избавит предпринимателей от подачи одних и тех же документов таможенника, транспортникам, фитосанитарам, ветеринарам и т.д. по очереди, а проверка сможет осуществляться всеми органами одновременно); возможность внесения изменений в декларацию (до этого внести изменения можно было только, если они не повлияют на решение о выпуске товаров или на пересмотр суммы таможенных платежей); сокращение срока выпуска товаров (время регистрации декларации сократилось в два раза – с двух часов до одного, время выпуска товаров – в шесть раз.); возможность отсрочек по уплате таможенных платежей и др. [2, с. 6].

Реализация нового таможенного законодательства придаст серьезный импульс стимулированию интеграционных процессов в рамках Евразийского экономического пространства и будет содействовать улучшению делового климата в странах ЕАЭС. Поэтапное внедрение прогрессивных норм, заложенных в ТК ЕАЭС, даст мультипликативный эффект во многих сферах экономики не только Беларуси, но и Союза.

Сфера международного автотранспорта в Беларуси практически полностью представлена малыми предприятиями частной формы собственности. Высокая эффективность их деятельности достигается благодаря реализации передовых подходов к организации работы, аккумулированию лучших мировых практик и инноваций. Государство играет важную роль в налаживании механизмов государтсвенно-частного партнерства, и тем самым помогает международным перевозчикам повышать свои конкурентные преимущества.

Новые возможности открывает Декрет Президента Республики Беларусь № 7 «О развитии предпринимательства». Отмена путевых листов, изменения в порядке прохождения водителями медосмотров и исключение из законодательства требования о наличии двухлетнего стажа работы по категории для осуществления международных автоперевозок – все эти и другие корректировки законодательства являются важными.

Отмена требования о наличии у водителей-международников двухлетнего стажа работы по категории для осуществления международных автоперевозок решает вопрос о привлечении в транспортные компании молодых водительских кадров, который в настоящее время является особо актуальным. Транспортные компании постоянно нуждаются в новом поколении водительских кадров. Есть молодежь, которая готова и стремится посвятить себя профессии водителя-международника, но не могла этого сделать из-за требования законодательства, которого нет в европейских странах.

Отмена необходимости заполнения путевых листов позволит перевозчикам избежать штрафных санкций, долю которых, как показывает статистика, составляет не малый процент за их неправильное оформление.

Декрет дает право предпринимателям на размещение наружной рекламы и рекламы на транспорте без согласования ее содержания с местными исполнительными и распорядительными органами. Данное нововведение позволит перевозчикам стать заметными и индивидуальными, реклама будет способствовать привлечению новых заказчиков и, следовательно, наращиванию объемов перевозок. Стоит отметить, что и рекламные агенства, благодаря этому пункту, автоматически получают новых клиентов.

С учетом современных требований формирует правовые условия функционирования рынка автомобильных перевозок и регламентирует порядок взаимодействия субъектов в данной области Закон Республики Беларусь «О внесении дополнений и изменений в Закон «Об автомобильном транспорте и автомобильных перевозках» от 17.07.2017 года.

Изменения, которые произошли, свидетельствуют о том, что государство заинтересовано в развитии международного автомобильного транспорта, а также транзитного потенциала страны, что дает реальные результаты и повышает конкурентные преимущества.

Ближайшее будущее транспортной составляющей белорусской экономики – наращивание экспортного и транзитного потенциала, развитие логистической деятельности, экономия и эффективное использование ресурсов, повышение качества и конкурентоспособности услуг, обеспечение безопасности и привлечение инвестиций.

Целевыми ориентирами развития логистической системы страны к 2030 году должны стать: рост позиции Республики Беларусь в мировом рейтинге по индексу эффективности логистики Всемирного банка, рост объемов логистических и транспортно-экспедиционных услуг, а также увеличение доходов от транзита.

Список литературы

1. Конюх, М. Транспортный комплекс не пробуксовывает / М. Конюх // Мир тяжелых моторов. – 2018. – 16 февр. – С. 1, 7.

2. Конюх, М. Таможенный кодекс ЕАЭС: у бизнеса будут четкие и стабильные правила / М. Еонюх // Мир тяжелых моторов. – 2018. – 16 янв. – С. 1, 6-7.

3. Национальный Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2005. – Режим доступа : http://www.pravo.by. – Дата доступа : 25.02.2018.

4. Новый год – новый таможенный кодекс ЕЭАС // NEWSE100. – 2018. – Январь – С. 33.

This article analyzes the market of cargo transportation of the Republic of Belarus. The review and assessment of changes in the legislation regulating the market of automobile transportations of the Republic of Belarus are carried out.

Сипович Александр Юрьевич, студент (магистрант) 1 курса специальности «Экономика и управление на предприятии» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: sipovich92@gmail.com .

Научный руководитель – ***Гораева Татьяна Юрьевна,*** кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: gorayeva_tj@grsu.by.

УДК 338.266

Е. А. Смирнова

КОНТРОЛЛИНГ КАК ОДИН ИЗ ИНСТРУМЕНТОВ КОНКУРЕНТНОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В статье рассматриваются существующие подходы к пониманию и структуре контроллинга на предприятиях строительной отрасли в Респуюлике Беларусь. Большое внимание уделяется выбору и систематизации данных для проведения контроллинга

Строительная отрасль Республики Беларусь многопрофильна и многофункциональна. Она состоит из субъектов хозяйствования различных форм собственности, в том числе строительных трестов и объединений, предприятий промышленности строительных материалов и стройиндустрии, проектных институтов, научно-исследовательских и конструкторско-технологических организаций. В настоящее время более половины объемов продукции, работ и услуг выполняют предприятия негосударственной формы собственности.

Для предприятий, входящих в состав ГПО «Минстрой», ежегодно доводятся ключевые показатели эффективности работы. Одним из таких показателей является показатель по экспорту услуг. Данные по показателям приведены ниже в таблице.

Таблица – Экспорт строительных услуг

Наименование показателя	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Экспорт строительных услуг, тыс.долларов США	195 466,5	374 980,1	869 879,8	1139 231,6	979 646,6	1 016 726,0
В % к прошлому году	155,5	196,2	210,4	113,1	85,5	103,8

Источник: [3, с.144].

Основными внешними потребителями строительных услуг являются: Венесуэлла, Китай, Литва, Российская Федерация, Словения, Туркменистан.

Есть и внутренние потребители экспортных услуг. К ним относятся иностранные компании, которые осуществляют закупку строительных услуг на территории Республики Беларусь. Как правило, такие организации приходят на рынок со своими проектами и инвестициями, строят собственные объекты недвижимости. Основным критерием отбора строительных организаций у них выступает соотношение качества и цены предложения.

Основным фактором снижения стоимости услуг является грамотное управление проектом.

В связи с длительным циклом реализации строительных проектов, как правило, более года, существует ряд сложностей при анализе управленческих данных (планово-прогнозные, финансово-учетные и аналитические), а именно:

- сложность сопоставимости стоимости выполненных работ с первоначальным планом реализации проекта и сводным сметным расчетом (сводный сметный расчет стоимости строительства объекта - сметный документ, определяющий общую сметную стоимость строительства объекта);
- изменение условий реализации проекта (экономическая ситуация, ситуация на рынке недвижимости);

- своевременность получения данных.

Для организаций строительной отрасли, которые участвуют в реализации проекта, на сегодняшний день очень остро стоит проблема планирования и контроля собственных оборотных средств. Эта проблема возникает в связи с тем, что Заказчик, проводя переговоры со строительной организацией, снижает стоимость предложения, заставляя предприятие пересматривать размеры своих затрат не ухудшая качества строительных услуг.

Снижение стоимости в результате открытых переговоров (участники переговоров в открытую снижают цену) происходит за счет таких элементов затрат как плановая прибыль, общехозяйственные и общепроизводственные расходы. При имеющихся рисках при производстве работ, а именно: большое количество участников проекта влечет за собой несоблюдение графика и увеличение сроков строительно-монтажных работ, изменение стоимости и сроков поставки материалов и оборудования, большое количество согласований с местными исполнительными органами, задержки финансирования объектов – строительная организация изыскивает дополнительное финансирование из собственных средств.

На данный момент при реализации строительных проектов существует ряд проблем, которые не позволяют в полной мере принять верное управленческое решение:

- отсутствие четко сформулированного плана реализации проекта,
- отсутствие взаимосвязи производственных и экономических показателей,
- сложность обработки информации.

При реализации проекта строительное предприятие существует в реальных условиях, где есть внешние и внутренние факторы влияния. В этих условиях изменения внешней и внутренней среды перед руководством предприятия стоит вопрос об их выживаемости, длительном и эффективном функционировании. Это побуждает участников строительного проекта искать новые, не применяемые ранее инструменты управления, к числу которых относится контроллинг.

Можно выделить два наиболее часто встречающихся подхода к контроллингу [1]:

- как процесс интеграции методов учета, анализа, планирования, нормирования и контроля в единую систему получения, обработки и обобщения информации и принятие на ее основе управленческих решений;

- как систему управляющую экономикой организации и ориентированную не только на получение прибыли или минимизацию затрат, но и на обеспечение платежеспособного состояния компании и достижение стратегических целей.

Контроллинг – это функционально обособленное направление экономической работы на предприятии, связанное с реализацией информативной, т.е. обобщающей информацию,функции управления для принятия оперативных и стратегических управленческих решений.

Одной из задач контроллинга является достижение эффективной реализации строительного проекта, то есть соблюдение сроков реализации, получение прибыли

Система контроллинга строительного предприятия должна ориентироваться на обеспечение следующих основных параметров эффективности функционирования в современных условиях:

- на устойчивое положение предприятия на рынке;

- на своевременную адаптацию систем производства и управления предприятия к динамичной внешней рыночной конъюнктуре.

В современных рыночных условиях, характеризующихся высокой неопределенностью и нестабильностью внешней среды, эффективное управление предполагает значительный спектр объемов плановой и контрольной работы, следовательно, контроллинг строительного предприятия должен присутствовать на всех уровнях ее управления. Практически

эффективная система контроллинга - это гарантия успешной деятельности строительного предприятия в отрасли.

Основой системы контроллинга является регламентированное информационное обеспечение контроллинговой деятельности, включающее оперативную, плановую, нормативно-справочную информацию, классификаторы технико-экономической информации, системы документации (унифицированные и специальные) для строительных предприятий. При этом ключевой для контроллинга является информация о степени управляемости объекта контроллинга, т.е. информационная прозрачность данного объекта для возможности принятия эффективных управленческих решений. Качество информации в системе контроллинга определяется по таким критериям, как достаточность, достоверность, своевременность, аналитичность.Под достаточностью следует понимать не количественный, а качественный показатель который позволяет сделать выводы о происходящем процессе; критериями достоверной информации являются: отсутствие искажённых или ложных данных, низкая вероятность ошибочного употребления единиц информации;своевременность информации характеризует временной интервал между возникновением потребности в информации и реализацией этой потребности; под аналитичностью информации понимается ее адекватность требованиям, задачам контроллинга.

Процедуры контроллинга – это составной элемент технологии управления. Отсутствие единого описания процедур влечет несогласованность действий отдельных работников и целых подразделений строительных предприятий. Процедуры контроллинга определяют также порядок и последовательность работ в плановой ситуации и при возникновении отклонения или конфликта во взаимоотношениях работников строительных предприятий. Следовательно, задача системы учета состоит в обеспечении контроля за наличием и движением ресурсов и их рациональным использованием в соответствии с утвержденными нормами, нормативами и сметами в строительстве. А эффективная система учета не должна допускать возникновения ошибок и возможности злоупотреблений работниками строительного предприятия.

Отсюда, система контроллинга - это основа функционирования управленческой информационной системы, т.е. системы обработки и интеграции разнообразной внутренней и внешней информации, необходимой для принятия решений на всех уровнях управления строительного предприятия. Основные цели функционирования системы контроллинга:

- сохранение и эффективное использование разнообразных ресурсов и потенциалов строительного предприятия;

- своевременная адаптация строительной фирмы к изменениям во внутренней и внешней рыночной среде;

- обеспечение эффективного функционирования строительного предприятия и его устойчивости в развитии с учетом многоплановой рыночной конкуренции. Соответственно функционирование системы контроллинга призвано сводить к минимуму различного рода риски в деятельности строительных предприятий. Достижение целей системы контроллинга обеспечивается реализацией задач, в которых от взаимосвязи и взаимодействия различных ее элементов требуется достичь конкретных показателей, по которым можно судить об эффективности управления и развития строительного предприятия.

Задача контроллинга заключаются в том, чтобы обеспечить достоверные данные о следующих показателях эффективности управления на строительном предприятии:

- соответствии деятельности строительного предприятия принятому курсу действий и стратегии;

- устойчивости строительного предприятия с финансово-экономической, рыночной и правовой точки зрения;

- сохранности ресурсов и потенциала строительного предприятия;

- уровне полноты и точности первичных документов и качества первичной информации для успешного руководства и принятия эффективных управленческих решений;

- рациональном и экономном использовании всех видов ресурсов строительного предприятия;

- соблюдении работниками строительного предприятия установленных администрацией требований, правил и процедур;

Отсюда становится ясным, что построение эффективной функционирующей системы контроллинга в строительной организации – это сложный многоступенчатый процесс, включающий в себя следующие этапы;

1. Анализ и сопоставление существующих достижений строительного предприятия со стратегическими целями.

2. Анализ эффективности существующей структуры контроллинга строительного предприятия и ее корректировка. На этом этапе должны быть разработаны положения об организационной структуре контроллинга, в которых описаны все организационные звенья с указанием административной, функциональной, методической подчиненности, направления их деятельности, функций, которые они выполняют, установлен регламент их взаимоотношений, права и ответственность, показано распределение информационных потоков по этим звеньям.

3. Разработка формальных типовых процедур контроллинга конкретных финансовых и хозяйственных операций в строительстве. Это позволяет упорядочить взаимоотношения работников по поводу контроля за финансово-хозяйственной деятельностью строительной фирмы, эффективно управлять ее ресурсами, оценивать ее уровень достоверности информации для принятия разумных управленческих решений. Здесь важнейшее место в системе управления строительной компанией занимает контроль и анализ стратегических решений. Имеется в виду выяснение того, в какой мере принятие решения приводит к достижению целей строительного предприятия [2, с.222].

В современных строительных предприятиях необходимость появления контроллинга можно объяснить следующими причинами:

- повышение нестабильности внешней среды выдвигает дополнительные требования к системе управления строительным предприятием;

- увеличение скорости реакции на изменения внешней среды, повышение гибкости строительного предприятия;

- необходимость в непрерывном отслеживании изменений, происходящих во внешней и внутренней средах строительного предприятия;

-необходимость продуманной системы действий по обеспечению выживаемости строительного предприятия и предотвращению кризисных ситуаций;

- усложнение систем управления строительной фирмой требует механизма координации внутри системы управления в целом.

Таким образом, контроллинг представляет собой совокупность методов оперативного и стратегического управления в строительстве: учета, планирования, анализа и контроля, объединяемых на качественно новом этапе принятия решений.

Список литературы

1. Асаул. А.Н.,Управление затратами в строительстве / А.Н. Асаул. – СПб: ИПЭВ, 2009. - 392с.

2. Кабанов В.Н. Практическая методология финансового контроллинга строительной отрасли. / В.Н. Кабанов, Н.В. Волкова. – СПб: Аудит и финансовый анализ -2012-№4 -296с.

3. Инвестиции в строительство Республики Беларусь 2017: стат.сб. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2017.-213с

Controlling on enterprises of building branch in Belarus. The article reviews existing approaches to understanding and structure of controlling on enterprises of building branch in Belarus. Much attention is focused on selection and classification of data for realization the controlling.

Смирнова Елена Александровна, соискатель по специальности Экономика и управление народным хозяйством кафедры управления региональным развитием Академии управления при Президенте Республики Беларусь, Минск, Беларусь. E-mail: subort@tut.by

Научный руководитель – ***Брасс Александр Анатольевич***, кандидат экономических наук, доцент, старший преподаватель Академии при Президенте Республики Беларусь, Минск, Беларусь. E-mail: brass_a@mail.ru.

УДК 005.57

А. Р. Сулейменова

РАЗВИТИЕ HR – МЕНЕДЖМЕНТА ЧЕРЕЗ КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Исследованы необходимые действия для развития HR – менеджмента, с помощью коммуникаций как неотъемлемой составляющей в управлении Проанализирован HR – менеджмент, вывялены основные направления совершенствования в контексте коммуникаций в управлении.

Коммуникации являются неотъемлемой составляющей не только в управлении персоналом организации, можно рассматривать данный аспект и на уровне управления больших корпораций, холдингов, а также и на уровне государства в целом. Коммуникации являются связующим звеном в большом процессе под названием «управление персоналом», коммуникации представлены, как связь между отделами в организации, и конечно же это взаимодействие между структурами управления и всем персоналом и сотрудниками работающими в организации. Коммуникации способствует здоровому функционированию компании, с их помощью происходит взаимодействие сотрудников в организации, а правильное и грамотное выстраивание коммуникационного процесса ведет к успешному развитию компании [1].

Управление человеческими ресурсами является одним из самых важных аспектов в управлении.

На сегодняшний день, в век новых технологий, модернизации и цифровизации экономики важно наращивать потенциал управленческой деятельности.

Наша страна является одной из развивающихся стран, которая имеет высокий потенциал для дальнейшего развития. Положительным примером может стать Германия, активно использующая различные методики в управлении, в последствии, которые приводят к успеху их компании.

В нашей стране данное направление не так давно используется, но имеет перспективы для успешного развития. Многие компании, такие как АО «НК «КТЖ», «ТБМ Казахстан», «Белый ветер», «Цесна банк», которые настроены на развитие и модернизацию своей управленческой деятельности, уже используют в своей работе и в системе управления персоналом HR – менеджмент, создавая HR – отделы, HR – департаменты, что способствует развитию управления персоналом на новом уровне. Это объясняет, что данное направление в управлении находится в тенденции успешного развития.

Как можно дальше развивать HR-менеджмент, как направление у нас в Казахстане? С помощью каких инструментов мы можем поднять на наиболее высокий уровень этот вид деятельности? Ответить на эти вопросы можно с помощью следующего решения,

рассмотреть HR – менеджмент как направление, которое можно улучшить в контексте коммуникаций в управлении.

Одна из функций работы HR-службы в компании – это бесперебойное обеспечение и поддержка внутренних коммуникаций. Исходя из практического опыта, можно сказать, что это функция одна из важнейших. Надо максимально использовать все возможные ресурсы компании, чтобы поддерживать информационный и коммуникативный поток внутри компании на высоком уровне. Налаженный коммуникативный процесс в компании значительно облегчает протекание всех процессов внутренней жизнедеятельности, а наиболее яркую и заметную роль играет в процессе адаптации новых сотрудников и в формировании у них (новичков) лояльности к компании, также повышает её (лояльность) у старых сотрудников [2].

Тем самым HR-менеджмент можно развивать с помощью коммуникационных технологий управлении персоналом организации.

Чтобы наглядно отразить, как осуществляется данный процесс, рассмотрим на конкретных примерах следующих компаний: АО «НК «КТЖ», «ТБМ Казахстан», «Белый ветер», «Цесна банк». Как отмечалось ранее, в данных компаниях есть отдельные HR – отделы, HR – департаменты.

Налаженная и успешная система коммуникации в HR- менеджменте в данных казахстанских компаниях уже активно функционирует, используюя следующие инструменты:

1. HR-блок на внутреннем информационном портале. Для того, чтобы система по поддержке и развитию коммуникативных связей работала без перебоя, важна каждая мелочь: дата рождения в карточке сотрудника компании, информирование сотрудников обо всех происходящих в компании событиях в доступном и понятном виде, отражение всех организационных изменений и т.д.

В настоящее время практически в каждой крупной компании есть блок по работе с персоналом на внутреннем программном обеспечении.

HR-блок включает в себя не только раздел с «персональными данными» на каждого сотрудника, в нем есть и другие разделы: «Конкурсы», «Новости», «Электронный помощник» и др. За наполнение каждого из разделов отвечает определенный сотрудник HR-службы.

2. Дополнительные опции, облегчающие взаимодействие сотрудников компании. Для вновь принятых на работу сотрудников в компании действует электронный помощник, который также базируется на внутреннем портале в блоке, посвященном работе с персоналом. Электронный помощник – это такой путеводитель, в котором отражена краткая информация обо всех сервисных сотрудниках, с которыми предстоит взаимодействовать в работе – как для решения вопросов как личных, так и деловых (которые связаны напрямую с его работой: вопросы его клиентов, поставщиков и т. д.)

3. Информационные доски. Стенды

4. Издание корпоративной газеты. Выпускать корпоративную газету может позволить себе не каждая компания, но почти каждая может выпускать, к примеру, новостные листовки. Главное, как в издании газеты, так и листовок – этот процесс должен быть системным, и если заявлено, что газета выходит раз в квартал, то нужно поддерживать заявленный график, так как сотрудники привыкают и ждут ее выхода.

Итак, HR-служба имеет в своём распоряжении довольно богатый арсенал методов, позволяющих наладить внутренние коммуникации в компании, которые становятся ступенью успешного развития HR – направления

Для успешного развития HR – направления наши компании придерживаются следующих направлений:

1. Продуманная HR-стратегия- компании.

2. Развитая и единообразная система HR-коммуникаций как с сотрудниками, так и с кандидатами.

3. Присутствие на ключевых площадках, где водятся соискатели (job-порталы и др).

4. Участие компании в профессиональных мероприятиях (в идеале с полезными кейсами).

5. Признание HR-сообществом достижений компании в области HR-брендинга (награды, премии).

Если коммуникации выстроены верно, тогда HR-направление имеет хорошую тенденцию развития и начинает чётко функционировать как система.

Существуют методы, которые ведут к развитию HR-направления, с помощью которых мы можем модернизировать нашу практику HR-направлений, что и используют наши компании, а именно :

1. Вовлечённость ради бизнес-целей. Интерес к вовлечённости наблюдается уже несколько лет, причём на фоне кризиса он лишь усиливается. Компании стали активнее работать с вовлечённостью, а многие впервые прибегли к соответствующим исследованиям и программам. Работодатели делают это, чтобы повысить производительность труда.

2. Отбор и использование лучших внутрикорпоративных практик. Компании работают с лучшими собственными практиками. Они целенаправленно ищут их, фиксируют, систематизируют и используют. Совершенно правильный фокус — особенно во времена экономической нестабильности. Если организация живёт и развивается, значит, там есть люди, которые умеют хорошо работать, и у них есть сильные стороны.

Новая тенденция — сместить акцент со своих недостатков на свои сильные стороны, обратить внимание на то, что компания уже сегодня делает успешно на уровне отдельных сотрудников и команд. Пока эта тенденция только зарождается, но полагаем, что в ближайшие годы она будет крепнуть. От подхода «учим всех всему и развиваем компетенции» многие организации перейдут к подходу «давайте выясним, что мы умеем делать хорошо, и будем развивать эти направления».

3. Постановка предельно ясных целей. Если компания ставит перед собой абсолютно ясные цели, то ей проще правильно фокусировать свои усилия, особенно в условиях ограниченных возможностей.

Методика постановки целей SMART хорошо известна: цели должны быть конкретными, измеримыми, достижимыми, актуальными (связанными с целями более высокого уровня) и ограниченными по времени. Однако многие организации формулируют цели с нарушением этих принципов.

По результатам опроса, сотрудники таких компаний как АО «НК «КТЖ», «ТБМ Казахстан», «Белый ветер», «Цесна банк» рассказывают, что руководство постоянно ставит перед ними цели, позволяя совершенствовать свои навыки, а также налаживается внутренняя коммуникация. Грамотно поставленные цели, которые сфокусированы на главном и удерживают этот фокус, помогают бизнесу противостоять внешним раздражителям, оптимально расходуют средства и мотивируют людей – даже (и особенно) в условиях кризиса.

4. Выстраивание эффективной коммуникации в компании. Коммуникации — это колоссальный внутренний ресурс. Если коммуникация в компании выстроена верно, мы можем выявить проблему на этапе, когда она ещё не проявилась, и оперативно её решить или предотвратить.

В казахстанских компаниях HR-направление включает в себя множество направлений в управленческой деятельности компании, одним из которых является выстраивание HR-менеджмента через коммуникационный процесс, для успешного его функционирования как

одной из составляющей части HR-менеджмента, применяются коммуникации, с помощью которых компании выходят на новый уровень развития.

В первую очередь HR-направление сосредоточено на своей внутренней аудитории, поскольку подлинный успех HRM можно оценить именно изнутри компании, а успех на внешнем рынке выступает в роли «приятного бонуса».

Для внутренней коммуникации применяются самые разнообразные пути и инструменты, но важнейшими среди них являются следующие:

- взаимодействие с сотрудниками в ходе внутренних совещаний, семинаров, практикумов;

- HR-отчёты, встречи с сотрудниками разных подразделений в течение рабочего дня, доски объявлений;

- электронная почта.

HR-отчёты являются прекрасным средством коммуникации. HR-подразделения в своих отчётах сосредотачиваются главным образом на фактах, цифрах и графиках. С точки зрения HR-отделов, в этих отчётах должна быть страничка, человеческим языком описывающая самые важные и яркие задачи (проблемы, события и т.п.), которые стоят перед HR-службой, и акцентирующая внимание на достигнутых результатах, подающая их в позитивном свете. Это очень эффективный путь

Построение сильного HR-направления – одна из важнейших задач HR-менеджмента. Сильный HR-бренд привлекает внимание к организации, делает её привлекательной в глазах наёмных работников, и у людей возникает желание работать в этой компании.

Развитый HR-бренд необходим для успешного рекрутмента, особенно для тех организаций, которые сосредоточены на найме молодых сотрудников и недавних выпускников. Сильный бренд мощно привлекает молодые кадры, которые имеют весьма смутные ожидания относительно остальных аспектов своего трудоустройства. Но при этом они вполне разумно полагают, что именно компания, имеющая высокоразвитую систему работы с персоналом, сможет дать им хорошие возможности для развития и обеспечить перспективы.

В перечисленных компаниях для развития сильного HR-бренда на рынке труда, используется следующие инструменты электронной коммуникации:

- презентация компании на выставках карьеры, ярмарках карьеры и т.п.;

- специальные веб-сайты;

- использование промо-сайтов;

- оказание спонсорской поддержки различным конференциям и мероприятиям в HR-сфере;

- прямые рассылки информации о компании.

Сравнительно привлекательный HR-бренд в наших компаниях создается даже за счёт одного из этих инструментов. Например, за счёт презентаций компании на выставках для молодых специалистов, ярмарках вакансий, ярмарках карьеры и прочих аналогичных мероприятиях. Они дают возможность представить компанию в благоприятном свете выпускникам, ищущим свою первую работу.

Данные инструменты и методики развития HR-направления, по своей сути являются одной системой, которая будет успешно работать, если включены в активный процесс все ее составные части. Перечисленные инструменты уже используются и применяются в казахстанских компаниях, имеющих перспективы развития. Как показывает опыт, не все компании еще сосредоточены и готовы применять перечисленные инструменты в управленческой деятельности, многие ограничиваются только отделом кадров. Но перспектива развития нового HR-направления существует: наши компании применяют

различные методики HR-направления, внедряют в свой процесс новшества связанные с этим направлением.

Таким образом, важную роль в развитии HR-направления имеют коммуникации. Правильно и грамотно налаженные коммуникации являются важной частью в управленческом процессе компании. Успешно развивающиеся и верно работающие коммуникации служат важным звеном в развитии HR-направления компании. Коммуникации являются важной составной частью развития HR-менеджмента, ведь через них устанавливается связь между отделами, между сотрудниками. Хорошее функционирование HR-менеджмента состоит в успешном развитии как компании, так и на уровне всего HR - направления

Следовательно, чтобы HR-направление успешно работало, нужно развивать и модернизировать коммуникации в компаниях. Данные направления являются важными частями, слагающими успех компании.

Список литературы

1. Свергун О. HR-практика. Управление персоналом: как это есть на самом деле / Свергун О., Пасс Ю. и др. – М.: Юпитер. 2016, 320 с.

2. Как HR-служба может обеспечить коммуникации внутри компании? Режим доступа: http://www.hr-journal.ru. Дата доступа: 26.02.2018.

The article analyzes the direction of hr management is the main aspects of improvement of this direction in the context of communications in management are displayed. The necessary actions for the development of HR-management, with the help of communications, as an integral part of management

Сулейменова Алия Рамазановна, магистрант 2 курса специальности «Менеджмент» факультета Экономики Евразийского национального университета им. Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан. E-mail: s-aliya-r@bk.ru.

Научный руководитель – ***Бакирбекова Айгуль Макулбековна,*** кандидат экономических наук, доцент, заместитель декана по научной работе экономического факультета Евразийского национального университета им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан. E-mail: bakirbekova@mail.ru.

УДК 339.137.2

Б. В. Талевич

ФОРМИРОВАНИЕ ГРУППЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ (КРИТЕРИЕВ) ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСОПОСБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

В статье произведен анализ факторов, в совокупности, составляющих конкурентный потенциал предприятия, одновременно являющихся критериями оценки конкурентоспособности. Определены наилучшие методики структурирования критериев и показателей конкурентоспособности для определения ее уровня.

Конкурентоспособность предприятия является относительной характеристикой, которая выражает отличие жизнедеятельности одного предприятия от конкурирующих с ним фирм/организаций. Конкурентоспособность выражает степень удовлетворенности потребителей товарами и услугами, возможности, а также степень адаптации предприятия на конкурирующем рынке.

Условие, при котором предприятие можно назвать конкурентоспособным – это критерии оценки конкурентоспособности предприятия. Существует огромное количество

факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятия. Можно сказать, что любой аспект деятельности предприятия уже является фактором, влияющим на его конкурентоспособность, а также ресурсом повышения конкурентоспособности.

Целью данного исследования является анализ всех факторов конкурентоспособности и определения их места и роли в задаче повышения конкурентоспособности предприятия. Исходя из этого, в первую очередь разобьем факторы на две группы:

1. Факторы внутренней среды (определяющие конкурентоспособность хозяйственной деятельности организации).
2. Факторы внешней среды:

- факторы внешней среды косвенного воздействия;
- факторы внешней среды прямого воздействия.

Механизм управления конкурентоспособностью предполагает анализ данных факторов или даже группы факторов, в совокупности составляющих конкурентный потенциал предприятия, и поэтому они одновременно являются критериями оценки конкурентоспособности.

Управление конкурентоспособным потенциалом предприятия предполагает проведение следующих действий:

• выявление структуры конкурентоспособного потенциала;
• формирование методики его диагностики, оценки элементов, образующих конкурентоспособный потенциал;
• интегральную оценку конкурентоспособности предприятия;
• анализ конкурентных преимуществ и слабых сторон деятельности предприятия;
• разработку общей и локальных стратегий по сохранению и развитию конкурентоспособного потенциала [1, с.74].

Основные характеристики конкурентоспособного потенциала предприятия:

• структура, т.е. элементы, образующие потенциал, их взаимосвязь и взаимозависимость;
• возможности потенциала предприятия как реализованные, так и нереализованные;
• ресурсы, необходимые для реализации возможностей;
• знания, навыки и умения, позволяющие использовать ресурсы потенциала предприятия.

Все вышеперечисленные характеристики можно представить в виде конкретных критериев методики анализа и оценки конкурентоспособности, которые характеризуют основные направления деятельности предприятия и являются взаимосвязанными между собой:

• конкурентоспособность организации производственной деятельности;
• финансовое положение организации;
• конкурентоспособность организации сбыта и продвижения продукции;
• конкурентоспособность организации управленческой деятельности;

Данная классификация показателей позволяет системно и комплексно анализировать результаты производственной, коммерческой, финансовой, бухгалтерской, маркетинговой и управленческой деятельности, выявить возможности предприятия и пути их эффективного использования.

Проанализируем каждый критерий в отдельности. Первым является конкурентоспособность организации производственной деятельности, которая включает в себя ряд признаков:

• уровень организации производства;
• производство продукции на 1 руб.затрат;
• уровень рентабельности производства;

• издержки на единицу произведенной продукции;
• производительность труда.

Следующим критерием выступает финансовое положение предприятия, которое понимается как способность предприятия бесперебойно финансировать свою деятельность. Финансовое положение предприятия зависит от результатов его хозяйственной и финансовой деятельности и характеризуется следующими показателями:

1. коэффициент текущей ликвидности (показывает способность компании погашать текущие (краткосрочные) обязательства за счёт только оборотных активов);
2. коэффициент платежеспособности (отношение величины акционерного капитала к суммарным активам акционерного общества);
3. оборачиваемость оборотных средств (показывает, сколько раз за анализируемый период организация использовала средний имеющийся остаток оборотных средств);
4. экономическая результативность управленческой деятельности;
5. рентабельность всех операций;
6. уровень рентабельности собственного капитала;
7. коэффициент автономии (отношение собственного капитала к общей сумме капитала (активов) организации);
8. кредитоспособность предприятия;
9. внутренняя и внешняя задолженность.

Немаловажное значение в достижении конкурентоспособности имеет правильно организованная система сбыта и продвижения продукции. О эффективности ее организации можно судить по таким показателям как:

• рентабельность продаж;
• коэффициент затоваренной готовой продукции;
• коэффициент загрузки производственной мощности;
• коэффициент эффективности использования материальных запасов;
• коэффициент эффективности рекламы и средств стимулирования сбыта. [2, с.198].

Так же, немаловажным критерием для оценки конкурентоспособности потенциала предприятия является уровень организации управленческой деятельности. Показателями, характеризующими его, выступают:

1. экономическая эффективность управленческой деятельности;
2. результативность управления производством и реализацией продукции;
3. доля затрат на управление в общей сумме расходов на производство и реализацию продукции;
4. доля управленцев в численности персонала предприятия;
5. соотношение линейного и функционального персонала;
6. доля зарплаты управленцев в себестоимости продукции;

Итак, конкурентоспособный потенциал предприятия – это совокупность производственных, финансово-экономических, управленческих, информационных, технологических и других ресурсов предприятия, одновременно выступающих критерием оценки его конкурентоспособности [1, с.34].

Степень согласованности критериев управления и факторов управления можно оценить сопоставлением планируемых и достигнутых показателей состояния факторов и показателей результатов (затрат, эффектов, эффективности), достижение которых обеспечивается мобилизацией вышеуказанных ресурсов.

И наконец, после определения тех критериев, по которым будет производиться оценка конкурентоспособности, осуществляется выбор методов и непосредственная оценка конкурентоспособности предприятия. В промышленно развитых странах действуют различные методики оценки конкурентоспособности организаций и компаний. Среди

методик зарубежных авторов оценки конкурентоспособности организации можно привести следующие: метод анализа GAP, метод анализа LOTS, метод анализа PIMS, модель анализа McKinsey 7S, SWOT-анализ и PEST анализ. [1, с.74].

SWOT-анализ – метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации. Он является одним из первых этапов стратегического планирования. На наш взгляд, идея SWOT-анализа заключается в следующем:

а) принятие усилий для превращения слабостей в силу, а угроз – в возможности;

б) развитие сильных сторон фирмы в соответствии с ее ограниченными возможностями.

Метод анализа GAP разработан в Стэнфордском исследовательском институте в Калифорнии. Он представляет собой попытку найти методы разработки стратегии и методы управления, позволяющие привести дела в соответствие с запланированным уровнем [2].

Метод LOTS включает детальное, последовательное обсуждение ряда проблем бизнеса на различных уровнях и разной степени сложности: от корпоративной миссии компании в целом до индивидуального проекта внутри предприятия.

Модель McKinsey7C представляет собой удобный инструмент анализа внутренней организационной структуры и принципов работы компании. Модель анализирует 7 ключевых элементов микросреды организации и позволяет сделать выводы о том, насколько правильно выстроены и налажены бизнес-процессы внутри компании, насколько эффективно используются имеющиеся ресурсы.

Метод PIMS – метод анализа влияния рыночной стратеги на прибыль, был разработан в середине 60-х годов в компании «General Electric». PIMS представляет собой попытку обобщить все переменные, которые влияют на долгосрочную прибыльность компании. Считают, что по этой модели, которая использует почти 30 переменных, можно обнаружить около 67% факторов успеха компании [3, с.92].

Методика PEST анализа часто используется для оценки ключевых рыночных тенденций отрасли, а результаты PEST анализа можно использовать для определения списка угроз и возможностей при составлении SWOT анализа компании. PEST анализ является инструментом долгосрочного стратегического планирования и составляется на 3-5 лет вперед, с ежегодным обновлением данных. Может быть выполнен в виде матрицы из 4 квадрантов или в табличной форме.

Всю совокупность методов оценки конкурентоспособности предприятий можно классифицировать на условные группы по различным признакам. Классификация наиболее известных и широко применяемых методов оценки конкурентоспособности предприятий и возможности их применения отражены в таблице.

Таблица – Классификация методов оценки конкурентоспособности предприятий

Методы оценки конкурентоспособности предприятия	Критерии конкурентоспособности	Характеристика методов и возможности их применения
. В зависимости от характера используемой информации		
Качественные методы (SWOT-анализ, маркетинговый анализ)	Конкурентный потенциал, конкурентное преимущество	Позволяют оценить перспективную конкурентоспособность предприятия и выявить «узкие» мест в его деятельности.

Продолжение таблицы

Количественные методы (маркетинговый метод, финансовый анализ результатов деятельности предприятия и др.)	Доля рынка Эффективность использования ресурсов	Позволяют судить о текущем уровне конкурентоспособности предприятия, но не объясняет причины достигнутых результатов.
В зависимости от формы представления данных		
Графические методы	Оцениваемые критерии могут быть самыми разнообразными: конкурентоспособность продукции, эффективность маркетинговой деятельности, финансовое состояние, рентабельность продаж, имидж предприятия и др.	Позволяют представить наглядно уровень конкурентоспособности предприятия по различным критериям.
Матричные методы (матрицы ADL, BCG, GE / McKinsey и др.)	Занимаемая доля рынка и темпы роста рынка	Матричные методы применимы для оценки конкурентоспособности любых предприятий. Характеризуются простотой и наглядностью, но низкой информативностью, т.к. причина сложившейся ситуации остается вне области исследования.
Расчетные методы (метод средневзвешенного арифметического, метод анализа иерархий, индексный метод и др.)	Могут использоваться различные критерии (например: конкурентоспособность продукции, уровень удовлетворенности потребителей, рентабельность и др.).	Данные методы применимы для оценки конкурентоспособности предприятий различной деятельности, различия заключаются в перечне критериев и показателей, используемых для оценки конкурентоспособности.

Источник: собственная разработка автора

Таким образом, можно сказать, что оценка конкурентоспособности организации проводится на каждом уровне ее жизнедеятельности. Следовательно, оценка конкурентоспособности компании дает разностороннюю информацию о ее конкурентных преимуществах и недостатках как относительно внутренних производственных процессов, так и относительно компаний-конкурентов. Выделенные методы в свою очередь позволяют структурировать собранные и выявленные показатели, а также наглядно продемонстрировать конкурентный потенциал предприятия.

Итак, наиболее целесообразным и эффективным для решения проблемы управления потенциалом является применение системного и ситуационного подходов.

В условиях усложнившихся межфункциональных внешних и внутренних связей правомерна постановка вопроса о создании эффективной комплексной системы поддержки конкурентоспособного потенциала предприятия, которая была бы адекватной современным требованиям, учитывала динамику конъюнктуры рынка, основывалась на принципах адаптивности и создавала возможности гибкого и быстрого принятия управленческих решений. Такая система с четко поставленной целью должна включать комплекс постоянно

действующих инновационных, инвестиционных, маркетинговых, материальных, организационно-управленческих, социальных, кадровых мероприятий, направленных на установление, обеспечение и поддержание нужного уровня конкурентоспособности предприятия.

Список литературы:

1. Авдашева, С.С. Промышленная и конкурентная политика: проблемы взаимодействия / С.С. Авдашева. – М.: Вопросы экономики, 2003. – 285 с.
2. Азоев, Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы: учебное пособие / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. – М.: Государственный университет управления, 2000. – 254 с.
3. Балацкий, Е.К. Инновационные стратегии компаний на развивающихся рынках/ Е.К. Балацкий. – Минск: Общество и экономика, 2004. – 115 с.

The article analyzes the factors or groups of factors, collectively, constitute the competitive capacity of the enterprise and, therefore, they are also the criteria of competitiveness evaluation. Determine the best method of structuring criteria and indicators to measure the competitiveness of its level.

Талевич Божена Вячеславовна, студентка 4 курса специальности «Менеджмент» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: spleenms@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: rabtzevich2011@yandex.by

УДК 658

Л. Файзулина, Б. Мухамедрахимова

КРИТЕРИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

В современной экономической ситуации, когда возникает необходимость изыскания внутренних источников для экономического роста хозяйствующих субъектов малого предпринимательства, важную роль играет анализ эффективности деятельности предприятия. Экономическая эффективность предприятия - количественная (измеримая) система величин, определяемая на основании выбранной системы параметров и их метрик и характеризующая результативность деятельности конкретного предприятия с точки зрения его собственника. В данной статье мы рассмотрели критерии необходимые для эффективного деятельности малого предпринимательства в Казахстане.

Эффективность предприятий малого предпринимательства имеет ряд характеристик:

1. Эффективность предприятия определяется в конечном счете финансовым результатом – прибылью или другим финансовым показателем.

2. В конкурентной среде эффективность предприятия имеет основное значение только относительно конкурентов. Только если эффективность предприятия находится на уровне конкурентов или выше, оно конкурентоспособно и может выжить в конкурентной борьбе, если нет – оно будет вытеснено с рынка.

3. Эффективность предприятия не может определяться сиюминутным достигнутым результатом. Для определения эффективности важна как ближняя, так и дальняя перспектива.

4. Все предприятия в конкурентной борьбе постоянно усовершенствуют свою деятельность, повышают свою эффективность, получаемую прибыль. И предприятие должно ориентироваться именно на постоянное повышение прибыли, ее максимизацию, наблюдая за конкурентами.

Исходя из этого, можно дать следующее определение: эффективность предприятия – способность предприятия давать высокую и увеличивающуюся прибыль по отношению к конкурентам, как в ближней, так и в дальней перспективе. Существуют два основных методологических подхода к оценке эффективности деятельности предприятий, в том числе предприятий малого бизнеса: потенциальный и затратный. Потенциальный подход применяется для расчета прогнозной (будущей) эффективности, т. е. характеризует потенциальную эффективность, которую целесообразно определять для оценки инвестиционной привлекательности предприятия (проекта).

Для текущей оценки эффективности деятельности малого предприятия применяется затратный подход. Затратный подход дает фактическую характеристику количества потребленных ресурсов, отнесенных на затраты, что позволяет говорить о реальной оценке эффективности деятельности субъекта малого предпринимательства. [2]

Затратный подход к оценке эффективности деятельности малых предприятий позволяет выявлять и количественно оценивать тенденции эффективности потребленных ресурсов (таблица 1), однако он не раскрывает такую важную качественную характеристику экономической эффективности деятельности малых предприятий, как его доходность. Поэтому при формировании системы показателей, характеризующих экономический подход к оценке эффективности деятельности предприятия, необходимо также ориентироваться на показатели, характеризующие рентабельность предприятия, – подход по чистой доходности.

Таблица 1 – Затратный подход к оценке эффективности деятельности малых предприятий

Показатель	**Алгоритм расчета**
Энергоемкость	Энергозатраты / Выручка от реализации товаров, работ, услуг
Зарплатоемкость	Оплата труда персонала / Выручка от реализации товаров, работ, услуг
Материалоемкость	Материальные затраты / Выручка от реализации товаров, работ, услуг
Фондоемкость продукции по основным производственным фондам	Средняя за период стоимость основных фондов / Выручка от реализации товаров, работ, услуг
Фондоемкость продукции по оборотным средствам (коэффициент закрепления оборотных средств)	Средние остатки материальных оборотных средств / Выручка от реализации товаров, работ, услуг
Затраты на 1 тенге реализации по полной себестоимости	Себестоимость / Выручка от реализации товаров, работ, услуг

Источник: собственная разработка автора на основе источника [3]

В затратном подходе в качестве сравниваемого показателя выступает доход от обычных видов деятельности или совокупный (балансовый, валовой) доход, а в подходе по чистой доходности – чистая (нераспределенная) прибыль (прибыль после налогообложения). За базы сравнения в затратном подходе принимаются фактические затраты, а в подходе по чистой доходности – активы предприятия, собственный капитал, доход от обычных видов деятельности.

Таблица 2 – Подход по чистой доходности к оценке эффективности деятельности малых предприятий

Показатель	Алгоритм расчета
Рентабельность внеоборотных активов	Прибыль от реализации товаров, работ, услуг / Средняя за период величина внеоборотных активов*100%
Рентабельность оборотных активов	Прибыль от реализации товаров, работ, услуг / Средняя за период величина оборотных активов *100%
Рентабельность совокупных активов	Прибыль от реализации товаров, работ, услуг / Средний за период итог баланса нетто *100%
Рентабельность собственного капитала	Прибыль от реализации товаров, работ, услуг / Средняя за период величина собственного капитала *100%
Рентабельность производственных фондов	Прибыль от реализации товаров, работ, услуг / Средняя за период величина производственных фондов *100%
Рентабельность продаж	Прибыль от реализации товаров, работ, услуг / Выручка от реализации товаров, работ, услуг

Источник: собственная разработка автора на основе источника [3]

Таким образом, экономический подход к оценке эффективности деятельности предприятия выявляет тенденции эффективности потребленных ресурсов и дает качественную ее характеристику через выявленные количественные оценки факторов, оказывающих на нее влияние. В оценке эффективности деятельности предприятия важным также является характеристика и структура формирования активов и их оценка.

Система показателей, характеризующих эффективность деятельности малого предприятия, должна содержать наряду с показателями, определяемыми так называемым экономическим подходом, и финансовые показатели, характеризующие финансовое состояние предприятия (таблица 3).

Таблица 3 – Показатели, характеризующие финансовое состояние малого предприятия

Показатель	Алгоритм расчета
Показатели финансовой устойчивости	
Коэффициент финансовой устойчивости	(Собственный капитал + Долгосрочные обязательства) / Валюта баланса
Коэффициент финансовой независимости (автономии)	Средняя за период величина собственного капитала / Средний за период итог баланса
Коэффициент маневренности собственного капитала	Средняя за период величина собственных оборотных средств / Средняя за период величина собственного капитала
Коэффициент концентрации заемного капитала	Заемный капитал / Валюта баланса
Коэффициент структуры долгосрочных вложений	Долгосрочные обязательства / Внеоборотные активы
Коэффициент долгосрочного привлечения заемных средств	Долгосрочные обязательства / (Долгосрочные обязательства + Собственный капитал)
Коэффициент структуры заемного капитала	Долгосрочные обязательства / Заемный капитал
Коэффициент соотношения заемных и собственных средств	Заемный капитал / Собственный капитал
Коэффициент краткосрочной задолженности	Краткосрочные обязательства / Заемный капитал

Продолжение таблицы 3

Коэффициент кредиторской задолженности и прочих пассивов	Кредиторская задолженность и прочие пассивы / Заемный капитал
Показатели платежеспособности (ликвидности)	
Коэффициент платежеспособности (общей ликвидности)	Оборотные активы / Краткосрочные пассивы
Коэффициент текущей ликвидности	Текущие активы / Текущие обязательства
Коэффициент абсолютной ликвидности	Денежные средства / Краткосрочные обязательства
Маневренность собственных оборотных средств	Денежные средства / Собственные оборотные средства

Источник: собственная разработка автора на основе источника [3]

Малое предприятие можно назвать эффективным при условиях:

1. Достигнутый финансовый результат должен быть выше уровня, достигнутого конкурентами.

2. Прогнозируемый (расчетный) рост финансового результата в ближайшей перспективе должен быть выше уровня, достигнутого конкурентами на текущий момент (или прогнозируемого в ближайшей перспективе).

3. Предприятие выделяет достаточные ресурсы на поддержку и развитие своей деятельности, правильно их использует.

Если убрать любой из приведенных показателей, то предприятие не может быть названо эффективным, они все являются необходимыми.

Если предприятие достигло финансового результата ниже, чем у конкурентов, оно еще неэффективное, но может таким стать в перспективе.

Если расчетный рост финансового показателя ниже, чем у конкурентов, то предприятие вскоре может потерять свои конкурентные преимущества.

Если предприятие не выделяет достаточных ресурсов на поддержку и развитие, или неправильно их использует, то велики риски, что оно не достигнет прогнозируемых показателей, и со временем потеряет свою эффективность [4].

Рекомендуемые подходы к оценке эффективности деятельности малого предприятия реализуются в системе конкретных аналитических показателей, которые в совокупности представляют собой методику комплексной оценки эффективности деятельности малого предприятия.

Создание такой системы оценки эффективности деятельности малого предприятия позволяет:

- оперативно получать информацию о текущем финансовом состоянии предприятия и тенденциях его изменения;

- обеспечивать финансовую устойчивость, платежеспособность предприятия путем эффективного управления активами;

- подготавливать рекомендации по совершенствованию структуры активов, источников формирования капитала, привлечения заемных средств, улучшать платежную дисциплину, увеличивать прибыльность.

Для оценки финансового положения и эффективности деятельности любого предприятия используется система показателей с учетом отраслевых особенностей. Какие именно показатели наиболее точно отражают результат деятельности предприятия, зависит от специфики бизнеса.

Сегодня наиболее часто используется система ключевых показателей эффективности – КПЭ (KPI от англ. key performance indicators). Они позволяют руководству предприятия

видеть бизнес в целом, не погружаясь в детали (в принципы начисления прибылей и убытков, движения денежных средств и т.п.). При использовании системы КПЭ руководитель может всего на одной странице увидеть систему индикаторов (показателей), свидетельствующих о развитии и состоянии его предприятия.

Ключевой показатель эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия – оценочный критерий, используемый для определения эффективности деятельности, поддающийся количественному измерению и являющийся значимым с точки зрения достижения стратегических и оперативных задач предприятия.

Система ключевых показателей эффективности предприятия строится на основе следующих методологических принципов:

- необходимо обеспечение прозрачности показателей для анализа собственником предприятия (с точки зрения исходных данных, порядка расчета и возможности формулировки управленческих выводов);
- показатели должны комплексно характеризовать основные процессы деятельности предприятия;
- система КПЭ должна включать универсальные и специфические отраслевые показатели;
- система КПЭ должна охватывать оперативные показатели деятельности и стратегические показатели развития (достижение долгосрочных и среднесрочных целей) предприятия;
- система КПЭ должна учитывать показатели операционной, финансовой и инвестиционной деятельности предприятия.

Система ключевых показателей эффективности включает две большие группы показателей: стратегические показатели и оперативные показатели.

Стратегические показатели, характеризующие эффективность достижения предприятием долгосрочных целей на горизонте 3-х и более календарных лет, делятся на стратегические универсальные и стратегические отраслевые (специфические) КПЭ.

Оперативные показатели, характеризующие эффективность достижения предприятием оперативных целей на горизонте одного года в целом и по кварталам, делятся на оперативные универсальные и оперативные отраслевые КПЭ.

Для анализа экономической эффективности деятельности предприятия ключевые показатели эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия можно сгруппировать следующим образом:

а) Показатели по основным видам деятельности предприятия.

б) Показатели по направлениям использования активов предприятия: операционная деятельность; инвестиционная деятельность; финансовая деятельность.

в) Показатели по функциональным зонам деятельности предприятия: продажи и маркетинг; закупки и запасы; производство; финансы; персонал.

г) Показатели по характеру отражения деятельности предприятия: общие технико-экономические показатели; показатели финансового состояния; показатели результатов хозяйственной деятельности за период.

Или:

а) Технико-экономические показатели;

б) Финансовые показатели.

При отборе ключевых показателей эффективности из значительного массива показателей, характеризующих деятельность малого предприятия, были приняты во внимание:

- различные виды деятельности предприятия;
- содержание различных процессов в работе предприятия;

- необходимость контроля текущей финансовой и хозяйственной деятельности предприятия;

- достоверность используемых исходных данных для расчета ключевых показателей эффективности.

Таким образом, эффективность малого предпринимательства – это способность предприятия владеть внутренней и внешней ситуацией, адекватно определять ориентиры и показатели бизнеса, следовать ориентирам, поддерживая оптимальные значения показателей, определять и претворять в жизнь инновационные проекты развития и расширения предприятия. В итоге, обеспечивать высокую и увеличивающуюся прибыль (или другой финансовый показатель) по отношению к конкурентам, как в ближней, так и в долгосрочной перспективе.

Список литературы

1 Шестаков, А.В. Экономика и право: Энциклопедический словарь / А.В. Шестаков. – М.: Дашков и К, 2000 г. – с. 240.

2 Лопатников, Л.И. Словарь современной экономической науки. Изд. 5, доп. и пер / Л.И. Лопатников. – М.: Дело, 2003 г. – с. 346.

3 Жемчугов, А.М. Эффективность деятельности предприятия / А.М. Жемчугов/ «Российское предпринимательство» –№ 2, июль – 2010 г. – с.5.

4 Жемчугов, А.М. Методологические подходы к оценке эффективности деятельности малых предприятий / А.М. Жемчугов /«Народное хозяйство. Вопросы инновационного развития», –№5. – 2010 г. – с. 12.

In the current economic situation, when there is a need to find internal sources for the economic growth of small businesses, an important role is played by the analysis of the efficiency of the enterprise. Economic efficiency of the enterprise-the quantitative (measurable) system of sizes defined on the basis of the chosen system of parameters and their metrics and characterizing efficiency of activity of the concrete enterprise from the point of view of its owner. In this article we have considered the criteria necessary for the effective operation of small businesses in Kazakhstan.

Файзулина Лейля Рашидовна студентка 4 курса специальности «Туризм» экономического факультета ЕНУ им. Л.Н.Гумилева, Астана, Казахсстан. E-mail: faizulina.flr@mail.ru.

Мухамедрахимова Балжан Маратовна студентка 4 курса специальности «Туризм» экономического факультета ЕНУ им. Л.Н.Гумилева, Астана, Казахсстан.

Научный руководитель – ***Омарова Кенжегуль Акмышевна***, старший преподаватель, магистр экономики ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан. E-mail: omarova@enu.kz.

УДК 004

П. С. Хавстович

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ И ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА ЗА СЧЕТ ВНЕДРЕНИЯ АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ УЧЕТА РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ

Рабочее время сотрудников — ценный и очень важный ресурс для любого предприятия. В условиях современного рынка проблема учета рабочего времени становится одним из важнейших факторов, повышающих конкурентоспособность предприятия.

Подсчет рабочего времени — очень трудоемкий процесс. Именно поэтому для упрощения этой процедуры, своевременного и оперативного упорядочения всех данных о

сотрудниках в ОАО «Агрофирма Лучники» целесообразно применять автоматизированные системы учета рабочего времени на базе proximity или биометрических технологий идентификации личности человека [1, с.167].

Основной принцип работы таких систем – это учет общего количества отработанных каждым сотрудником часов, проведение и учет всех опозданий, командировок и отпусков, отгулов и больничных. В любой момент система позволяет получать отчеты по всем вышеперечисленным параметрам.

Внедрение автоматизированных систем учета рабочего времени помогает решать многочисленные задачи, среди которых:

– экономия денежных средств;

– повышение уровня трудовой дисциплины;

– обеспечение справедливого начисления заработной платы;

– упрощение процедуры подготовки отчетности;

– сокращение времени и трудоемкости планирования рабочего времени;

– объективность в принятии решений по управлению персоналом;

– содействие рациональной организации и эффективной реализации бизнес-процессов компании;

– построение единой системы учета рабочего времени и контроля доступа;

– полное исключение злоупотреблений персонала, связанных с манипуляциями пропусков сотрудниками предприятия, при использовании в качестве идентификатора биометрических данных человека (как правило, это отпечаток пальца).

Функциональность систем:

– точный автоматизированный учет рабочего времени;

– формирование графиков рабочего времени;

– автоматизированный учет опозданий и ранних уходов;

– возможность задавать дополнительные параметры настройки работы системы под специфику деятельности компании;

– определение каждому работнику как нормированного, так и не нормированного графика работы.

Плюсы систем:

– гибкость – возможность настройки любых сколько угодно возможных параметров;

– экономичность;

– оперативная информация о присутствующих сотрудниках, определение местонахождения сотрудника в одной из зон предприятия;

– полное исключение возможности обмануть систему за счет использования биометрических идентификаторов (отпечатков пальцев человека);

– отображение персональных сообщений для сотрудников на дисплее терминала;

– использование при учете затрат, при выполнении каких-либо технических операций.

Механизм функционирования системы учета рабочего времени таков.

Для каждого сотрудника определяется пространство (территориальная зона нахождения) внутри предприятия, время его нахождения, которое считается в системе в качестве рабочего, и выдается идентификатор (как правило, пластиковая карта-пропуск), хотя учет рабочего времени может вестись и с использованием в качестве идентификаторов отпечатка пальца сотрудника или набора PIN - кода. Учет рабочего времени осуществляется по средствам сравнения зафиксированных приходов и уходов в системе с заданным режимом рабочего времени конкретного сотрудника.

Процедура регистрации занимает всего несколько секунд: для этого сотруднику достаточно лишь поднести свою карточку к терминалу или нажать кнопку. В большинстве систем предусматривается возможность указания причины выхода (например, набором

кода). В зависимости от постановки задачи, система может формировать отчеты по различным критериям: по приходам и уходам, по типам нарушений (приход после начала рабочего времени, ранний уход, и т. д.), по переработкам, по интервалам, по сотрудникам, по подразделениям.

Наиболее эффективный способ ведения системы учета рабочего времени — учет с помощью биометрической идентификации сотрудников по их уникальным неотчуждаемым параметрам (отпечатку пальца).

Возможны несколько решений для организации системы учета рабочего времени в ОАО «Агрофирма Лучники»:

– программно-аппаратный комплекс Harmony (Израиль);

– программно-аппаратный комплекс Isgus (Германия).

Выбор конкретного пакетного предложения системы учета рабочего времени первоочередно будет зависеть не только от задач, которые стоят перед предприятием и количеством работающего персонала, но и от ряда следующих параметров:

– вида носителя информации о сотруднике: proximity карты или биометрический идентификатор;

– локальная (на одно офисное помещение) или сетевая система (для территориально распределенного предприятия или группы компаний), которая рассчитана, соответственно, на большое количество сотрудников и рабочих мест;

– бюджета предприятия (и срока окупаемости проекта), выделенного на реализацию проекта.

Выбор конкретной системы учета рабочего времени в каждом конкретном случае очень ответственный процесс, требующий оценки множества факторов, поэтому данный выбор необходимо доверить специализированной организации, имеющей опыт в установке и эксплуатации подобных систем.

Далее рассмотрим варианты автоматизированного учета рабочего времени в ОАО «Агрофирма Лучники».

На рисунке представлено техническое решение для электронного учета рабочего времени компании «СпектрЛинк».

Рисунок — Техническое решение для электронного учета рабочего времени и стоимость (минимальный комплект поставки)

Источник: данные компании «СпектрЛинк»

Система предлагает полный перечень услуг для установки системы контроля рабочего времени на предприятии в кратчайшие сроки.

В таблицах 1–3 представлены различные варианты технических решений для электронного учета рабочего времени [2, с.222].

Таблица 1 — Вариант технического решения для электронного учета рабочего времени

Наименование	Количество	Цена с НДС, руб.	Стоимость с НДС, руб.
Контроллер PR 402 DR–SET	1 шт.	240	240
Считыватель Matrix II EH	2 шт.	35	70
Конвертор интерфейсов UT–2USB	1 шт.	65	65
Аккумулятор 7.0 Ач, 12В	1 шт.	16,5	16,5
Бесконтактная карта	30 шт.	0,5	15
Бесконтактный брелок	5 шт.	1,2	6,0
Итого			412,5
Монтажные работы			269
Общая стоимость			6815

Источник: данные компании «СпектрЛинк»

Таблица 2 – Система учета рабочего времени интегрированная с контролем доступа

Наименование	Количество	Цена с НДС, руб.	Стоимость с НДС, руб.
Контроллер PR 402 DR–SET	1 шт.	240	240
Считыватель Matrix II EH	2 шт.	35	70
Конвертор интерфейсов UT–2USB	1 шт.	65	65
Электромагнитный замок ML–295K	1 шт.	49	49
Аккумулятор 7.0 Ач, 12В	1 шт.	16,5	16,5
Бесконтактный брелок	5 шт.	1,2	6
Итого			461,5
Монтажные работы			320
Общая стоимость			7815

Источник: данные компании «СпектрЛинк»

Таблица 3 – Система учета рабочего времени интегрированная с контролем доступа и видеодомофоном

Наименование	Количество	Цена с НДС, руб.	Стоимость с НДС, руб.
Видеодомофон IIS–4HP	1 шт.	83	83
Вызывная панель JSB–V05 M	1 шт.	68,5	68,5
AT-H805A	1 шт.	11,5	11,5
Контроллер PR 402 DR–SET	1 шт.	240	240

Продолжение таблицы 3

Считыватель Matrix II EH	2 шт.	35	70
Конвертор интерфейсов UT–2USB	1 шт.	81,5	81,5
Бесконтактная карта	30 шт.	0,5	15
Бесконтактный брелок	5 шт.	1,2	6
Итого			624,5

Источник: данные компании «СпектрЛинк»

Учитывая несущественную разницу в стоимости различных систем ОАО «Агрофирма Лучники» целесообразно приобрести и установить более современную и функциональную систему учета рабочего времени, интегрированную с контролем доступа и видеодомофоном.

Исследования, проводимые компанией «СпектрЛинк» показали, что внедрение подобных систем позволяет на 20–25 % сократить потери рабочего времени, на 7–8 % увеличить объем производства и в результате на 7–10 % повысить производительность труда.

Список литературы

1. Трудовое право: учебник / В.И. Семенков, Г.А. Василевич, Г.Б. Шишко [и др.]; под общ. ред. В. И. Семенкова. – 4-е изд., перераб. и доп. – Минск: Амалфея, 2011. – 768 с.

2. Савицкая, Г.В. Анализ производственно-финансовой деятельности сельскохозяйственных предприятий: учебник / Г. В. Савицкая. – 2-е изд., доп. и перераб. – М.: ИНФРА–М, 2010. – 368 с.

Working time of employees is a valuable and very important resource for any enterprise. In today's market, the problem of working time is becoming one of the most important factors that increase the competitiveness of an enterprise.

Хавстович Полина Сергеевна, студентка 4 курса специальности «Экономика и организация производства в отраслях АПК» факультета предпринимательства и управления, Белорусского государственного аграрного технического университета, г. Минск, Беларусь.

Научный руководитель – ***Сырокваш Наталья Александровна,*** старший преподаватель кафедры информационных технологий и моделирования экономических процессов факультета предпринимательства и управления Белорусского государственного аграрного технического университета, г. Минск, Беларусь. E-mail: syrokvash_na@mail.ru.

УДК 658.5

И. О. Чернущик

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассматриваются методы совершенствования бизнес-процессов предприятия. Ключевым фактором выбора метода совершенствования бизнес-процессов является жизненный цикл производимой предприятием продукции, который и предъявляет требования к методам их совершенствования.

В условиях современной рыночной экономики предприятиям, стремящимся получить конкурентное преимущество, необходимо перестраивать свою деятельность под влиянием факторов внешней и внутренней среды, а также им необходимо постоянное и непрерывное совершенствование существующих бизнес-процессов.

Бизнес-процессы – горизонтальные иерархии внутренних и зависимых между собой функциональных действий, конечной целью которых является выпуск продукции или отдельных ее компонентов [1, с. 198].

Можно сказать, что бизнес-процессы представляют собой любые виды деятельности на предприятии, которые в сумме дают ценный результат как для самой компании, так и для клиентов.

Управляя процессами на предприятии можно добиться высокой эффективной деятельности.

Большое внимание в деятельности любой организации отдается качеству. Практически на каждом предприятии применяются стандарты, с помощью которых создается система менеджмента качества, которая способствует повышению конкурентоспособности выпускаемой продукции, увеличению прибыли, повышению деловой активности.

Актуальность внедрения процессного подхода на предприятиях Республики Беларусь заключается в том, что его внедрение влечет за собой изменения во всех подсистемах управления организации, при этом используются наиболее современные разработки в области менеджмента. С помощью процессного подхода можно добиться высоких показателей качества продукции и удовлетворенность потребителей посредством усовершенствования каждого процесса и обеспечения непрерывности управления.

Процессный подход позволяет предприятиям:

1. учитывать ориентацию на конечный результат деятельности и заинтересованность каждого исполнителя в повышении качества его работы;

2. мгновенно реагировать на изменение внешних и внутренних условий;

3. встраивать контроль качества в процесс на стадиях производства. Это, в отличие от контроля качества готовой продукции, намного эффективнее, ведь любые несоответствия можно изменить в процессе производства [3, с. 144].

Любой процесс должен иметь результат. В качестве результата может выступать, например, выполнение заказов потребителей и получение денежных средств; запросы на создание новых видов продукции; подготовленный и мотивированный персонал; надежная инфраструктура; положительный имидж; конкурентоспособность на рынке и т. д.

Таким образом, процессный подход применяется для того, чтобы добиться результата и эффективности в функционировании всех процессов, которые входят в систему, а также повысить уровень качества и удовлетворенность потребителей.

При оптимизации бизнес-процессов в основном опираются на две методические концепции.

Первая подразумевает постепенный (пошаговый) подход. Это непрерывное усовершенствование процессов в рамках существующей организационной структуры управления, что требует незначительных капиталовложений или не требует их вообще.

Вторая концепция представляет собой кардинальный подход, который подразумевает собой фундаментальное изменение процессов.

Даже частичное совершенствование процессов способно увеличить производительность производства на 10-25%, а полное, т.е. фундаментальное изменение процессов приводит к кардинальному изменению в деятельности и эффективность увеличивается в десятки раз.

При совершенствовании бизнес-процессов предприятия формируется ряд преимуществ, обеспечивающих высокий уровень конкурентоустойчивости. Например, система с оптимизированными бизнес-процессами намного быстрее реагирует на изменения внешней среды предприятия, а также управление становится четче, поскольку бизнес-процессы позволяют оценивать эффективность на каждом этапе производства.

Так же можно сформулировать основные задачи, которые решаются путем описания и оптимизации бизнес-процессов:

1. Переход от функциональной системы к процессной модели управления организацией.

2. Повышение внутренней эффективности организации.

3. Уменьшение зависимости от персонала.

4. Стандартизация процессов.

5. Повышение прозрачности и управляемости бизнеса.

6. Повышение инвестиционной привлекательности и рыночной стоимости.

Управление процессами в условиях изменчивой среды требует от владельцев своевременно выявлять слабые процессы и производить необходимую корректировку. К примеру, более мелкие процессы можно объединять в один, что значительно сократит время продолжительности процесса и позволит более быстро реагировать на изменения, а также при необходимости оптимизировать эти процессы.

Проект по совершенствованию бизнес-процессов состоит из нескольких этапов:

1 этап включает в себя описание и анализ бизнес-процессов компании «как есть», т.е. выделяются бизнес-направления, описываются процессы верхнего уровня и распределения ответственности за выполнение этих бизнес-процессов. Так же оценивается важность и возможность осуществления изменений, выбираются приоритетные бизнес-процессы подлежащие оптимизации и разрабатываются стратегии совершенствования.

2 этап предполагает разработку моделей «как надо» для определенных бизнес-процессов, выбранных на первом этапе. Так же разрабатываются отчеты и показатели эффективности по бизнес-процессам, формализуются процессы и разрабатывается политика процессного управления.

3 этап является этапом подготовки к автоматизации, если такая задача стоит.

На 4 этапе внедряются изменения, производится обучение особенностям функционирования измененных бизнес-процессов.

Выбрать правильный метод совершенствования процессов – сложная задача и необходимо выделить основной критерий, опираясь на который можно выбрать актуальный метод улучшения бизнес-процесса. Таким критерием может быть жизненный цикл бизнес-процесса, который и предъявляет требования к методам их совершенствования.

Если рассматривать жизненный цикл бизнес-процессов, то он включает в себя следующие стадии:

1. Определение процесса. На этом этапе происходит выявление входов, выходов, ресурсов, взаимодействие с другими процессами, его стандартизация. Основной целью этапа является достижение новых целей и решение задач.

2. Развитие процесса, т.е. соответствие процесса предъявляемым требованиям потребителей.

3. Стабильное функционирование процесса.

4. Снижение эффективности процесса. Показатели результативности и эффективности процессов снижаются по причине неудовлетворенности потребителей. А это и является причиной для преобразования процесса либо его ликвидации [2, с. 44].

5. Ликвидация процесса.

Процессы постоянно изменяются и дополняются в соответствии с требованиями конкурентной среды.

Существуют следующие методы, способствующие оптимизации бизнес-процессов в организации: упрощение, идеализация, структурирование, анализ рабочих ячеек, статистические, реинжиниринг и бенчмаркинг.

Правильность выбора метода оптимизации процессов зависит так же от показателей, которыми оперирует организация. К примеру статистический метод целесообразно применять в том случае, когда показатели поддаются исчислению (время выполнения операции, количество). А кардинальное изменение бизнес-процессов при реинжиниринге может привести к отсутствию какого-либо результата от изменений в процессах.

Метод упрощения предполагает устранение лишних операций и функций, что приводит к сокращению потерь и расходов.

Метод идеализации похож на упрощение, но отличие этих двух методов в том, что во втором идеальный процесс формируется через коллективное предложение идей.

Сущность метода структурирования заключается в улучшении процессов путем сопоставления потребительских требований со средствами удовлетворения их потребностей. Реализация данного метода отображена на рисунке 1, где в поле «Матрица соответствий» пересекаются требования потребителей, предъявляемые к процессу («Что?») и средства удовлетворения («Как?»). Поле «Сколько?» отображает результаты о степени удовлетворения требований потребителей. Метод структурирования позволяет установить приоритетность реализации мероприятий по удовлетворению требований потребителей и их взаимозависимость. Этот метод лучше всего применять на начальном этапе развития процесса, когда только происходит связывание требований потребителей с ресурсами для их удовлетворения.

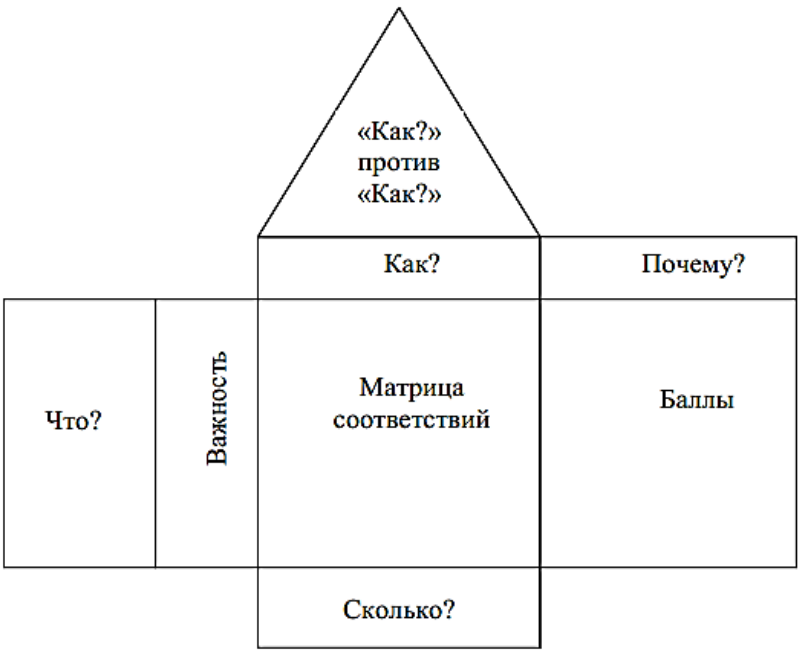


Рисунок 1 – Матрица соответствий требований потребителей и средств их удовлетворения

Источник: собственная разработка автора на основании данных [1, с. 197]

Так же эффективным средством мониторинга и совершенствования бизнес-процессов является *статистический анализ*. Этот метод предполагает статистический анализ показателей процесса и последующее выявление факторов, влияющих на отклонение. Если величина отклонения больше стандартного значения, то необходимо провести поиск факторов, приводящих к этому отклонению. Если же отклонений нет – вмешательство не требуется. Этот метод целесообразно применять тогда, когда бизнес-процесс находится в стадии стабильного функционирования.

Метод анализа рабочих ячеек акцентируется на технической составляющей бизнес-процессов. За основу совершенствования берутся требования потребителей к технической части продукции.

Этот метод состоит из следующих этапов:

1. Создание группы работников, которые выполняют определенный комплекс заданий и которые имеют определенные входы и выходы).
2. Выявление потребителей и выявление требований к продукции или услуги.
3. Выявление поставщиков, формулирование требований к сырью и материалам.
4. Определение процессов, преобразующих входы в выходы.
5. Непрерывный мониторинг и улучшение.

Данный метод позволяет совершенствовать бизнес-процессы, опираясь на требования и ожидания потребителей. Этот метод предпочтительнее всего использовать на 1 стадии жизненного цикла бизнес-процесса, поскольку нужно правильно определить требования потребителей, которые в дальнейшем влияют на формирование процесса.

Так же популярным методом оптимизации бизнес-процессов является *реинжиниринг.*

Реинжиниринг бизнес-процессов основывается на общей методологии процессного управления. Реинжиниринг отличается от множества других методов, которые применяются в управлении качеством, тем, что он предполагает не постепенное улучшение процессов, а их полное изменение.

К примеру, при систематическом реинжиниринге текущий процесс понят, документирован и проанализирован для систематического создания новых и лучших процессов.

Он состоит из четырех этапов:

1. Уничтожить. Исключаются все операции, которые не связаны с добавлением ценности.
2. Упростить. Сложные процессы максимально упрощаются, чтобы облегчить движение от поставщика к потребителю.
3. Объединить. Интегрирование отдельных процессов в единый.
4. Автоматизировать. Этот этап очень ответственный, поскольку автоматизация сложных процессов приводит к риску, из-за возможности сбоев и ошибок.

На успех реинжиниринга в организации влияют определенные факторы, которые представлены на рисунке 2.

Рисунок 2 – Факторы успеха реинжиниринга

Источник: собственная разработка автора на основании данных [1, с. 222]

Смысл *бенчмаркинга* заключается в постоянном измерении и сравнении отдельного процесса с эталонным процессом. С помощью этого предприятие определяет цель совершенствования процесса и мероприятия по улучшению работы.

Бенчмркинг как и реинжиниринг проводится на стадии снижения эффективности, поскольку коренное изменение процессов способно предоставить организации конкурентные преимущества на рынке.

Таким образом, можно сделать вывод, что эффективность использования того или иного метода совершенствования бизнес-процессов напрямую зависит от того, правильно ли определена стадия жизненного цикла процесса. Так же при выборе метода большое внимание уделяется анализу факторов, влияющих на формирование процессов, ведь неверное управленческое решение может привести к потерям конкурентных преимуществ и позиций организации.

Однако следует отметить, что на многих предприятиях на данный момент оптимизация бизнес-процессов зачастую носит одноразовый характер, т. е. совершенствование рассматривается только как вынужденная мера. А для стабильного развития предприятия необходимо, чтобы процессы совершенствовались непрерывно и постоянно.

Совершенствование бизнес- процессов предприятия приводит к сокращению времени и оптимизации информационных потоков, дает эффект в устранении лишнего движения, ненужного перемещения, простоях и нерациональном использовании материалов и оборудования.

Бизнес – процессы станут эффективнее, будут устранены лишние действия и потери при осуществлении деятельности. Сроки ремонта, информирование, обратная связь с потребителями будет соблюдаться своевременно, в итоге потребители получат продукцию, полностью соответствующую их требованиям.

Список литературы

1. Бьёрн, А. Бизнес-процессы. Инструменты совершенствования / А. Бьёрн; пер. с англ. С. В. Ариничева; науч. ред. Ю. П. Адлер. – М.: РИА «Стандарты и качество», 2003. – 272 с.

2. Криворучко, О.Н. Непрерывное совершенствование бизнес-процессов предприятия / О.Н. Криворучко // Экономика транспортного комплекса. – 2016. – №23. – С.41-50.

3. Кондратьев, В.В. Показываем бизнес-процессы / В.В. Кондратьев, М.Н. Кузнецов. – М.: Эксмо, 2007. – 352 с.

Perfection of business processes allows to provide the enterprise with a higher level of competitiveness. In the article methods of perfection of business processes of the enterprise are considered. The key factor in choosing a method for improving business processes is the life cycle, which makes demands on methods for improving them.

Чернущик Ирина Олеговна, студентка 3 курса специальности «Менеджмент» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: cheirina1997@gmail.com

Научный руководитель – ***Разова Елена Леонидовна,*** кадидат философских наук, доцент, доцент кафедры экономики и управления на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: e.razava@grsu.by.

УДК 658.6

А. В. Шелешко

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА КОМПАНИИ, ЗАНИМАЮЩЕЙСЯ ПРОИЗВОДСТВОМ ОКОННЫХ ИЗДЕЛИЙ

В статье описана разработка стратегического плана для компании, занимающейся производством оконных изделий с применением SWOT-анализа. Приведены теоретические аспекты SWOT-анализа, а также описана краткая методика проведения его различных этапов. На основе проведенного анализа предложены мероприятия с целью повышения эффективности стратегического менеджмента компании.

Состояние компании зависит от того, насколько успешно она способна реагировать на различные воздействия извне. Анализируя внешнюю среду, необходимо выделять наиболее существенные факторы. Взаимосвязанное рассмотрение этих факторов с возможностями компании позволяет решать возникающие проблемы. При решении разного уровня задач необходимо также четко представлять, поддаются ли критические факторы контролю со стороны компании, являются ли они внутренними или внешними, поддающимися изменениям усилиями компании или это внешние события, на которые компания влиять не в состоянии. Одним из самых распространенных методов, оценивающих в комплексе внутренние и внешние факторы, влияющие на развитие компании, является SWOT-анализ.

SWOT-анализ – один из самых эффективных инструментов в стратегическом менеджменте. Сущность SWOT-анализа заключается в анализе внутренних и внешних факторов компании, оценке рисков и конкурентоспособности товара в отрасли.

SWOT-анализ является необходимым элементом исследований, обязательным предварительным этапом при составлении любого уровня стратегических и маркетинговых планов. Данные, полученные в результате ситуационного анализа, служат базисными элементами при разработке стратегических целей и задач компании [1, с. 74].

Преимущество SWOT-анализа заключается в том, что он позволяет достаточно просто, в правильном разрезе взглянуть на положение компании, товара или услуги в отрасли.

Аббревиатура SWOT в данном случае означает:

1. Strengths – сильные стороны. Такие внутренние характеристики компании, которые обеспечивают конкурентное преимущество на рынке или более выгодное положение в сравнении с конкурентами, другими словами те области, в которых товар компании чувствует себя лучше и стабильнее конкурентов.

2. Weakness – слабые стороны. Такие внутренние характеристики компании, которые затрудняют рост бизнеса, мешают товару лидировать на рыке, являются неконкурентоспособными на рынке.

3. Opportunities – возможности. Это благоприятные факторы внешней среды, которые могут влиять на рост бизнеса в будущем.

4. Threats – угрозы. Это негативные факторы внешней среды, которые могут ослабить конкурентоспособность компании на рынке в будущем и привести к снижению продаж и потере доли рынка.

Иначе говоря, SWOT-анализ – это анализ сильных и слабых сторон организации, а также возможностей и угроз со стороны внешней окружающей среды [2, с. 238].

Целью настоящего исследования является разработка стратегического плана для компании, занимающейся производством оконных изделий. Анализ внутренних факторов основывался на информации из документов финансовой отчетности организации, а также маркетинговых стратегий развития предприятия. Внешние факторы всесторонне изучались

на основе доступных данных о конкурирующих компаниях, а также экономическом состоянии Республики Беларусь в целом.

На первом этапе необходимо определиться с основными значимыми факторами. Составим общую матрицу SWOT-анализа для рассматриваемой компании и отразим ее в таблице 1.

Таблица 1 – Общая матрица SWOT-анализа компании, занимающейся производством оконных изделий

Сильные стороны: 1. Известное имя и бренд 2. Опыт работы компании – более 10 лет на белорусском рынке 3. Разработанная система обучения новых сотрудников 4. Географическое покрытие рынка (более 25 филиалов по стране) 5. Высокое качество продукции и выполнения услуг 6. Высокая доля постоянных клиентов 7. Активная маркетинговая компания	***Слабые стороны:*** 1. Большой процент текучести кадров на уровне низшего и среднего звена 2. Большие сроки изготовления заказов 3. Высокие издержки 4. Высокие цены на продукцию и услуги 5. Ограниченные свободные финансовые средства
Возможности: 1. Поиск способов снижения стоимости аренды 2. Поиск методов снижения налогового бремени 3. Высокие темпы роста рынка 4. Рост доходов населения 5. Развитие технологий 6. Внедрение дополнительных услуг	***Угрозы:*** 1. Увеличение курса доллара 2. Снижение темпов роста рынка 3. Высокая конкуренция 4. Увеличение затрат на арендную плату 5. Увеличение затрат на рекламную деятельность

Источник: собственная разработка автора

На втором этапе строится перекрестная матрица экспресс-анализа. Для этого из всех факторов, которые мы выбрали в таблице 1, выбираются те, которые можно соотнести между собой по принципу: «наша Сильная сторона 1 помогает воспользоваться Возможностью 1, но наша слабая сторона 1 может пагубно сказаться, если сбудется угроза 1» и т.д. Сравниваются различные пары факторов и при наличии воздействия их друг на друга, они заносятся в матрицу. Перекрестную матрицу SWOT-анализа компании, занимающейся производством оконных изделий покажем в таблице 2.

Таблица 2 – Перекрестная матрица SWOT-анализа компании, занимающейся производством оконных изделий

	Возможности:	***Угрозы:***
Сильные стороны:	1. Высокая доля постоянных клиентов позволит компании воспользоваться ростом доходов населения 2. Активная маркетинговая компания позволит эффективно внедрить дополнительные услуги 3. При высоких темпах роста рынка большой опыт работы компании позволит увеличить объем занимаемого рынка	1. Известное имя и бренд компании позволят противостоять большому числу конкурентных компаний 2. Высокая доля постоянных клиентов не позволит намного снизить объем занимаемого компанией рынка при снижении темпов роста рынка 3. Широкое географическое покрытие рынка даст возможность расширить поиск арендуемых помещений, что не даст сильно повлиять на увеличение арендных плат
Слабые стороны:	1. Большие сроки изготовления заказов могут помешать внедрению дополнительных услуг 2. Ограниченные свободные финансовые средства помешают внедрению новых технологий 3. Из-за высоких цен на продукцию и услуги потенциальные покупатели могут не почувствовать рост доходов населения	1. Увеличение затрат на рекламную деятельность могут привести компанию к тяжелому положению в случае увеличения затрат на рекламную деятельность 2. Увеличение курса доллара приведет к еще большему увеличению стоимости издержек 3. При увеличении конкурентных компаний высокие цены на продукцию и услуги негативно скажутся на продажах компании

Источник: собственная разработка автора

Проведенный перекрестный SWOT-анализ позволяет сделать следующие выводы и рекомендации:

1. Компания обладает достаточным количеством сильных сторон для эффективного функционирования в условиях усиления конкуренции.
2. Рекомендуется расширение спектра дополнительных услуг.
3. Необходимо увеличивать скорость изготовления заказов.
4. Необходимо совершенствовать политику ценообразования, а также систему скидок.

Полученные результаты формулируются в стратегию компании, ее цели и задачи.

Для более объективного анализа можно оценить каждый фактор с помощью весов (от 0 до 1) и шкалы Лайкерта (от 0 до 5). Количественная оценка влияния факторов SWOT-анализа на деятельность компании, занимающейся производством оконных изделий, проведенная на

третьем этапе, показана в таблице 3. Оценка и вес факторов проводилась специалистами аналитического отдела исследуемой компании.

Таблица 3 – Количественная оценка влияния факторов SWOT-анализа на деятельность компании, занимающейся производством оконных изделий

	Фактор	***Оценка***	***Вес***	***Взвешенная оценка***
Сильные стороны:	1. Известное имя и бренд	4	0,75	3
	2. Опыт работы компании – более 10 лет на белорусском рынке	4	0,42	1,68
	3. Разработанная система обучения новых сотрудников	4	0,37	1,48
	4. Географическое покрытие рынка (более 25 филиалов по стране)	5	0,87	4,35
	5. Высокое качество продукции и выполнения услуг	5	0,81	4,05
	6. Высокая доля постоянных клиентов	3	0,63	1,89
	7. Активная маркетинговая компания	4	0,85	3,4
	8. Яркий и актуальный сайт	3	0,76	2,28
Индекс по группе «Сильные стороны»				***2,77***
Слабые стороны:	1. Большой процент текучести кадров на уровне низшего и среднего звена	4	0,61	2,44
	2. Большие сроки изготовления заказов	5	0,90	4,5
	3. Высокие издержки	4	0,76	3,04
	4. Высокие цены на продукцию и услуги	5	0,84	4,2
	5. Ограниченные свободные финансовые средства	3	0,55	1,65
Индекс по группе «Слабые стороны»				***3,17***
Возможности:	1. Поиск способов снижения стоимости аренды	3	0,48	1,44
	2. Поиск методов снижения налогового бремени	2	0,42	0,84
	3. Высокие темпы роста рынка	4	0,72	2,88
	4. Рост доходов населения	3	0,64	1,92
	5. Развитие технологий	3	0,51	1,53
	6. Внедрение дополнительных услуг	3	0,43	1,29
Индекс по группе «Возможности»				***1,65***
Угрозы:	1. Увеличение курса доллара	4	0,76	3,04
	2. Снижение темпов роста рынка	4	0,72	2,88
	3. Высокая конкуренция	5	0,85	4,25
	4. Увеличение затрат на арендную плату	3	0,65	1,95
	5. Увеличение затрат на рекламную деятельность	4	0,78	3,12
Индекс по группе «Угрозы»				***3,05***

Источник: собственная разработка автора

С точки зрения важности наиболее значимыми являются слабые стороны компании. Это сигнализирует о том, что компании необходимо в первую очередь сконцентрироваться на снижении степени влияния слабых сторон на деятельность компании.

Наибольшее влияние из сильных сторон имеет такой фактор, как географическое покрытие рынка. Исследуемая компания представлена более чем 25 филиалами по всей Республике Беларусь. Также большой вес имеет активная маркетинговая кампания, что у рассматриваемой компании развито на довольно высоком уровне.

В группе «слабые стороны» большие сроки изготовления имеют как наивысшую оценку, так и наибольший вес. Это означает, что компании необходимо работать над снижением сроков изготовления продукции. Также большое влияние имеет такой фактор, как высокие цены на продукцию и услуги, что говорит о необходимости совершенствовать политику ценообразования.

Группа факторов «возможности» показала в совокупности наименьшее значение. Это свидетельствует о том, что возможностей для развития как компании, так и отрасли в целом не хватает. Однако, наиболее высокое значение из данных факторов имеет темп роста рынка. В случае увеличения темпов роста занимаемого рынка компания имеет большие шансы привлечь появившихся покупателей благодаря своей известности.

Исследовав угрозы внешнего рынка компании, можно сделать вывод о наличии высокой конкуренции в данной нише. Для устранения этой угрозы необходимо поддерживать успешную репутацию и положительный имидж компании для удержания потенциальных клиентов.

Таким образом, с помощью SWOT-анализа было определено, что анализируемое предприятие обладает большим количеством сильных сторон, развитие которых позволит ему укрепить свои конкурентные позиции на рынке. Однако наибольшее значение слабых сторон компании показывает необходимость в первую очередь заняться их устранением или снижением влияния на деятельность компании. И, наоборот, наименьшее значение возможностей компании говорит о том, что исследуемой компании нужно искать новые возможности для ее развития или организовать выпуск новой продукции или оказания дополнительных услуг.

С целью повышения эффективности стратегического менеджмента компании, в первую очередь, необходимо осуществить следующие мероприятия: расширить спектр дополнительных услуг; повысить оперативность изготовления заказов; совершенствовать политику ценообразования.

Список литературы

1. Арутюнова, Д.В. Стратегический менеджмент: учеб. пособие / Д.В. Арутюнова. – М.: ТТИ ЮФУ, 2010. – 122 с.

2. Баззел, Р.Д. Информация и риск в маркетинге / Р.Д. Баззел, Д.Ф. Кокс, Р.В. Браун. – М.: Финстатинформ, 2011. – 628 с.

The article describes the development of a strategic plan for the company, engaged in the manufacture of window products on the basis of the SWOT-analysis. The theoretical aspects of the concept of SWOT-analysis are presented, and a brief methodology for conducting its various stages is described. Practical application of the developed strategic plan is shown on the company engaged in the production of window products. Also, based on the analysis carried out, measures were proposed to improve the effectiveness of the company's strategic management.

Шелешко Алеся Владимировна, магистрантка 1 курса специальности «Прикладной компьютерный анализ данных» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: alesia_sheleshko@mail.ru.

Научный руководитель – ***Гринь Наталья Вячеславовна,*** кандидат экономических наук, доцент кафедры математического и информационного обеспечения экономических систем факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: grin_nv@grsu.by.

УДК 338.246

Ю. С. Шимкович

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В представленной статье проведён анализ национальной безопасности Республики Беларусь; обозначены задачи органов безопасности; указаны отрицательные моменты, внутренние и внешние угрозы. Акцент сделан на энергетическую и инфраструктурную безопасность.

Органы государственной безопасности – государственные органы, обеспечивающие в пределах предоставленных им полномочий безопасность личности, общества и государства от внутренних и внешних угроз. Органы государственной безопасности являются составной частью системы обеспечения национальной безопасности Республики Беларусь.

Органы государственной безопасности в пределах своей компетенции осуществляют внешнюю разведку в политической, экономической, военной, научно-технологической, информационной, социальной, демографической и экологической сферах в соответствии с законодательством Республики Беларусь о внешней разведке. При осуществлении внешней разведки проводятся гласные и негласные мероприятия в порядке, установленном законодательством Республики Беларусь.

Органы государственной безопасности в соответствии с законодательством Республики Беларусь осуществляют предупреждение, выявление и пресечение террористической и иной экстремистской деятельности, организованной преступности и коррупции, незаконной миграции, незаконного оборота наркотических средств, психотропных веществ, их аналогов, оружия, боеприпасов, ядерных материалов и их компонентов, а также иных объектов экспортного контроля, контрабанды, других преступлений, дознание и предварительное следствие по которым законодательными актами Республики Беларусь отнесены к ведению органов государственной безопасности [3].

Систему органов государственной безопасности образуют: Комитет государственной безопасности Республики Беларусь; территориальные органы государственной безопасности: управление Комитета государственной безопасности Республики Беларусь по городу Минску и Минской области, управления Комитета государственной безопасности Республики Беларусь по областям; управление военной контрразведки Комитета государственной безопасности Республики Беларусь. Органы государственной безопасности имеют в своем подчинении учреждения образования, организации здравоохранения, воинские части, другие организации и подразделения. Учреждения образования, организации здравоохранения, воинские части и другие организации создаются, реорганизуются и ликвидируются по решению Президента Республики Беларусь. Подразделения органов государственной безопасности создаются, реорганизуются и ликвидируются по решению Председателя Комитета государственной безопасности Республики Беларусь, если иное не определено Президентом Республики Беларусь. Органы государственной безопасности, подчинённые им воинские части и другие организации являются юридическими лицами, имеют печати с изображением Государственного герба Республики Беларусь. В органах государственной безопасности, подчинённых им воинских частях, других организациях и

подразделениях запрещается создание и деятельность организационных структур политических партий и других общественных объединений, преследующих политические цели.

Одним из приоритетных направлений обеспечения национальной безопасности в экономической сфере является создание условий для перехода к устойчивому развитию.

Переход к устойчивому развитию предполагает: обеспечение динамичного экономического роста, стабильной социально-политической ситуации, сбалансированности реального и финансового секторов экономики; развитие традиционных и новых высоких технологий; осуществление хозяйственной деятельности на основе массового внедрения энерго- и ресурсосберегающих технологий; целенаправленные изменения структуры личного и общественного потребления; формирование эффективной системы устойчивого развития и создание соответствующих механизмов воспитания и образования. Все это будет способствовать формированию социально ориентированной экономики страны и обеспечению ее национальной безопасности [1].

Основная задача обеспечения финансовой безопасности Беларуси — улучшение финансового состояния организаций реального сектора экономики, уменьшение числа убыточных производств. Это требует продолжения реструктуризации и приватизации предприятий, расширения конкуренции для субъектов хозяйствования на внутреннем рынке продукции, товаров, работ и услуг.

Энергетическая безопасность является важнейшим слагаемым экономической безопасности Республики Беларусь, что обусловлено слабой обеспеченностью страны собственными топливно- энергетическими ресурсами (до 15 % общего объёма потребления).

Энергетическая безопасность определяется как долей собственных топливно-энергетических ресурсов в общем энергобалансе, так и их разнообразием. Считается нормальным использование в равных пропорциях не менее трех основных видов топлива, например, для многих стран – природного газа, нефти, угля.

При закупке энергоносителей за рубежом важно обеспечить диверсификацию не только их видов, но и поставщиков. Энергобезопасность возрастает при развитой сети магистральных газо- и трубопроводов, линий электропередач, железных дорог, наличии резервов или хранилищ топлива.

Энергетическая безопасность Республики Беларусь – это комплекс условий, позволяющих осуществлять достаточное и надежное снабжение страны топливно-энергетическими ресурсами для устойчивого функционирования экономики и обеспечения жизнедеятельности людей в нормальных и чрезвычайных ситуациях [2].

Беларусь после обретения суверенитета не была энергетически безопасным государством и в ближайшем будущем ей трудно стать таковой. Это обусловлено отсутствием в достаточном количестве на ее территории ископаемых видов топлива, низкой степенью диверсификации импортируемых видов топлива по видам и поставщикам, слабым уровнем развития возобновляемых источников энергии.

К отрицательным моментам энергобезопасности Беларуси относится и то, что на долю природного газа приходится около 60 % валового потребления топливно-энергетических ресурсов. С учетом постоянной тенденции роста цен на газ в перспективе станет невыгодным производить электроэнергию на собственных электростанциях, использующих этот вид топлива.

К потенциальным внутренним угрозам энергетической безопасности Беларуси также относятся: недостаточно надежная инфраструктура (линии электропередач, тепловые сети, системы газо- и нефтеснабжения), способная вызвать аварийную ситуацию в энергообеспечении; высокая энергоёмкость отечественного производства.

К внешним угрозам энергетической безопасности страны относятся: повышение цен на нефть; монозависимость от импорта энергоресурсов; региональные конфликты в мировом сообществе; нештатные ситуации, вызванные невыполнением договоров внешними партнерами.

С целью предотвращения угроз необходимы: диверсификация импортируемых топливно-энергетических ресурсов (ТЭР) по видам топлива и его поставщикам на основе разработки альтернативных вариантов энергообеспечения и увеличение их стратегических запасов; повышение доли собственных энергетических ресурсов в структуре топливно-энергетического баланса до 25—30%; разработка совместных программ повышения коллективной энергетической безопасности с государствами мирового сообщества, прежде всего со странами-поставщиками энергоресурсов в Беларусь.

В настоящее время Республика Беларусь в поставках энергоносителей практически полностью зависит от России. В 2018 г. предполагается, что РФ поставит в Беларусь 24 миллиона тонн нефти [1].

Энергетическая безопасность Беларуси зависит и от эффективности энергосбережения, обеспечения строгого режима экономии топливно- энергетических ресурсов. В расчете на одного жителя республики природного газа используется в 1,5 раза больше, чем в среднем в мире. Это говорит о чрезмерно энергоёмкой структуре белорусской экономики, необходимости её модернизации и внедрения энергосберегающих технологий.

Важнейшими факторами энергетической безопасности являются: повышение уровня энергетической независимости (обеспечения потребностей в повышении энергии за счёт собственных энергоисточников), рост эффективности производства, преобразования и использования энергии, а также надежности систем энергосбережения.

В целях радикального укрепления энергетической безопасности страны начато строительство собственной атомной электростанции.

Инфраструктурная безопасность имеет для национальной экономики Беларуси особое значение, так как республика занимает стратегически важное геополитическое и экономико-географическое положение, располагает густой сетью железнодорожных и автомобильных магистралей, газо- и нефтепроводов.

К инфраструктуре относятся отрасли, создающие условия жизнедеятельности общества. Инфраструктура подразделяется на производственную и социальную. Производственная инфраструктура включает отрасли, которые непосредственно обслуживают производство (все виды транспорта, связь, электро-, газо-, водоснабжение и др.). К социальной инфраструктуре относятся торговля, жилищно-коммунальное хозяйство, система здравоохранения и образования, предприятия бытового обслуживания и др.

Главная задача инфраструктурной безопасности — обеспечение устойчивого развития экономики и благоприятных условий жизнедеятельности населения.

Инновационная безопасность имеет для Беларуси первостепенное значение, так как в государствах с ограниченными природными ресурсами роль научно-технической и инновационной деятельности является решающей в обеспечении не только экономической, но и национальной безопасности в целом [2].

Основным показателем развития научной деятельности, принятым для межстрановых сопоставлений, является доля затрат на исследования и разработки в валовом внутреннем продукте (наукоемкость ВВП).

В Республике Беларусь в 2017 году данный показатель составляет менее 1%. Это, естественно, является сдерживающим фактором ускоренной разработки передовых отечественных технологий. Потребность же в технологической и структурной модернизации производства остается высокой.

Обеспечение экономической безопасности может быть достигнуто только при

активизации инновационной деятельности, что требует соответствующей государственной научно-технической политики.

Необходимо также расширить международное сотрудничество с научными организациями других странах для приоритетных национальных производств, не имеющих достаточного научного обеспечения в Беларуси.

Внешнеэкономическая безопасность должна гарантировать сохранение экономического суверенитета страны, рост конкурентоспособности национальной экономики и защиту интересов белорусских производителей с учетом изменений мировых экономических процессов. К числу важнейших факторов, определяющих внешнеэкономическую безопасность, следует отнести:

1. конкурентоспособность товаров и услуг на внешних рынках;
2. объемы внешнеторгового оборота, экспорта и импорта, а также сальдо внешнеторговых операций и их отношение к объему ВВП;
3. товарную диверсификацию экспорта и импорта;
4. долю добавленной стоимости в экспорте основных видов продукции,
5. внешнюю задолженность.

Обеспечение внешнеэкономической безопасности напрямую зависит от конкурентоспособности производимой в республике продукции и умелого использования внеэкономических факторов развития мировой экономики в интересах национальной.

Для укрепления внешнеэкономической безопасности Беларуси важное значение имеют реализация Договора о создании Союзного государства с Российской Федерацией, расширение сотрудничества с Европейским союзом, вступление во Всемирную торговую организацию, а также заключение двусторонних соглашений о торгово-экономическом сотрудничестве с отдельными странами [3].

Экономическая безопасность тесно взаимосвязана с демографическими, социальными, экологическими, информационными и оборонными аспектами национальной безопасности.

Основные задачи обеспечения демографической безопасности состоят в стабилизации рождаемости и ее повышении. Республикой Беларусь принят Закон «О демографической безопасности Республики Беларусь».

Главной задачей усиления социальной безопасности является повышение материального благосостояния граждан на основе реформы оплаты труда, обеспечения социальной защиты и соблюдения социальных гарантий.

Решение проблем экологической безопасности является обязательным условием устойчивого социально-экономического развития и отражает состояние защищенности жизни, здоровья человека и среды обитания от возможных вредных воздействий экономической или иной деятельности, чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера.

Для обеспечения информационной безопасности необходимы: эффективное использование национальных информационных ресурсов, защита безопасности информационных систем и сетей связи, поддержка современных информационных технологий, национальной индустрии средств информатизации и связи.

Список литературы

1. Косолапов, Н.А. Национальная безопасность в меняющемся мире / Н.А. Косолапов // Мировая экономика и международные отношения. – 2010. №10. – с. 126.

2. Мясникович, М.В. Национальная безопасность Республики Беларусь: приоритетные направления социально-экономического устойчивого инновационного развития. / М.В. Мясникович. – Минск.: Белорусская наука, 2014.

3. Экономика // Союз Беларусь / Россия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://rg.ru/2017/12/05/rossiia-i-belarus-soglasovali-obem-postavok-nefti-na-2018-god.html – Дата доступа: 03.03.2018.

The presented article analyzes the national security of the Republic of Belarus; the tasks of security agencies are outlined; negative moments, internal and external threats are indicated. The emphasis is on energy and infrastructure security.

Шимкович Юлия Сергеевна, студентка 3 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. E-mail: moroz_ai@grsu.by .

УДК 339.926

Н. М. Шугаева

Развитие продуктивной занятости в Республике Казахстан

В статье рассматривается роль продуктивной занятости в экономике и социальной сфере Республики Казахстан, имеются данные, описывающие фактические показатели занятого населения по видам экономической деятельности. Дается характеристика программы "Развитие продуктивной занятости и массового предпринимательства", отмечены цели и задачи данной программы.

На сегодняшний день главной целью профессионального образования и подготовки, а также вовлечения самозанятых, безработных и иных лиц без квалификации в продуктивную занятость является развитие продуктивной занятости как обязательного условия эффективности национальной экономики Республики Казахстан

Продуктивная занятость играет огромную роль не только для экономики, но и для социальной сферы. Она обеспечивает значительную часть населения рабочими местами, повышает доходы населения и сокращает уровень безработицы путем организации устойчивой и продуктивной занятости через обучение и создание условий для трудоустройства.

Данные за 2010-2017 гг. нельзя оценивать как положительные с точки зрения изменения структуры экономики, вследствие сокращения численности занятых в сельском хозяйстве с 2294,9 тыс. в 2010 г. до 1263,3 тыс. человек в 2017 г. Следует отметить, что в экономике произошел незначительный прирост количества работающих в строительной сфере, в образовании и здравоохранении (таблица).

Таблица – Занятое население по видам экономической деятельности (тыс. чел)

Отрасли экономики	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Занятое население, всего	8114,2	8301,6	8507,1	8570,6	8510,1	8433,3	8553,4	8541,3
Сельское, лесное и рыбное хозяйство	2294,9	2196,1	2172,7	2073,6	1605,1	1362,9	1385,5	1263,3
Промышленность	948,8	960,3	1004,4	1039,1	1090,7	1083,7	1087,2	1100,8

Продолжение таблицы

Горнодобывающая промышленность и разработка карьеров	193,7	206,8	225,1	249,3	294,6	284,2	277,6	280,4
Обрабатывающая промышленность	565,6	542,2	543,5	548,0	536,3	552,6	568,2	594,8
Электроснабжение, подача газа, пара и воздушное кондиционирование	132,1	146,7	158,5	161,7	173,4	165,1	161,2	147,6
Строительство	569,8	614,0	644,5	660,0	678,0	689,5	679,1	657,4
Транспорт и складирование	511,8	546,3	570,9	569,1	584,9	619,5	619,5	613,6
Информация и связь	109,3	125,7	134,2	132,9	160,1	151,7	160,1	160,3
Профессиональная, научная и техническая деятельность	149,3	179,4	181,4	182,2	162,0	221,3	240,2	259,4
Образование	816,3	851,5	892,1	923,2	982,3	1012,8	1032,7	1065,3
Здравоохранение и социальные услуги	370,2	392,4	413,7	424,7	463,9	455,3	469,6	487,1
Искусство, развлечения и отдых	90,1	96,6	112,4	107,3	132,3	127,2	132,6	140,8
Предоставление прочих видов услуг	114,2	142	220,3	227,3	285	279,4	246,6	230,5
Численность безработных, тыс. человек	496,5	473	474,8	470,6	451,9	454,2	445,5	439,3
Уровень безработицы, %	5,8	5,4	5,3	5,2	5	5,1	5	5

Источник: собственная разработка автора на основании данных [1]

В своей политике по обеспечению и поддержанию занятости населения Казахстан прошел путь от планово-директивных методов, используемых социалистической экономикой, к преимущественно рыночному механизму поддержания и регулирования данного процесса. Однако, экономический кризис и последовавшие за этим остановка, банкротство и ликвидация предприятий, сокращение работников привели к необходимости широкого использования государственных методов регулирования и поддержания занятости населения [1].

В кризисный период в целях защиты граждан от безработицы государством была использована стратегия, которую можно условно охарактеризовать, как «стратегия выживания» [2]. Основой этой стратегии стала реализация программы «Дорожная карта», принятой в 2011 году, предусматривающей в основном антикризисные меры по сдерживанию роста безработицы, которая была актуализирована с 2016 года на задачи по созданию условий для вовлечения в продуктивную занятость безработного и самозанятого населения [3].

29 декабря 2016 года Постановлением Правительства Республики Казахстан программа «Дорожная карта занятости 2020» была закрыта и была утверждена новая программа «Развитие продуктивной занятости и массового предпринимательства». Эта программа является логическим продолжением программы «Дорожная карта занятости 2020» и разработана в соответствии с посланием Президента Республики Казахстан Н. А. Назарбаева народу Казахстана от 14 декабря 2012 года «Стратегия «Казахстан-2050»: новый политический курс состоявшегося государства» [4]. Целью программы является содействие продуктивной занятости населения и вовлечение граждан в предпринимательство. Задачи данной программы:

1. Подготовка кадров с техническим и профессиональным образованием с учетом потребностей рынка труда.

2. Краткосрочное профессиональное обучение рабочих кадров по востребованным на рынке труда профессиям и навыкам.

3. Содействие в обеспечении занятости безработных и самостоятельно занятых.

4. Создание единой цифровой площадки по трудоустройству [1].

Для реализации данной программы разработан план мероприятий, состоящий из трех направлений, содержащих определенные задачи [5].

Первое направление – обеспечение участников программы техническим и профессиональным образованием и краткосрочным профессиональным обучением (рисунок 1). Данное направление включает в себя следующие задачи:

1) подготовку кадров с техническим и профессиональным образованием с учетом потребностей рынка;

2) краткосрочное профессиональное обучение рабочих кадров по востребованным на рынке труда профессиям и навыкам.

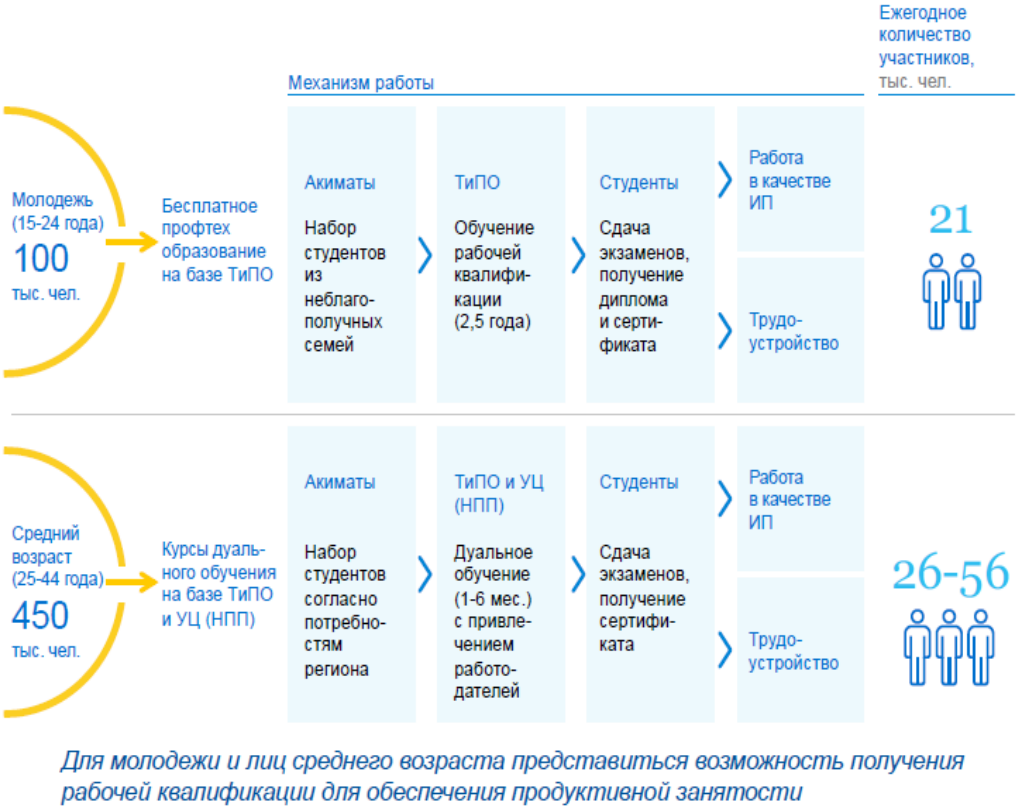


Рисунок 1 – Обеспечение участников программы техническим и профессиональным образованием и краткосрочным профессиональным обучением

Источник: собственная разработка автора на основании данных [6]

Второе направление – развитие массового предпринимательства. Оно включает в себя:

1) обучение участников программы основам предпринимательства по проекту «Бастау-бизнес» (рисунок 2);

2) финансирование предпринимательских инициатив на селе и в городе.

Рисунок 2 – Обучение участников программы основам предпринимательства по проекту «Бастау-бизнес»

Источник: собственная разработка автора на основании данных [6]

Третье направление – развитие рынка труда через содействие занятости населения и мобильность трудовых ресурсов. Задачами данного направления являются (рисунок 3):

1) содействие в обеспечении занятости безработных и самозанятых;
2) повышение мобильности трудовых ресурсов;
3) создание единой цифровой площадки по трудоустройству.

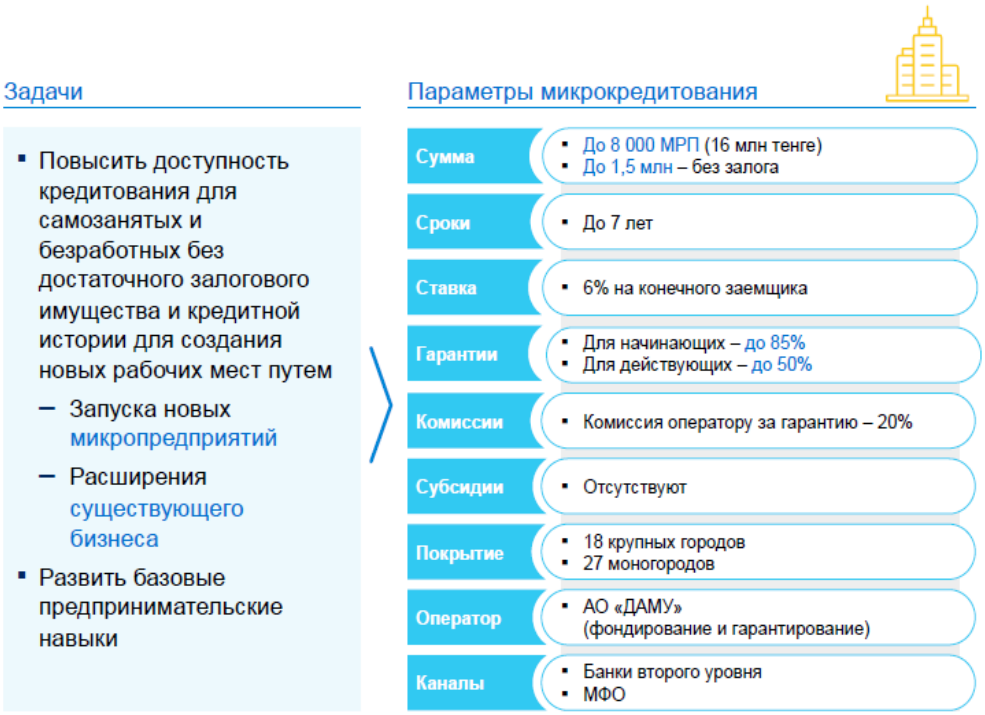


Рисунок 3 – Развитие рынка труда

Источник: собственная разработка автора на основании данных [6]

Таким образом, к 2025 году в Казахстане благодаря этой программе должны появиться не менее 500 тыс. новых предпринимателей. Доход самозанятых к этому времени должен увеличиться на 36 % или до 75 тыс. тенге в месяц в реальном выражении. И все это должно привести к дополнительному увеличению ВВП страны на 0,8% ежегодно [7].

Список литературы

1. Комитет по статистике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://stat.gov.kz. – Дата доступа: 15.02.2018.

2. Проблемы занятости населения Республики Казахстан в условиях социальной модернизации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.almau.edu.kz/.../tulembaeva%2520a%2520n%2520i%2520kalieva%2520s%252... – Дата доступа: 11.02.2018.

3. Премьер-министр Республики Казахстан [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.primeminister.kz. – Дата доступа: 01.03.2018.

4. Официальный Интернет-ресурс акимата Атырауской области [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://atyrau.gov.kz/page/read/Informaciya_o_novoj_Programme_razvitiya_produktivnoj_zanyatosti_i_massovogo_predprinimatelstva_na_2017. – Дата доступа: 15.02.2018.

5. Жезказганский вестник [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://zhezmedia.kz/news/o_produktivnoj_zanjatosti_i_massovom_predprinimatelstve/2017. – Дата доступа: 25.02.2018.

6. Продуктивная занятость и массовое предпринимательство / Премьер-министр Республики Казахстан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://primeminister.kz/ru/page/view/produktivnaya_zanyatost_i_massovoe_predprinimatelstvo. – Дата доступа: 01.03.2018.

7. Международное информационное агентство [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.inform.kz/ru/bezrabotnye-v-kazahstane-stanut-chastnymi-predprinimatelyami. – Дата доступа: 20.02.2018.

The article examines the role of productive employment in the economy and social sphere of the Republic of Kazakhstan, there are data describing the actual indicators of the employed population by types of economic activities. The characteristic of the program "Development of productive employment and mass entrepreneurship" is given, goals and tasks of this program are marked.

Шугаева Наргиз Махметовна, студентка 3 курса специальности «Экономика» экономического факультета Евразийского Национального Университета имени Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан. E-mail: shugaeva97@mail.ru

Научный руководитель – ***Хойч Айжан Хойч***, старший преподаватель кафедры «Экономика» Евразийского Национального Университета имени Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан. E-mail: ch_aijan@enu.kz.

УДК 338.984

К. В. Янулевич

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА БИЗНЕС-ПЛАНА РАЗВИТИЯ ИП «ГОЛДОПТИМА»

Проанализирован бизнес-план развития ИП «Голдоптима» и дана оценка качеству стратегического развития предприятия. На основании представленной оценки бизнес-плана, предложены наиболее оптимальные направления доработки и составления недостающих разделов, для повышения оценки эффективности принятия управленческих решений.

Общество с ограниченной ответственностью «Голдоптима» зарегистрировано первоначально Администрацией свободной экономической зоны «Гродноинвест» 19.10.2004г.

Сегодня «Голдоптима» - это успешное производственное предприятие, оснащенное современными станками и оборудованием от ведущих мировых производителей. Основным видом текущей деятельности предприятия является производство мебели из дерева. Для успешного развития и увеличения инвестиционных вложений ИП «Голдоптима» реализует инвестиционные проекты согласно сформированному бизнес-плану, в котором отражены основные показатели деятельности и спланированы инновационные проекты.

В экономической литературе применяется достаточно широкий спектр рекомендаций по составлению бизнес-плана. Большинство авторов разрабатывает рекомендации для годовых и отчётных бизнес-планов, однако существуют некоторые отличия по составлению между годовыми, финансовыми, инвестиционными и проектными бизнес-планами. В настоящей работе в качестве образца используются рекомендации Фреда Лудольфа, известного автора книги по бизнес-планированию на предприятии. Для составления конкретных разделов бизнес-плана, используются национальные стандарты.

Бизнес-план ИП «Голдоптима» составлен согласно Постановлению Министерства экономики Республики Беларусь от 31 августа 2005 г. N 158. “Об утверждении правил по разработке бизнес-планов инвестиционных проектов”. Настоящие Правила устанавливают порядок составления бизнес-планов инвестиционных проектов (далее - бизнес-план), в том числе определяют ключевые этапы и последовательность проведения исследований, требования (включая упрощенные) к структуре, содержанию и оформлению бизнес-планов, представляемых в соответствии с законодательством на рассмотрение государственным органам, иным государственным организациям, подчиненным Правительству Республики Беларусь.

Основные принципы составления бизнес-плана базируются на Постановлении Министерства экономики Республики Беларусь от 21 ноября 2012 г. № 99 “О внесении изменений и дополнений в Рекомендации по разработке прогнозов развития коммерческих организаций на пять лет”. Данное постановление предусматривает актуализацию рекомендаций с учетом последних изменений Налогового кодекса Республики Беларусь, форм бухгалтерской отчетности, амортизационной политики, приведение в соответствие с формами статистической отчетности наименований показателей прогноза финансово-хозяйственной деятельности коммерческой организации и иное.

Главной целью ИП «Голдоптима» является хозяйственная деятельность, направленная на получение прибыли для удовлетворения социальных, культурных и экономических интересов членов коллектива и интересов собственника имущества предприятия. Для реализации поставленной цели, предприятие собирает команду, состоящую из экономистов, бухгалтеров и финансовых аналитиков, чтобы провести детальный финансовый анализ, спрогнозировать будущие показатели деятельности и составить бизнес-план развития на год.

Детальный анализ и оценку качества бизнес-плана развития ИП «Голдоптима» необходимо проводить ежегодно для составления более точных финансовых прогнозов, построения правильной стратегии, анализа риска деятельности организации и конкурентного анализа. Всё это даёт более точную картину будущего компании и подводит итог её прошлой деятельности. В действующем бизнес-плане ИП «Голдоптима» присутствуют остро необходимые разделы и существует недостаточность необходимой информации в основных разделах, следовательно, они нуждаются в доработке, а сам бизнес-план не предусматривает следующие разделы:

- ассортимент работ и услуг;
- рынки;
- конкуренты;
- маркетинг;
- месторасположение и инфраструктура;
- анализ рисков.

Согласно общим правилам формирования бизнес-плана, необходимо понимать, что бизнес-план ИП «Голдоптима» нуждается в информационном преобразовании и дополнении вышеперечисленными разделами.

Специально для бизнес-плана ИП «Голдоптима» автором разработаны и предложены к применению следующие рекомендации:

Резюме

В целом, данный раздел должен давать ответы акционерам или инвесторам на два вопроса: «Что они получат при успешной реализации бизнес-плана?» и «Каковы риски потери денег?». Эта часть документа должна разрабатываться в самом конце составления бизнес-плана, когда достигнута полная ясность по всем остальным разделам.

Резюме бизнес-плана ИП «Голдоптима» требует доработки информации по следующим вопросам:

1. Основные стратегии, используемые предприятием для достижения целей.
2. Состав конкретных мероприятий, которые необходимо принять.
3. Какие объёмы продаж прогнозируются в ближайший период.
4. Какова ожидаемая выручка от продаж.
5. Характерные условия работы фирмы.

Краткая характеристика предприятия

В данном разделе бизнес-плана ИП «Голдоптима» необходимо доработать философию, стратегические планы, а также цели предприятия. В зависимости от того, на каком этапе развития находится предприятие и к какому моменту развития разрабатывается бизнес-план, на основании стандартов Фреда Лудольфа [2, с. 124], рекомендуется использовать следующую структуру данной части бизнес-плана:

- бизнес-идея и философия предприятия;
- стратегия и цели предприятия;
- организационная структура предприятия;
- консультанты;
- партнёры по кооперации;
- тенденции развития основных показателей;
- сильные и слабые стороны предприятия.

Необходимо помнить, что каждый подраздел второй главы бизнес-плана, можно представить в качестве небольшой таблицы содержащей краткую информацию в себе, по средствам отображения цифровых показателей, что позволит сжато и чётко изложить информацию для акционеров [2, с. 125].

Ассортимент работ и услуг

Данный раздел отсутствует в бизнес-плане ИП «Голдоптима», но для улучшения качества документа, предприятию стоит задуматься над его внедрением. Часть ”Ассортимент работ и услуг” следует начать со списка товаров и услуг, сопровождаемых их краткой характеристикой. Здесь необходимо охарактеризовать весь перечень предоставляемых работ и услуг, что из этого следовало бы улучшить. Возможно, составить таблицу, отражающую весь ассортимент работ или услуг, а также пользу, которую они приносят потребителю. В качестве потребительской пользы можно рассматривать экономию средств, потенциал рационализации, а также преимущества в обслуживании.

Анализ рынков сбыта

Данный раздел отсутствует в бизнес-плане ИП «Голдоптима», но для повышения качества документа, предприятию необходимо заняться его внедрением. Недостаточное знание рынка зачастую является причиной ухудшения конкурентоспособности, сокращения оборота и снижения финансовых показателей (прибыль, кэш флоу). Поэтому необходимо отобразить в бизнес-плане, что предприятие хорошо понимает рыночную конъюнктуру и владеет методикой постоянного анализа рынка, на основе которой определяются стратегические цели и разрабатывается концепция маркетинга.

Необходимо ответить в данном разделе на следующие вопросы: “Каковы нынешние рынки”?

Решающей предпосылкой для успешной реализации исходной бизнес-идеи является наблюдение за деятельностью конкурентов и анализ этой деятельности, который позволяет выявить шансы для успешного ведения собственного бизнеса. К сожалению, малые и средние предприятия до сих пор не уделяют достаточного внимания этому анализу. Покажите в своем бизнес-плане, что вы внимательно анализируете деятельность конкурентов. Опишите методы, с помощью которых вы отслеживаете ситуацию. Если вы хотите систематически заниматься анализом деятельности конкурентов, рекомендую создать «Банк данных о конкурентах», который затем необходимо будет регулярно актуализировать.

План маркетинга

Данная часть бизнес-плана отсутствует, но для верности данных документа, план маркетинга должен быть спланирован, разработан и внедрён на любом предприятии.

В этом разделе необходимо описать рыночную коммуникацию, рассказать о том, какая стратегия применяется для представления предприятия на рынке, о том, как оно ориентируется на оптимальное выполнение запросов клиентуры. Концепция маркетинга опирается на уже упомянутый анализ состояния дел на предприятии, анализ рынков и клиентуры, конкурентов, а также других факторов, влияющих на бизнес [1, с. 86].

Исходя из результатов анализа и имеющихся данных, формулируются цели и стратегия маркетинга, выбираются инструменты так называемого смешанного маркетинга (marketing-mix) и описываются конкретные мероприятия. Цели маркетинга определяются, исходя из общих стратегических целей предприятия.

Анализ рисков

На сегодняшний день большинство предприятий нуждается не только в привлечении денежных средств извне, но и в предвидении различного рода опасностей, стоящих на его пути. Именно для этого и разрабатывается такой раздел в бизнес-плане, как «Оценка рисков и мероприятия по их снижению». Данная часть бизнес-плана призвана собирать всю необходимую информацию о рисках угрожающих деятельности организации, а также разработать мероприятия по их снижению.

Данный раздел отсутствует в бизнес-плане ИП «Голдоптима», но для улучшения качества документа, предприятию стоит задуматься над его внедрением. В этом разделе следует описать реальные или возможные риски и в то же время предложить варианты

решений. Для инвесторов и финансовых учреждений трезвый взгляд на риски и возможности их минимизации является важным критерием для оценки шансов предприятия или проекта. Тем самым руководство демонстрирует свою способность вовремя распознавать риски. Мы рекомендуем составить таблицу рисков и соответствующих мер по их минимизации.

Согласно проведённому анализу бизнес-плана ИП «Голдоптима», можно сделать вывод о нехватке большого количества информации в данном документе, отсутствии ситуации реального состояния организации, а также прогнозировании будущих результатов деятельности. Специально для бизнес-плана ИП «Голдоптима» были разработаны и предложены к применению экспертные рекомендации, которые позволят дополнить главный документ необходимой информацией, а также сделают его более эффективным в управлении предприятием.

Список литературы

1. Буров, В.П. Бизнес – план. Методика составления. Реальный пример / В.П. Буров, О.К. Морошкин. – М.: ЦИПКК АП , 2002. – 319 с.

2. Лудольф, Ф. Бизнес-план. Профессиональное составление и убедительная презентация / Ф. Лудольф, С. Лихтенберг. – М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2004. –224 с.

The article analyzes the business plan of "Goldoptima" and assesses the quality of strategic development of the enterprise. On the basis of the presented evaluation of the business plan, the most optimal directions of improvement and preparation of the missing sections to improve the assessment of the effectiveness of management decisions.

Янулевич Кирилл Валерьевич, студент 4 курса специальности «Менеджмента» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: novas3d@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: rabtzevich2011@yandex.ru.

МАТЕМАТИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

УДК 338.484.6:004

А. А. Арцыман

РАЗРАБОТКА WEB-РЕСУРСА «ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ В ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ» НА ОСНОВЕ ОТКРЫТЫХ ДАННЫХ

В статье описана разработка web-приложения, использующего наглядные визуальные средства для отражения экологической ситуации в Гродненской области. Описан процесс разработки карт экологических загрязнений и возбудителей аллергии на основе открытых данных. Благодаря данной разработке заинтересованные лица смогут ознакомиться с картами и информацией по тематике экологии Гродненской области и на основе данной информации скорректировать принимаемые решения.

Окружающая среда – это комплекс окружающих человека или другой живой организм физических, географических, биологических, социальных, культурных и политических условий, который определяет форму и характер его существования. Окружающая среда влияет на жизнь людей и развитие общества в целом. Вследствие этого люди, прогресс, развитие и окружающая среда тесно взаимосвязаны.

Окружающая среда может также нести в себе угрозу. Загрязненный воздух, химические вещества, возбудители аллергии и других заболеваний представляют собой только часть тех угроз для человечества, которые таит в себе окружающая среда.

Экология и аллергия тесно связаны. Многочисленные публикации, освещающие эпидемиологические и экспериментальные данные о влиянии запыленности и загрязнения воздуха на пациентов с бронхиальной астмой и поллинозом, подтверждают прямую взаимосвязь между развитием обострений заболевания и увеличением уровня поллютантов.

В связи с этим актуальным является вопрос о своевременном и точном информировании населения о географическом положении территорий с сильно загрязненным воздухом, территорий производства, хранения и переработки опасных химических веществ, территорий, загрязняемых заводами, автомобилями, территорий распространения основных возбудителей аллергии. Своевременное получение информации может способствовать увеличению потока туристов, а также уменьшению затрат на медицинское обслуживание аллергиков (если они будут иметь возможность избежать мест распространения аллергена), что в свою очередь имеет экономическую выгоду. В условиях активного развития и применения информационных технологий, важно с целью информирования использовать общедоступные интернет-ресурсы.

Объектом исследования выступило состояние окружающей среды Гродненской области. Предмет исследования – визуализация экологических данных как способ эффективного представления информации для заинтересованных лиц. В рамках проводимого исследования разработан web-ресурс, который отражает актуальное состояние экологии в Гродненской области. Он содержит визуальное представление определенных аллергических зон, а так же зон загрязнения окружающей среды.

Данный ресурс актуален как для жителей Гродненской области, так и для туристов, желающих посетить Гродненскую область, но опасающихся проявления аллергических реакций при пребывании в определённой местности. Пользование таким ресурсом позволит заблаговременно ознакомиться и не посещать территориальные единицы, на которых

наблюдалось наличие зон загрязнений или наличие мест распространения того или иного возбудителя аллергической реакции, что сделает более комфортным пребывание на территории данной области. По имеющейся информации, подобная разработка на данный момент не существует, поэтому ее создание сможет повысить качество информированности населения.

Состояние окружающей среды – сложный и многокритериальный показатель. Он включает в себя территории с сильно загрязненным воздухом, территории производства, хранения и переработки опасных химических веществ, территории, загрязняемые заводами автомобилями, территории распространения основных возбудителей аллергии, а также другие территориальные, качественные и количественные характеристики. Поэтому, для отображения информации, было выбрано визуальное представление, а именно – отображение на карте. Накопление и отбор информации для отображения проводился на основе изучения источников открытых данных Республики Беларусь, информационных порталов различной тематики, блогов, атласов [2, с. 98]. Собранные данные были нанесены на карту Гродненской области при помощи встроенных средств службы «Гугл Карты».

Изучая полученные карты, по запросу можно просмотреть места наибольшей концентрации таких возбудителей аллергии, как ос, пчел, комаров. Эта визуальная информация полезна для людей, страдающих аллергией на укусы данных насекомых. Также, на карте выделены места обитания диких животных для страдающих аллергией на шерсть диких животных (рисунок 1).

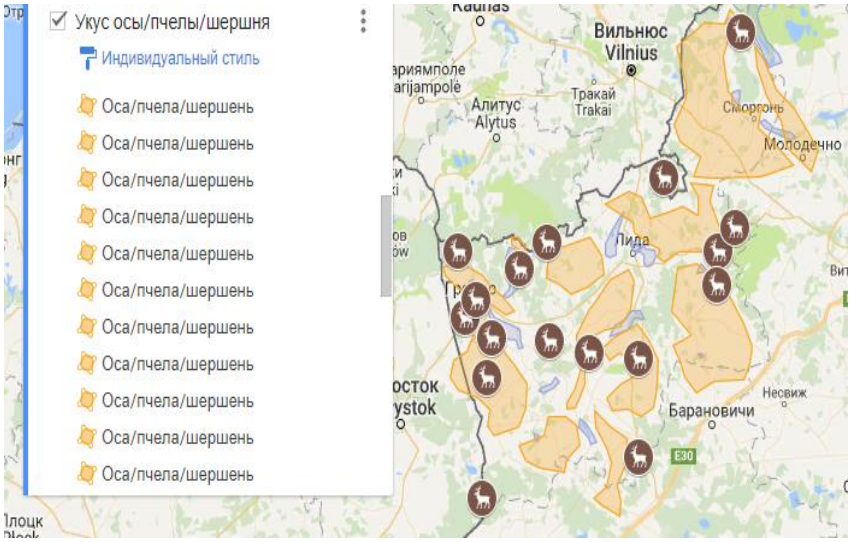


Рисунок 1 – Регионы скопления возбудителей аллергии на территории Гродненской области

Источник: собственная разработка автора

Разработанные карты предназначены, в том числе и для людей, страдающих от астмы, для которых вреден загрязненный воздух. На карте выделены участки дорог с наибольшим объемом выбросов выхлопных газов, также обозначены предприятия, загрязняющие окружающую среду, места производства, хранения и переработки опасных химических веществ (рисунок 2).

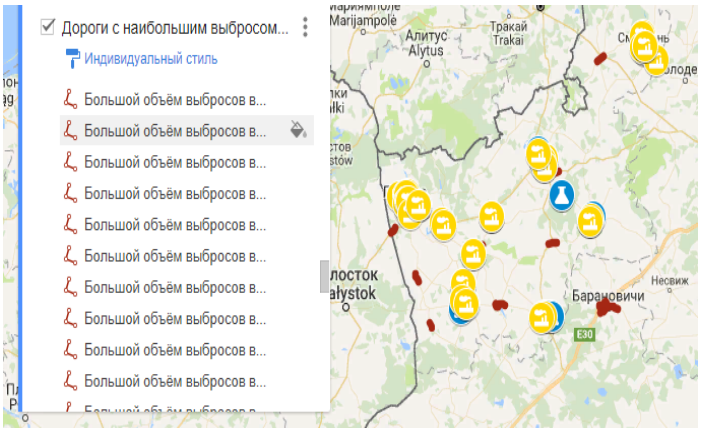


Рисунок 2 – Источники загрязнения воздуха на территории Гродненской области

Источник: собственная разработка автора

Люди, заинтересованные в информации о состоянии экологии, могут ознакомиться с данными о загрязнённости почв и выбросах углекислого газа в воздушное пространство на данной территории (рисунок 3).

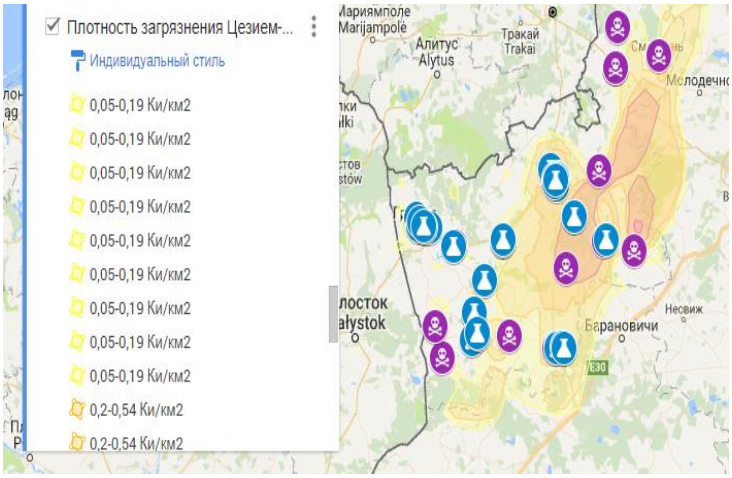


Рисунок 3 – Места загрязнения почв и захоронений химических веществ на территории Гродненской области

Источник: собственная разработка автора

Web-сайт должен быть удобным и простым для пользователя. Для этого нужно учесть все функции, которые необходимы для работы с web-приложением конкретным пользователям [1, с.145].

Для описания информационной системы воспользуемся UML-диаграммами. На рисунке 4 приведена UML-диаграмма использования. Основными действующими лицами (актерами) являются клиент и системный администратор сайта.

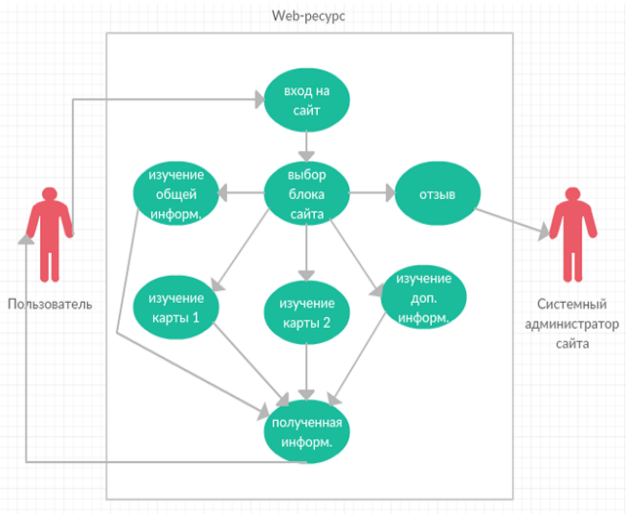


Рисунок 4 – UML диаграмма системы

Источник: собственная разработка автора

Также, для описания системы можно использовать диаграмму состояний. Объекты характеризуются поведением и состоянием, в котором находятся. Диаграммы состояний применяются для того, чтобы объяснить, каким образом работают сложные объекты. Диаграмма состояний показывает, как объект переходит из одного состояния в другое. Очевидно, что диаграммы состояний служат для моделирования динамических аспектов системы. На рисунке 5 приведена UML диаграмма состояния в процессе работы информационной системы.

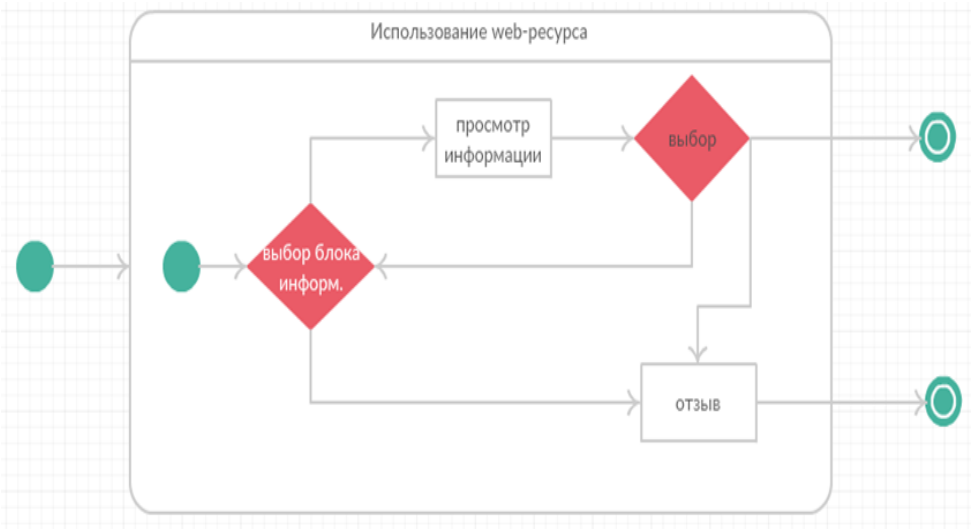


Рисунок 5 – UML диаграмма состояний в системе

Источник: собственная разработка автора

Далее, была разработана пользовательская часть продукта с использованием таких языков web-программирования, как HTML, CSS, JS, ES. А также набор инструментов «Bootstrap». Программный продукт имеет два интерфейса: пользовательский интерфейс и интерфейс суперпользователя. Первый является общедоступным, ко второму доступ имеет лишь администратор, который может отслеживать посещаемость, отзывы, а так же изменять содержимое сайта.

Пользователь попадает на главную страницу с представленным на рисунке 6 интерфейсом. На данном участке пользователь может ознакомиться с концепцией ресурса.

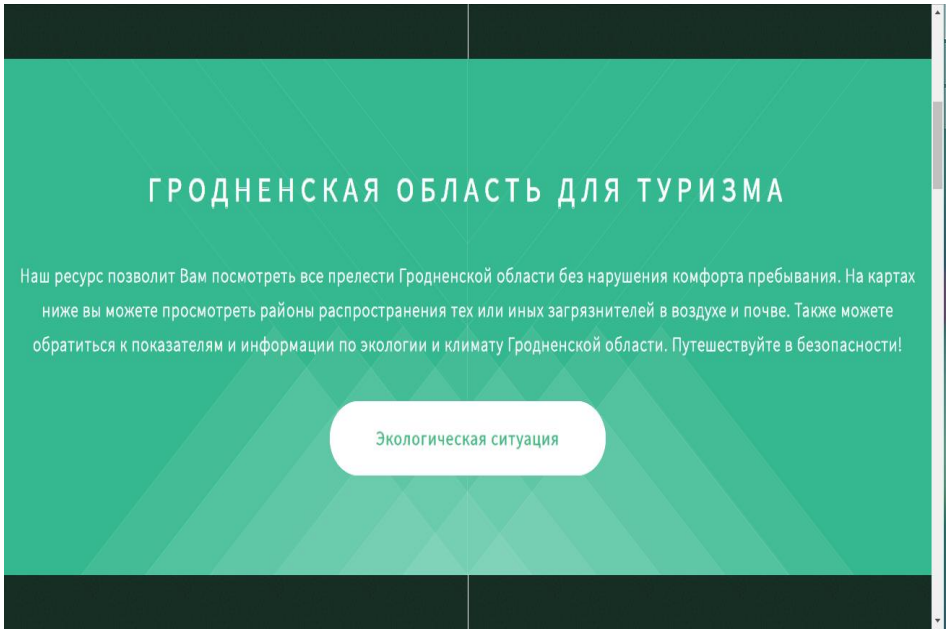


Рисунок 6– Начальная страница сайта

Источник: собственная разработка автора

Далее пользователь попадает на следующую часть страницы, где представлены карты экологической ситуации и возбудителей аллергии, а также краткое описание к ним. На данном участке пользователь может настроить слои на карте, поделиться картой или открыть ее в новой вкладке с помощью кнопок, расположенных в верхней панели. Скриншот страницы представлен на рисунке 7.

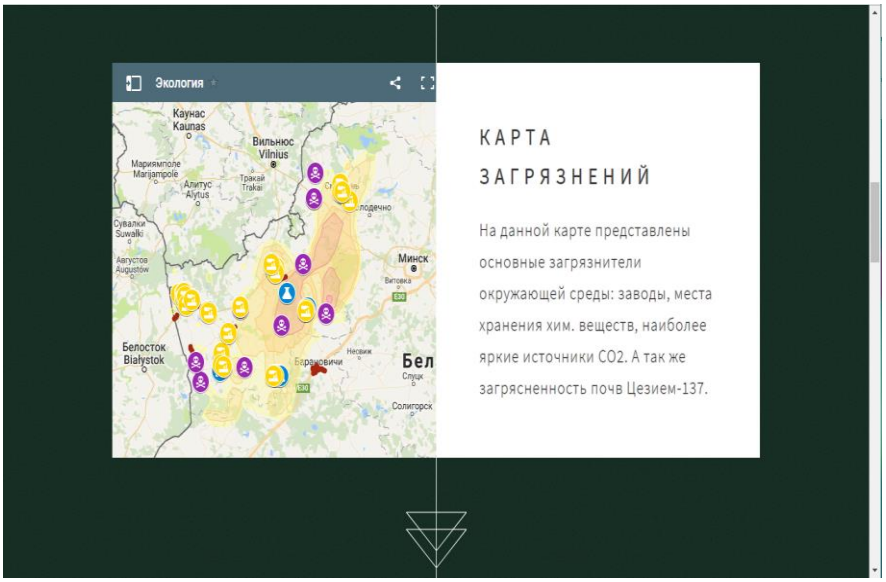


Рисунок 7– Область с картой загрязнений

Источник: собственная разработка автора

Далее представлены основные разделы с дополнительной информацией в виде иконок. При выборе необходимого раздела и нажатии на него открывается область с информацией, а также ссылка на источник информации в нижней панели области. А затем идет форма обратной связи, предназначенная для получения отзыва, вопроса либо пожелания от пользователя.

Разработанный сайт прост в использовании, имеет дружественный интерфейс, понятный неопытному пользователю, и простую в использовании систему навигации. Благодаря данной разработке заинтересованные лица смогут ознакомиться с картой экологических загрязнений, картой возбудителей аллергии, информацией по тематике экологии Гродненской области и, возможно, на основе данной информации скорректировать принимаемые решения. Своевременное получение информации может способствовать увеличению потока туристов, а также уменьшению затрат на медицинское обслуживание аллергиков, что, в свою очередь, имеет экономическую выгоду.

Список литературы

1. Монолли, Т. Проектирование и визуализация. / Т. Монолли – М.: К. Н. Лори, 2003. – 1440 с.
2. Решетников, Д. География туризма Республики Беларусь / Д. Г. Решетников – Минск: Четыре четверти, 2011. – 248 с.

The article describes the development of a web-application that visually reflects the ecological situation in the Grodno region. The process of developing maps of environmental pollution and pathogens of allergy on the basis of open data is described. Thanks to this development, interested persons will be able to get acquainted with maps and information on the ecology of Grodno region and on the basis of this information to adjust the decisions made.

Арцыман Александр Александрович, студент 4 курса специальности «Информационные системы и технологии (в экономике)» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: 375257064674@mail.ru.

Научный руководитель – ***Гринь Наталья Вячеславовна***, кандидат экономических наук, доцент кафедры математического и информационного обеспечения экономических систем факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: grin_nv@grsu.by

УДК 004:668.1

А. В. Гуринович

ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

В статье освещена концепция информационных систем поддержки принятия управленческих решений. Важнейшим резервом повышения эффективности всего общественного производства является повышение качества принимаемых решений, которое достигается путем совершенствования процесса принятия решений.

Принятие решений присутствует при осуществлении всех управленческих функций, поскольку и при планировании, и при организации, и при мотивации, и при контроле необходимо принимать управленческие решения.

Понятие «*решение*» в современной жизни весьма многозначно. Оно понимается и как процесс, и как акт выбора, и как результат выбора (рисунок 1).

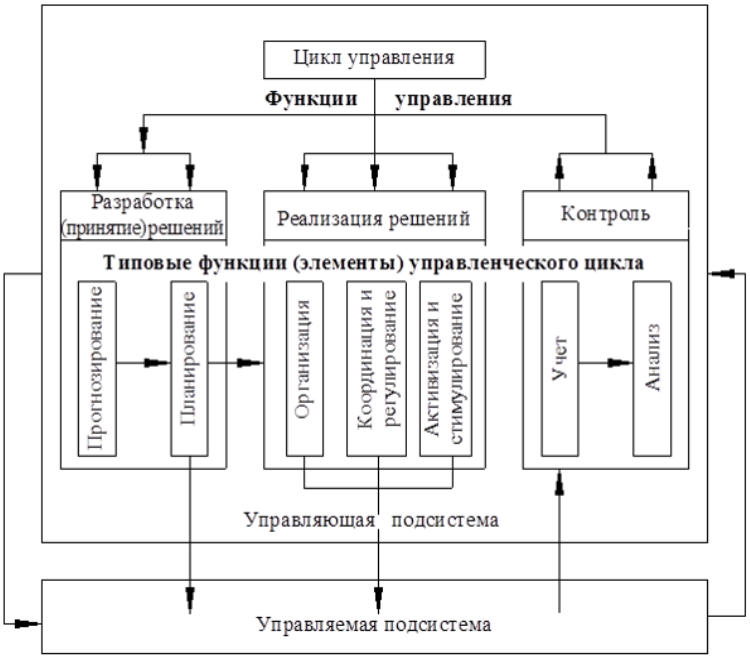


Рисунок 1 – Этапы процесса принятия решений

Источник: собственная разработка автора

Самая простая, «*идеальная*» схема принятия решений предполагает, что процесс представляет собой прямоточное движение от одного этапа к другому; после выявления проблемы и установления условий и факторов, приведших к ее возникновению, производится разработка решений, из которых выбирается лучшее

Так, основу для постановки задачи принятия решений составляет возникновение ситуации, которая вызывает появление проблемы. Описание проблемной ситуации дает представление о факторах, которые необходимо тщательно проанализировать и рассмотреть при решении. А очень существенным помощником в наш век IT-технологий, являются информационные технологии. Это одно из связующих звеньев быстрой, своевременной обработки любой информации и получения из этого максимума прибыли для предприятий. Управленческий труд является важнейшим элементом в системе управления организацией. Необходимость изучения влияния информационных технологий на эффективность управленческого труда и организаций в целом диктуется тем, что внедрение информационных технологий управления требует адекватных изменений в содержании, качестве, характере, условиях управленческого труда. Сегодня все большее значение придается информационному сектору экономики, потому что главенствующие позиции в деятельности современных организаций занимают процессы обмена, обработки и хранения информации.

Информационные системы в области управления финансово-экономической и производственно-хозяйственной деятельностью в настоящее время являются реальными инструментами повышения производственной эффективности, управляемости и стоимости предприятия. Так же существует деление показателей эффективности на обобщающие и частные. Обобщающие показатели отражают эффективность использования совокупности ресурсов или хозяйственной деятельности предприятия в целом, а частные - характеризуют эффективность отдельных сторон хозяйственной деятельности предприятия или степень использования отдельных видов ресурсов.

Однако информационная технология является более емким понятием, отражающим современное представление о процессах преобразования информации в информационном обществе. В умелом сочетании двух информационных технологий – управленческой и компьютерной – залог успешной работы информационной системы.

Потребность в информации разных субъектов и звеньев управления неодинакова и определяется прежде всего теми задачами, которые решает в процессе управления тот или иной субъект, тот или иной руководитель, работник управленческого аппарата. Она зависит также от масштаба и важности принимаемых решений (чем масштабнее и важнее решение, тем большая по объему и разнообразная по содержанию информация необходима для его подготовки и принятия), от количества и характера управляемых, регулируемых параметров, от количества вариантов возможного состояния и поведения управляемого объекта, от величины и разнообразия возмущающих управляемую систему внутренних и внешних воздействий, от количества и качества показателей, характеризующих результаты функционирования данной системы.

Эффективность принятия управленческих решений в условиях функционирования информационных технологий в организациях различного типа обусловлена использованием разнообразных инструментов анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятий. В рамках информационного контура передается информация о состоянии объекта управления и управляющих воздействиях (рисунок 2).

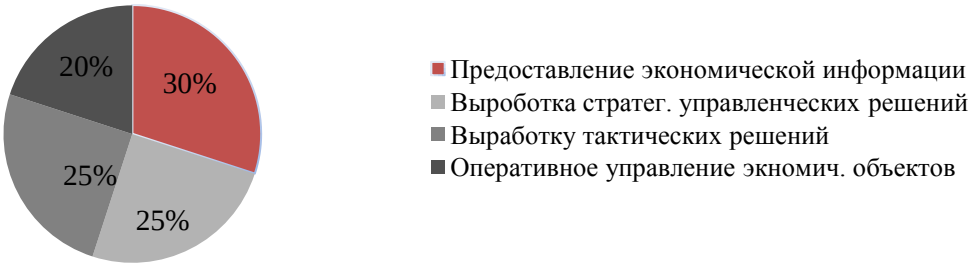


Рисунок 2 – Круг задач, решаемых организациями

Источник: собственная разработка автора

Можно выделить четыре круга задач, решаемые организациями:

1. Первый круг задач *ориентирован на предоставление экономической информации внешним, по отношению к организации, пользователям* — инвесторам, налоговым службам и т. д. В данном случае для анализа используются показатели, получаемые на основе данных стандартной бухгалтерской и статистической отчетности, а также других источников информации.

2. Второй круг связан с задачами анализа, *предназначенными для выработки стратегических управленческих решений развития бизнеса*. В этом случае информационная база должна быть шире, но в рамках достаточно высокоагрегированных показателей, характеризующих основные тенденции развития отдельной организации или корпорации.

3. Третий круг задач анализа *ориентирован на выработку тактических решений*. Его информационная база чрезвычайно широка и требует охвата большого количества частных высокодетализированных показателей, характеризующих различные стороны функционирования объекта управления.

4. Четвертый круг задач связан с задачами *оперативного управления экономическим объектом в соответствии с функциональными подсистемами экономического объекта*. Для решения этих задач используется текущая оперативная информация о состоянии экономического объекта и внешней среды [1, с.34].

На каждом уровне менеджмента появляется информация, служащая основой для принятия соответствующих управленческих решений (УР). Качественную оценку влияния ИТ на принятие управленческих решений можно представить следующим образом.

Какое влияние ИТ на принятие управленческих решений:

✓ при увеличении производительности труда увеличивается скорость принятия УР и растет количество принятых УР;

✓ при затратах времени на обработку информации, ее хранения и передачи происходит повышение скорости обработки за счет применения цифровых методов обработки данных;

✓ при затратах труда служащих и руководителей происходит уменьшается численность служащих, руководителей и увеличивается производительность их труда и так же увеличивается контроль при управлении трудовых ресурсов;

✓ при материальных и денежных ресурсах на производстве продукции по истечении срока окупаемости происходит сохранение старых и завоевание новых рынков сбыта так же привлечение новых поставщиков и потребителей и увеличение контроля при управлении ресурсами;

✓ при квалификации руководителей и служащих происходит непрерывное обучение и самосовершенствование;

✓ при качественной продукции применяются новые современные технологии и повышается квалификация работников;

✓ при управленческих затратах происходит ликвидация отдельных звеньев организационной структуры;

✓ при качестве стратегических и УР появляется возможность следить за мировой конъюнктурой рынка и возможность быстрого выбора стратегии с помощью программных продуктов, экономико-математического моделирования;

✓ при отдаче капитальных вложений от внедрения ИТ-проекта на 1 вложенный рубль происходит уменьшение затрат на производство продукции по истечению срока окупаемости проекта;

В соответствии с этой схемой деятельность любой организации состоит из двух неразделимых процессов: процесса управления, который заключается в реализации функций планирования, организации деятельности, мотивации и контроля, и управляемого процесса, который рассматривается как множество взаимосвязанных операций, направленных на достижение целей организации и последний это результаты деятельности, который заключается в получении нужного результата, если это не происходит, то начинается обратная связь.

Хотя в действительности эти процессы «сосуществуют», разворачиваются параллельно и неотделимы один от другого, логически их удобно разделить, так как они осуществляются разными людьми и преследуют разные цели (рисунок 3).

Рисунок 3 – Информационные технологии и инструменты повышения эффективности управления предприятием

Источник: собственная разработка автора

В условиях жесткой конкуренции кадровый вопрос весьма актуален: руководителям предпочтительнее нанимать сотрудников, которые не опаздывают на работу и не покидают рабочее место преждевременно. Учет рабочего времени это один из ресурсов, позволяющих руководителю не только оптимизировать затраты по заработной плате, но и оценивать отношение сотрудника к его должности в частности и к компании в целом. На компьютере бухгалтера устанавливается программное обеспечение «Учет рабочего времени» PERCo-SM07.

Далее проведем расчет окупаемости комплексной автоматизации предприятия, представленный в таблице.

Таблица – Расчет окупаемости комплексной системы автоматизации предприятия

Наименование вида экономии	Сумма, руб.
Экономия снижения рисков хищения	30
Экономия снижения рисков вандализма	2
Дополнительная прибыль за счет повышения эффективности труда	97,50
Итого экономический эффект от внедрения проекта	184,38
Стоимость оборудования и монтажа проекта по внедрению новых информационных технологий	899,23
Простой срок окупаемости, лет (без учета дисконтирования вложений)	4,9

Источник: [2, с.33]

Сейчас невозможно сохранять конкурентоспособность на мировых рынках, не обладая должным уровнем развития информационных технологий. Использование информационнных технологий обеспечит - как безопасность предприятия так и климат, комфорт и удобства работы, а также автоматизацию рабочего времени и повышение дисциплины, что положительно скажется на эффективности принятия управленческих решений и на деятельности предприятия в общем.

Список литературы

1. Макарова, Н.Н. Организационное поведение. учеб. пособие с практическими заданиями для студентов специальности «Менеджмент организации» / Н.Н. Макарова. – Томск: ТПУ. 2011. – 79 с.

2. Савицкая, Г.В. Анализ производственно-финансовой деятельности сельскохозяйственных предприятий: учебник / Г. В. Савицкая. – 2-е изд., доп. и перераб. – М.: ИНФРА–М, 2010. – 368 с.

The article describes the concept of information systems supporting the adoption of managerial decisions. The most important reserve for increasing the efficiency of all social production is the improvement of the quality of decisions made, which is achieved by improving the decision-making process.

Гуринович Андрей Витальевич, студент 1 курса специальности «Экономика и организация производства в отраслях АПК» факультета предпринимательства и управления Белорусского государственного аграрного технического университета, Минск, Беларусь. E-mail: andrdurs@gmail.com.

Научный руководитель – ***Сырокваш Наталья Александровна,*** старший преподаватель кафедры информационных технологий и моделирования экономических процессов факультета предпринимательства и управления Белорусского государственного аграрного технического университета, Минск, Беларусь. E-mail: syrokvash_na@mail.ru.

УДК 338.27

О. В. Дедюль, Д. А. Зятиков

МОДЕЛИРОВАНИЕ ПОЛЕЗНОГО ОТПУСКА ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ РУП “ГРОДНОЭНЕРГО”

Построены эконометрические модели, описывающие полезный отпуск электроэнергии в Гродненской области за 2006-2016 годы. На основании этих моделей сделан прогноз энергопотребления на последующие периоды. Проведен сравнительный анализ качества построенных моделей. Ошибка прогноза по модели ARIMA (1,1,1) составила менее 3 %. Предложено наряду с внедрением энергосберегающих технологий использовать эконометрическое моделирование и прогнозирование полезного отпуска электроэнергии плановым отделом предприятия РУП «Гродноэнерго».

Развитие мировой экономики сопровождается неуклонным ростом потребления топливно-энергетических ресурсов, это в свою очередь требует соответственных мер по экономии и эффективному их использованию. Энергосбережение для производств напрямую влияет на себестоимость их продукции, товаров и услуг, так как затраты на электроэнергию это часть производственных затрат. Рост потребления электроэнергии влияет на рост её производства. С развитием научно-технического прогресса, повышением уровня жизни населения, глобальной информатизацией наблюдается ежегодный рост мирового электропотребления (рисунок 1), (за последний период исключением является 2009 год).

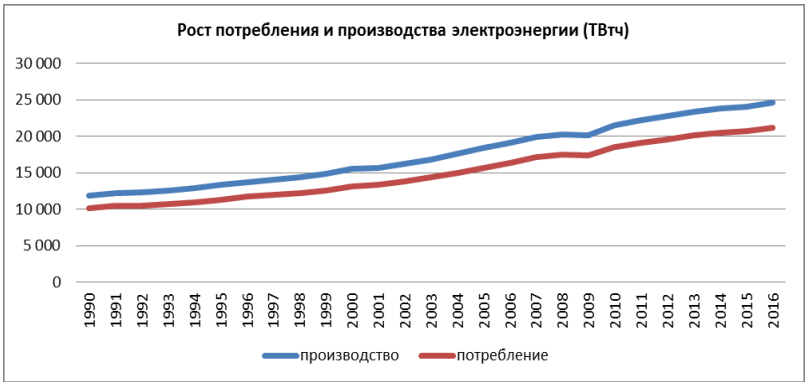


Рисунок 1 – Рост потребления и производства электроэнергии (млрд. кВт*ч)

Источник: [4]

Из-за мирового экономического кризиса отмечается уменьшение в 2009 году производства на 0,385% и потребления на 0,659% по сравнению с 2008 годом. Однако уже в 2010 году (по сравнению с 2009) прирост составил: производства на 6,684%, потребления на 6,944% [4]. За 26 лет мировое электропотребление выросло чуть более чем в два раза. Сейчас динамика роста потребления электрической энергии – это определённый индикатор экономической активности и развития той или иной страны.

«Электроэнергетика индустриально развитых стран на протяжении многих десятилетий развивалась по пути максимальной концентрации и централизации электроснабжения» [1, с.25]. Централизация вместе со значительным ростом мирового потребления электроэнергии, порождает рост сложности электроснабжающих систем и сетей, что также связано с увеличением внедрения возобновляемых источников энергии в энергосистемы, но и не стоит забывать о резервных мощностях для выравнивания графиков нагрузки. В настоящее время пока еще нет технологий, позволяющих в должной мере накапливать и сохранять электрическую энергию. Особенность электроэнергии как товара – необходимость поддержания баланса производства и потребления. При всём при этом прогнозирование электропотребления становится всё более актуальной и необходимой прикладной задачей. Ценность более точных прогнозов увеличивается прямо пропорционально росту потребления и росту стоимости на электроэнергию.

В соответствии с программой социально экономического развития Республики Беларусь на 2016-2020гг. «планируется внедрение современных систем управления ресурсами, оптимальных схем и источников энергоснабжения промышленных объектов, режимов их работы» [3]. В том числе и внедрение современных ERP-систем (англ. Enterprise Resource Planning – планирование ресурсов предприятия). Актуальное производственное планирование расходов ресурсов невозможно без прогнозирования их использования. Прогнозирование электропотребления является неотъемлемой частью стратегии планирования ресурсов как электроснабжающих компаний, так и потребителей электрической энергии (промышленные предприятия, с/х, население, транспорт и т.д.). Поскольку прогнозирование электропотребления весьма субъективно, нельзя разработать единую модель, подходящую всем без исключения производствам. В каждом производстве свой индивидуальный набор производственных циклов и факторов, влияющих на временной ряд.

В работе изучен полезный отпуск электрической энергии на РУП «Гродноэнерго» за период 2006-2016 годы.

На рисунке 2 представлен график полезного отпуска электроэнергии РУП «Гродноэнерго» с квадратичным трендом. Имеется наглядно выраженная сезонность. Видно, что временной ряд является близким к стационарному.

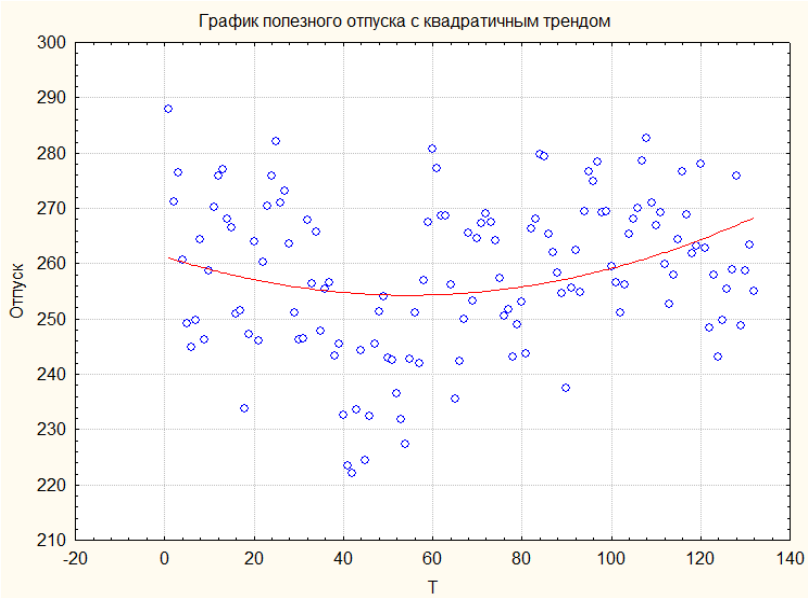


Рисунок 2 – График полезного отпуска с квадратичным трендом (млн. кВт*ч)

Источник: собственная разработка автора на основании данных «Гродноэнерго»

Надо отметить, что за 2001-2005 годы энергопотребление в Гродненской области снижалось [2, с.158].

На рисунке 3 представлена динамика полезного отпуска электроэнергии РУП «Гродноэнерго» в виде средних значений по годам и 95% доверительных интервалов для средних.

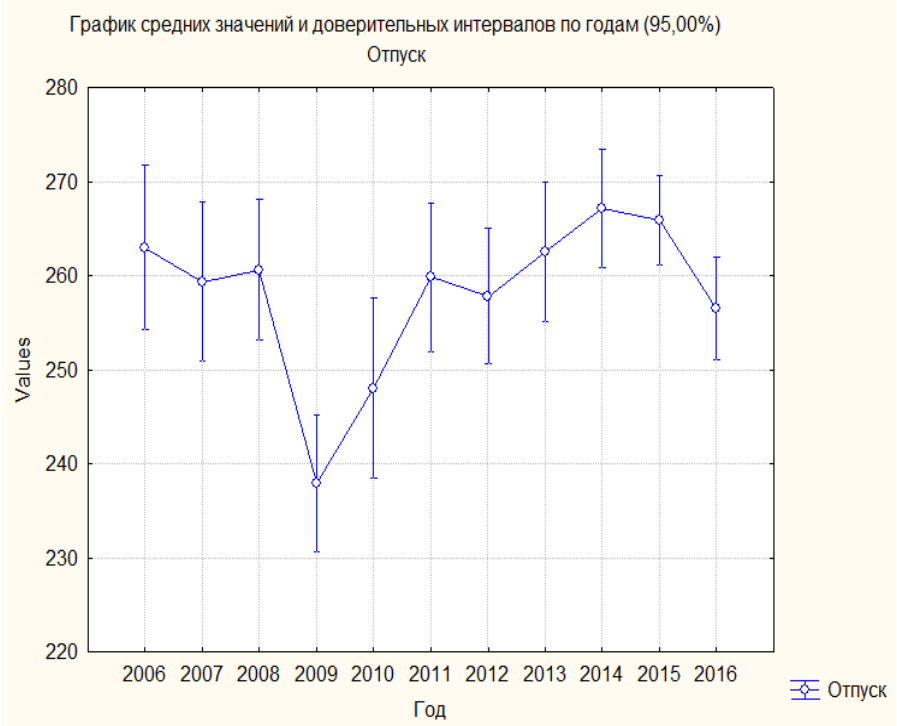


Рисунок 3 - Динамика полезного отпуска электроэнергии (млн. кВт*ч)

Источник: собственная разработка автора на основании данных «Гродноэнерго»

В таблице 1 приведены средние значения полезного отпуска электроэнергии РУП «Гродноэнерго» по годам.

Таблица 1 – Таблица средних значений по годам (млн. кВт*ч)

Год	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Отпуск	263,0	259,3	260,6	237,9	248,0	259,9	257,8	262,6	267,1	265,9	256,5

Источник: собственная разработка автора на основании данных [2, с.160].

Построены 3 эконометрические модели полезного отпуска электроэнергии по РУП «Гродноэнерго». Модель с сезонной компонентой (1), (2), модель авторегрессии первого порядка и сезонности (3) и модель ARIMA (4).

1. Модель с сезонной компонентой.

$$y_t = \underset{10^{-16}}{271,47} - \underset{1,5\cdot10^{-2}}{9,72}\,m_2 - \underset{2,6\cdot10^{-2}}{8,86}\,m_3 - \underset{2,5\cdot10^{-6}}{19,48}\,m_4 - \underset{2,8\cdot10^{-9}}{25,29}\,m_5 - \underset{1,3\cdot10^{-11}}{29,46}\,m_6 -$$
$$- \underset{4\cdot10^{-7}}{21,12}\,m_7 - \underset{2,9\cdot10^{-2}}{8,69}\,m_8 - \underset{3,5\cdot10^{-7}}{21,23}\,m_9 - \underset{6,1\cdot10^{-3}}{10,99}\,m_{10} - \underset{1,2\cdot10^{-1}}{6,15}\,m_{11} + \varepsilon_t. \quad (1)$$

где y_t – значение временного ряда;

m_i – фиктивные переменные i– го месяца;

ε_t – случайная величина.

Для модели 1 R=0,67 ($p<10^{-11}$), все коэффициенты достоверно отличаются от нуля ($p<0,03$). Остатки имеют нормальное распределение: χ^2 (3)=4,11, p=0,25.

Статистика критерия Гольфельда-Квандта составила 1,38, p=0,31, следовательно, остатки гомоскедастичны. Однако имеется автокорреляция остатков: статистика Дарбина–Уотсона DW=0,37, коэффициент автокорреляции первого порядка r_1=0,81.

Для устранения автокорреляции остатки ε_t преобразованы с помощью модели авторегрессии 1-го порядка:

$$\varepsilon_t = \underset{<10^{-16}}{0,81}\,\varepsilon_{t-1} + \delta_t. \quad (2)$$

Для остатков модели (2) r_1 = 0,15, p=0,10.

Уравнение регрессии с сезонными компонентами и авторегрессией первого порядка в остатках примет вид:

$$y_t = \underset{10^{-16}}{271,47} - \underset{1,5\cdot10^{-2}}{9,72}\,m_2 - \underset{2,6\cdot10^{-2}}{8,86}\,m_3 - \underset{2,5\cdot10^{-6}}{19,48}\,m_4 - \underset{2,8\cdot10^{-9}}{25,29}\,m_5 - \underset{1,3\cdot10^{-11}}{29,46}\,m_6 - \underset{4\cdot10^{-7}}{21,12}\,m_7 -$$
$$- \underset{2,9\cdot10^{-2}}{8,69}\,m_8 - \underset{3,5\cdot10^{-7}}{21,23}\,m_9 - \underset{6,1\cdot10^{-3}}{10,99}\,m_{10} - \underset{1,2\cdot10^{-1}}{6,15}\,m_{11} + \underset{<10^{-16}}{0,81}\,\varepsilon_{t-1} + \delta_t. \quad (3)$$

2.Модель с авторегрессией и сезонностью.

$$y_t = \underset{1,8\cdot10^{-7}}{65,28} + \underset{10^{-17}}{0,76}\,y_{t-1} - \underset{8,2\cdot10^{-8}}{12,64}\,m_2 - \underset{7\cdot10^{-2}}{3,78}\,m_3 - \underset{10^{-11}}{15,06}\,m_4 - \underset{2,5\cdot10^{-8}}{12,71}\,m_5 -$$
$$- \underset{8,6\cdot10^{-8}}{12,42}\,m_6 + \underset{1,8\cdot10^{-2}}{5,14}\,m_8 - \underset{9,8\cdot10^{-13}}{16,95}\,m_9 + \varepsilon_t \quad (4)$$

Коэффициенты модели (4) достоверно отличаются от нуля ($p<0,07$), $R=0,90$ ($p<2\cdot10^{-38}$). Остатки имеют нормальное распределение ($\chi^2(2)=2,8$, $p=0,42$), гомоскедастичны ($F=1,53$, $p=0,23$), нет автокорреляции ($DW = 2,08$, $r = -0,06$).

3. Модель ARIMA(1,1,1).

$$d1_t \underset{2\cdot10^{-12}}{-0,706} d1_{t-1} = \varepsilon_t \underset{<10^{-16}}{-0,918} \varepsilon_{t-1} + \delta_t, \quad (5)$$

где $d1_t = y_t - y_{t-1}$.

Достоверность коэффициентов модели (5) очень высокая ($p<2\cdot10^{-12}$), коэффициент автокорреляции первого порядка для остатков $r_1=-0,012$, $p=0,89$, следовательно автокорреляция остатков отсутствует. Остатки имеют нормальное распределение ($\chi^2(2)=4,5$, $p=0,21$), гомоскедастичны ($F=1,55$, $p=0,25$).

В таблице 2 указаны критерии качества эконометрических моделей (3-5): множественный коэффициент корреляции, критерий проверки гипотезы о нормальности остатков, критерий Гольдфельда-Квандта о гомоскедастичности остатков, коэффициент автокорреляции остатков первого порядка, а также их достоверности.

Таблица 2 – Критерии качества эконометрических моделей

№	R	p	χ^2	p	F	p	r_1	p
3	0,67	$4,8\cdot10^{-12}$	4,11	0,25	1,38	0,31	0,15	0,10
4	0,90	$1,6\cdot10^{-38}$	2,80	0,42	1,53	0,23	-0,06	0,48
5	коэф.	$<10^{-12}$	4,47	0,21	1,55	0,25	-0,012	0,89

Источник: собственная разработка автора на основании данных «Гродноэнерго»

В таблице 3 представлены значения ретропрогноза по моделям (3, 4, 5) на декабрь 2016 года.

Таблица 3 – Сравнительный анализ прогноза на декабрь по моделям полезного отпуска электроэнергии по РУП «Гродноэнерго»(млн. кВт*ч)

№	Модель	Реальное потребление	Прогнозируемое потребление по модели	Относительная погрешность прогноза, %
3	Модель сезонности	255,044	271,47	6,05
4	Авторегрессии и сезонности	255,04	269,21	4,79
5	ARIMA(1,1,1)	255,044	262,78	2,95

Источник: собственная разработка автора на основании данных «Гродноэнерго»

Модель ARIMA(1,1,1) является наиболее предпочтительной для прогнозирования, так как имеет погрешность менее 3%, однако не содержит наглядной демонстрации сезонности.

Анализ динамики по месяцам удобнее проводить на основании моделей с фиктивными переменными.

Список литературы:

1. 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. : ил. - (Белорусская экономическая школа).

2. Ляликова, В.И. Моделирование потребления электроэнергии в Гродненской области за 2001-2005 годы / В.И. Ляликова // Региональная экономическая политика. Материалы междунар. научно-практ. конф.: / Гродно: ГрГУ, 2007. – С. 158-162.

3. Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016-2020 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.government.by/upload/docs/program_ek2016-2020.pdf – Дата доступа: 02.11.2017.

4. Статистический ежегодник мировой энергетики 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://yearbook.enerdata.net/electricity/world-electricity-production-statistics.html – Дата доступа: 07.10.2017.

Econometric models describing a useful power reserve in the Grodno region for 2006-2016 are constructed. Based on these models, a forecast was made for energy consumption for subsequent periods. A comparative analysis of the quality of the constructed models is carried out. The forecast error of the model ARIMA(1,1,1) was less than 3%.

In addition to the introduction of energy-saving technologies, it was suggested to use econometric modeling and forecasting of a useful supply of electricity by the planning department of the enterprise of RUE "Grodnoenergo".

Дедюль Ольга Владимировна, студентка 4 курса специальности «Информационные системы и технологии (в экономике)» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: olya.dedyul@mail.ru.

Зятиков Дмитрий Александрович, магистрант 2 курса специальности «Прикладной компьютерный анализ данных» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: 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. Email: vlialikova@tut.by.

УДК 004.054

Н. А. Зайчик

АНАЛИЗ СУЩЕСТВУЮЩИХ ПЛАТФОРМ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ANDROID ПРИЛОЖЕНИЯ

В статье рассмотрены существующие платформы, позволяющие разрабатывать мобильные приложения для операционной системы Android. Проведен анализ достоинств и недостатков этих платформ, сделан вывод о возможности их использования.

Развитие информационных технологий улучшает и упрощает жизнь человека. Помогает ему работать с данными, собирать, хранить, управлять и обрабатывать их. Информационные технологии (ИТ) включают компьютерные технологии, поскольку информационные технологии используют компьютеры и программное обеспечение для создания хранения, обработки, передачи и получению информации, специалистов по компьютерной технике и программированию часто называют ИТ-специалистами. Развитие коммуникации на сегодняшний день – приостановилось. Люди занимаются улучшением и совершенствованием уже существующих технологий.

В данной статье будут рассмотрены платформы для создания Android приложения, такие как: Appery.io, AppMakr, Appy Pie, BiznessApps, GameSalad, GoodBarber, Shoutem, Mobile Roadie, TheAppBuilder.

Android – это операционная система для смартфонов, планшетов и нетбуков, которая обеспечивает совместное функционирование всех устройств компьютера и предоставляет доступ к его ресурсам [3, 8].

Приложение для Android можно создать используя платформы и конструкторы.

Конструкторы приложений - это сервисы, которые позволяют создавать приложения для определенных нужд не используя программирование, на основе заданных шаблонов с добавлением нужных виджетов и вариантов оформления [5].

Компьютерная платформа - это сочетание программных и аппаратных средств, позволяющее компилировать и выполнять программы, написанные на определенном языке программирования [6].

Для каждой версии Android можно создать приложение, а также можно создать приложение которое могло бы работать на всех версиях Android.

Идея создания Android появилась в 2003 году у Энди Рубина и его друзей которые решили создать операционную систему, для устройств, которые постоянно были бы у пользователей и подстраивались бы под их нужды. Назвали они ее Android, а компанию – Android Inc. 2005 год их компания на грани банкротства, Google покупает Android Inc [4].

28 сентября 2008 года был выпущен смартфон с операционной системой Android которая превращает смартфон в терминал для доступа к сервисам Google.

27 апреля 2009 года было выпущено первое обновление ОС под индексом 1.1, которое было выпущено для закрытия найденных багов и проблем в API. А также полноценное обновление Android 1.5 Cupcake, которое включало в себя множество важных изменений [7].

15 сентября 2009 года – Android 1.6 Donut предназначена для экранов разных разрешений и позволяет искать информацию прямо на главном экране устройства. В ней был улучшен магазин приложений – Android Market [3].

26 октября 2009 года Android 2.1 Eclair – это последняя версия на этапе перехода к действительно стабильной и полнофункциональной операционной системе [7]. С выходом этой версии автомобилисты смогли узнавать информацию о пробках, прокладывать маршруты и пользоваться голосовой навигацией прямо на своих телефонах [3].

20 мая 2010 года была представлена версия Android 2.2 Froyo [7]. Телефоны стали работать намного быстрее, появилась функция голосового управления и возможность создавать точку доступа Wi-Fi.

Декабрь 2010 года – Android 2.3 Gingerbread, она представила новые возможности разработчикам игр, поддержка связи малого радиуса NFC, а также стало проще контролировать расход заряда.

22 февраля 2011 года – Android 3.0 Honeycomb, интерфейс планшетов стал таким, каким он является теперь, удобным и рассчитанным на быструю навигацию и работу с большими изображениями [3]. Google выпустила еще два серьезных обновления ОС, включая версии 3.1 и 3.2, в которых была проведена дальнейшая работа по унификации интерфейса, оптимизации производительности, появилась поддержка различных USB-устройств [7].

19 октября 2011 года – Android 4.0 Ice Cream Sandwich были расширены настройки главного экрана, добавлен раздел “Передача данных” и поддержка технологии Android Beam [3]. А также полностью переработанный стек приложений, переписанный с нуля домашний экран, функцию разблокировки по снимку лица, функцию Wi-Fi Direct для прямой передачи файлов между устройствами, а также поддержка VPN. Эта версия сделала Android реальным конкурентом на рынке мобильных ОС, она была функциональна, удобна, красива, легка в использовании и обладала функциями, которых у ее конкурента не было в принципе [7].

9 июля 2012 года – Android 4.1 Jelly Bean появилась возможность использовать несколько аккаунтов, а уведомления стали более интерактивными [3]. Появился также

помощник Google Now, который подсказывал различные данные, основываясь на том, что пользователь искал недавно в Google, его местоположении и активности в Google+. Эта версия Android 4.2 Jelly Bean принесла возможность делать сферические фотографии, в ней появились кнопки управления питанием в панели уведомлений, единый интерфейс для планшетов и смартфонов, а также интеграция SELinux [7].

31 октября 2013 года - Android 4.4 KitKat появился режим комфортного просмотра и улучшилась функция голосового управления. С помощью команды “О’кей, Google” пользователи могут быстрее узнавать маршруты, отправлять сообщения и выполнять другие действия на устройствах.

3 ноября 2014 года – Android 5.0 lollipop предназначен для разных платформ, от часов и планшетов до телевизоров и автомобилей. Отличается простым и красочным интерфейсом, выполненным в лучших традициях Material Design.

28 мая 2015 года – Android 6.0 Marshmallow мгновенные контекстные подсказки, экономия заряда батареи, настройка разрешения на приложения.

22 августа 2016 года – в версии Android 7.0 Nougat можно переключаться между приложениями двойным нажатием кнопки "Обзор" и использовать два приложения одновременно на одном экране. Высокое качество 3D-графики, режим виртуальной реальности, спящий режим при передвижении позволяет экономить заряд батареи.

21 августа 2017 года – версия Android 8.0 Oreo, который помогает минимизировать фоновые активности в приложениях, используюмые меньше всего. С разрешения, Autofill запоминает логины, чтобы получать любимые приложения со сверхзвуковой скоростью. Распознает текст при нажатии или выборе, затем рекомендует следующий логический шаг с помощью предлагаемого приложения. Появилась возможность запускать два приложения сразу. Нажав точки уведомления, можно увидеть, что появилось нового, и легко очистить их. Можно заходить в новые приложения прямо из своего браузера, появилась, экономия аккумулятора [3].

Для операционной системы Android можно создавать приложения несколькими способами используя платформу, конструктор, либо самостоятельно написанный код.

Рассмотрим некоторые из платформ и конструкторов:

1) **Appery.io** (www.appery.io) **–** это платная платформа для создания приложений под Android, iOS, Windows Phone, подходит для бизнес приложений.

Плюсы: Облачный сервис имеет open-source фреймворк Apache Cordova (Phone Gap) и встроенные компоненты. Может быть подключен к разнообразному REST API, обеспечивает добавление облачной базы данных и связь ее с приложением, одновременно сохраняя показатели, создание собственных плагинов, сотрудничество в реальном времени с командой разработчиков, бизнес-пользователями и клиентами.

Минусы: Шаблонность, простота дизайна и ограниченный функционал.

Этой платформой пользуются такие фирмы как: amdocs, at&t, carepass, CommonwealtBank, ESPN, Franklin Templeton Investments, Himalaya Herbal Healthcare, Maine.gov, McKesson, SAIC, Samsung, Tata Motors.

2) **AppMakr** (www.appmakr.com) **–** это бесплатная платформа, но за дополнительный функционал и кастомизацию придется заплатить, для создания приложений под Android, iOS, подходит для приложений связанных с медиа и аудио файлами.

Плюсы: Создание нескольких приложений и неограниченное количество раз их обновление, доступность отправки push-уведомлений, добавление фотографий хорошего качества, текущих обновлений, музыкальных файлов и видео. Информационная панель позволяет следить за созданными приложениями.

Минусы: Сложность с публикацией созданного приложения в AppStore.

Этой платформой пользуются такие фирмы как: Mashable, The Business Times, Sun Francisco Chronicle, WIRED, AG Beat, TECH sling, TvB, makeuseof.com.

3) **Appy Pie** (www.appypie.com) - это бесплатная платформа, но есть и платная премиум версия, платформа для создания приложений под Android, Blackberry, iOS, Windows. Данная платформа подходит для приложений связанных с планированием: больницы, салоны красоты, спа и т.д.

Плюсы: Кросс-платформенность, проверка ведется в реальном времени, доступны push-уведомления, монетизация рекламы, текущая аналитика, отслеживание координат по GPS, интегрирование новостных лент.

Минусы: Шаблонность.

Этой платформой пользуются такие фирмы как: Pinnacle Entertainment, Foxtel, NIKE, mitie.

4) **BiznessApps** (www.biznessapps.com) - это платная платформа, для создания приложений под Android, iOS. Подходит для приложений связанных с онлайн-магазинами, заказами еды, корзиной для покупок, программами лояльности, аналитики и пр.

Плюсы: За пару минут можно получить приложение, настроенное под личные предпочтения, такое же количество времени занимает обновление.

Минусы: Шаблонность.

Этой платформой пользуются такие фирмы как: TechCrunch, The New York Times, Business Insider, Inc.500, Entrepreneur MAGAZINE

5) **GameSalad** (www.gamesalad.com) - это платная платформа, для создания приложений под Android, iOS, HTML5, OS. Подходит для создания и публикации игр.

Плюсы: Не требует знания программирования, позволяет редактировать карты и персонажей, оформление местности, создавать навыки, картинки, звуки, общение в форуме.

Минусы: Шаблонность игр.

6) **GoodBarber** (www.goodbarber.com/pwa) - это платная многозадачная платформа, для создания приложений под Android, iOS.

Плюсы: Имеются цветные высоко настраиваемые схемы дизайна, 350 иконок, свыше 600 шрифтов, возможность установки бесплатной мобильной версии сайта. Обновления сопровождаются визуальным отчетом. В настройках есть возможность добавления разделов видео, фото, аудио, шоу и пр.

Минусы: Разработчику придется вручную настроить внешний вид приложения, стоимость использования от $16 [1, 9].

Этой платформой пользуются такие фирмы как: Mashable, EMMA, Business News Daily, AppToolTester, WebsiteToolTester.com, Comparakeet.

7) **Shoutem** (www.shoutem.com) - это платный конструктор приложений требующий установки, для создания приложений под Android, HTML5, iPhone, iPad. Он подходит практически для всего.

Плюсы: Поддерживает работу со многими сервисами. Можно отслеживать публикации, создавать решения под различные требования.

Минусы: Высокая стоимость, только с HTML5 его стоимость составляет почти 20$.

Этой платформой пользуются такие фирмы как: G-Unit, Enhanced Mobile App, Gig Pic.

8) **Mobile Roadie** (www.mobileroadie.com) - это платная платформа, которая подходит для шоу-бизнеса, для создания приложений под iPhone, Android, iPad и Mobile Web.

Плюсы: Поддерживает все медиаформаты, автоматически импортирует RSS, Twitter, ключевые слова из Google News, оснащен пользовательский чатом.

Минусы: Цена $49.00.

Этой платформой пользуются такие фирмы как: Disney, Universal, TEDx, Cirque du soleil, Random House Bertelsmann.

9) **TheAppBuilder** (www.theappbuilder.com) - это бесплатная платформа, которая подходит для ресторанов, баров, магазин, автодилеры, газеты и журналы, фотографов и риелторов, а также врачей частной практики, для создания приложений под Android, iOS.

Плюсы: Предлагает простой drag and drop интерфейс без написания кода, что позволяет очень быстро разрабатывать приложения. Особое внимание уделяется интеграцией с соцсетями и прямая отправка приложений в Google Play.

Минусы: Шаблонность, нет на русском языке, а также присутствует реклама [5].

Этой платформой пользуются такие фирмы как: VISA, British Airways, ATS Euromaster, Deloitte, SSE, Balfour Beatty, Michelin, First Bus, United Utilities, Waitrose, Air France KLM, Wiltshire Police.

Также существует интегрированная среда разработки приложений для платформы Android – (**IDE) Google Android Studio**.

Плюсы: Данная среда проста в использовании. При запуске Android Studio открывается помощник, который позволяет создать новый проект, задать ему имя и указать версию API-интерфейса Android, также можно оформить приложение, определить его иконку. По окончании работы помощника Android Studio создаст законченный проект, содержащий ресурсы, файлы XML и исходный код. Полнофункциональная IDE также включает редактор кода, обладающий такими стандартными функциями - подсвечивание синтаксиса и автоматическое завершение написания. В файле дизайнера, при проектировании внешнего вида приложения, можно воспользоваться встроенным в Android Studio WYSIWYG-редактором. Также Android Studio тесно взаимодействует со стандартным инструментом Android Debug Bridge (ADB), он позволяет отлаживать приложения в эмуляторе, на физическом или виртуальном устройстве, запущенном под управлением менеджера виртуальных машин.

На основании проведенного анализа средств разработки приложений для Android можно сделать заключение, что на бесплатных версиях платформ создаются похожие по функциональности и интерфейсу приложения. Таким образом, с их помощью нет возможности создать приложение отличное от других, в результате этого ни одна из представленных платформ не является универсальным решением для разработки приложения, работающего на операционной системе Android, так как, при создании приложения необходимо чтобы оно обладало соответствующей функциональностью, индивидуальностью с красивой яркой графикой выделяющей его среди других аналогичных приложений.

Начинающим программистам на первых этапах своей работы бывает трудно использовать платные платформы и конструкторы для разработки программного Android приложения. В то же время бесплатные платформы не способствуют индивидуализации приложения. Таким образом, наилучшим решением представляется создание своего приложения, используя интегрированную среду разработки для работы с платформой Android – Android Studio, также могут помочь следующие инструменты, которые подключаются к Android Studio:

FlowUp - отслеживает общую производительность приложения, получает сведения о ключевых показателях производительности; **Stetho** - это платформа с открытым исходным кодом которая позволяет отлаживать приложения под Android; **LeakCanary** - инструмент обнаружения утечки памяти; **Android Debug Database** - позволяет просматривать данные, редактировать и удалять их, запускать SQL- запросы; **FindBugs** - это плагин который обнаруживает общие ошибки Java; **Drawable Optimizer** - графический плагин для оптимизации изображений и результирующего размера APK; **BlockCanary** - библиотека мониторинга производительности; **NimbleDroid** - инструмент для тестирования приложения на утечку памяти, критических проблем; **DevKnox** - инструмент для обнаружения

недостатков в безопасности; **Fabric –** набор инструментов для быстрого создания, развертывания и расширения приложения с минимальными усилиями [2].

Список литературы

1. 13 онлайн сервисов для создания своего мобильного приложения [Электронный ресурс] // http://itmentor.by/articles/13-onlajn-servisov-dlya-sozdaniya-svoego-mobilnogo-prilozheniya. itmentor.by. - Режим доступа: 01.03.2018

2. 30+ инструментов для профессиональной разработки приложений под Android [Электронный ресурс] // www.habrahabr.ru/post/336020/. TM. - Режим доступа: 01.03.2018

3. Версии Android [Электронный ресурс] // www.android.com/intl/ru_ru/history /. Google. - Режим доступа: 01.03.2018

4. История Android от 1.0 до 2.3 [Электронный ресурс] // www.iguides.ru/main/other/istoriya_android_ot_1_0_do_4_4/. IG. - Режим доступа: 01.03.2018

5. Конструкторы приложений [Электронный ресурс] // https://apptractor.ru/develop/app-constructors /. Google. - Режим доступа: 01.03.2018

6. Может ли кто-нибудь дать внятное определение ПЛАТФОРМЫ [Электронный ресурс] // www.sql.ru/forum/70952/mozhet-li-kto-nibud-dat-vnyatnoe-opredelenie-platformy. Alex Sibilev, SQL.ru. - Режим доступа: 01.03.2018

7. Наглядная история развития трех главных ОС мобильного рынка [Электронный ресурс] // www.xakep.ru/2014/09/25/ios-android-wphone-history/. Xakep.Ru. - Режим доступа: 01.03.2018

8. Операционная система [Электронный ресурс] // http://informatika.sch880.ru/p14aa1.html. учитель информатики О.В. Подвинцева. – Режим доступа: 01.03.2018

9. Топ-10 платформ для разработки мобильных приложений [Электронный ресурс] // www.robo-hunter.com/news/top-10-platform-dlya-razrabotki-mobilnih-prilojenii. Robo-Hunter.com. – Режим доступа: 01.03.2018

The article discusses existing platforms that allow developing mobile applications for the Android operating system. The advantages and disadvantages of these platforms have been analyzed, and a conclusion has been made about the possibility of using them.

Зайчик Наталия Антоновна, магистрант 1 курса специальности «Прикладной компьютерный анализ данных» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: zaichiknatalia@gmail.com .

Научный руководитель – ***Марковская Наталья Вацлавовна,*** доцент, кандидат физико-математических наук, доцент кафедры математического и информационного обеспечения экономических систем факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: n.markovskaya@gsru.by.

УДК 338.484.6:004

П. В. Калинин

РАЗРАБОТКА МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ ДЛЯ ПЛАНИРОВАНИЯ МАРШРУТОВ

В статье рассмотрены возможности работы с Google maps для построения маршрутов передвижения в зависимости от требований конкретных пользователей. Исследованы возможности SQLite и Android studio для написания разрабатываемого программного продукта. Определены основные функции пользователей приложения. Реализована возможность построения маршрута с использованием промежуточных точек, а также возможность просмотра оценки и его усовершенствования.

Развитие туристического бизнеса во многих странах приобретает всё более важное значение. Например, в Швейцарии, Австрии, Франции и других Европейских государствах доля доходов от оказания такого рода услуг составляет до 10-12% от общего объема ВВП страны. Географическое положение Республики Беларусь, умеренный климат способствуют привлечению туристов на территорию страны. В связи с этим в настоящее время этому вопросу стало уделяться большое внимание. Одним из шагов, направленных на решение этой задачи стал Указ Президента Республики Беларуси № 8 от 9 января 2017 «Об установлении безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан», который разрешает пребывание иностранных граждан на территории РБ без визы на срок не более 5 суток [3].

Попадая в незнакомую страну или город, турист при посещении достопримечательностей вынужден пользоваться услугами, предоставляемыми туристическими агентствами. Однако, предложенные фирмами маршруты не всегда могут отвечать его интересам. Кроме этого, многие предпочитают не пользоваться услугами туристических фирм, а самостоятельно организовывать свое путешествие, поскольку это значительно дешевле и дает большую свободу в выборе посещаемых мест. В этом случае туристам приходится или самостоятельно планировать интересующие их маршруты, или использовать рекомендуемые друзьями или знакомыми.

В настоящее время стало модным, даже при прогулках по уже знакомым маршрутам, фотографировать посещаемые места, в том числе делать «селфи» на фоне достопримечательностей и обычных объектов архитектуры, а затем делиться ими в социальных сетях. Подобного рода фотографии можно использовать как для ориентации при движении по малознакомому району, так и для создания экскурсионных маршрутов. Они позволят осмотреть основные достопримечательности города и посетить интересные места. Неплохо было бы сопровождать движение по ним не только фотографиями, но и аудиозаписями, рассказывающими об истории местности, в которой человек находится в настоящий момент. Такая наглядная экскурсия позволила бы выбирать не только маршруты путешествия, но и узнать много интересного и полезного о посещаемых местах.

В настоящее время благодаря Интернету появилась такая прекрасная возможность, как сервисы карт, которые позволяют продумать путешествие или посетить достопримечательности в неизвестном городе, а также сообщить о ближайших магазинах города и объектах развлечения. Это возможно при наличии при себе ПК, смартфона, ноутбука или любого другого устройства, имеющего доступ к Интернету. Поскольку в реальном времени при прогулке по городу гораздо удобнее использовать смартфон, то данное приложение предназначается именно для него. Теперь нет необходимости приобретать и носить с собой атласы дорог и карты городов, спрашивать прохожих как добраться в то, или иное место. Достаточно загрузить on-line карту, указать начальную и конечную точки, способ передвижения, и сервис сам предоставит маршрут с подробным его описанием. С помощью этих карт можно создавать маршруты, просматривать месторасположение определённых объектов и рассчитывать как к ним лучше всего добраться, за кратчайшее время или расстояние.

GPS-навигация – одна из самых востребованных функций на любом смартфоне. Совершая длительные прогулки пешком, или путешествуя на автомобиле или велосипеде, знать оптимальный маршрут до нужного места крайне необходимо.

Наилучшими и наиболее популярными online-навигаторами для Android на 2016 год, являлись:

- навигация для Android от Google Maps;
- Яндекс Навигатор.

За последнее время функциональность Google Maps значительно выросла. Карты постоянно дополняются, а сам сервис и его мобильное приложение, в том числе обрастают новыми функциями и другими инструментами экосистемы Google [5].

Большинство мобильных телефонов в качестве операционной системы используют Android. Исходя из того, что эта платформа принадлежит компании Google, число пользователей значительно шире, чем iOS. Кроме этого, компания Google предлагает большой спектр встроенных в платформу собственных приложений. Также к достоинствам можно отнести достаточно простую интеграцию с уже созданными модулями. Важной особенностью является то, что Google maps наиболее распространены на территории Европы и других континентов.

В связи с этим было бы актуальным разработать универсальный программный продукт под платформу Android, осуществляющий построение различных маршрутов движения с использованием Google карт. При этом пользователи могут добавлять не только ключевые метки, но и файлы с фотографиями и аудио записями для этих меток.

Такая программа позволит выполнять следующие действия:

- просмотр, создание, корректировку и удаление маршрутов;
- прикрепление к контрольным точкам маршрута файлов и их использование;
- просмотр и написание комментариев к маршрутам.

Разрабатываемый программный продукт подразумевает решение ряда задач по созданию базы данных, реализации различных запросов на поиск, добавление, корректировку маршрутов, отображение дополнительной информации о них, создание интерфейсной части приложения.

Встроенные библиотеки Google maps позволяют использовать ряд возможностей осуществляющих работу с картами, однако, они не совершенны, поэтому необходимо разрабатывать ряд модулей, основанных на их использовании. Для реализации программного продукта были применены возможности SQLite, платформы Firebase и Java. С помощью SQLite создается локальная база данных, которая используется в процессе формирования маршрута. В ней можно хранить актуальную информацию и модифицировать маршрут без обращения к базе данных, размещенной в интернете. Это обеспечивает более быстрый доступ к данным, что сэкономит время и используемые ресурсы. Платформа Firebase предоставляет новые возможности для построения не просто базы данных в облаке Android-, iOS- и мобильных веб-приложений, а также позволяет работать с данными, которые хранятся как JSON, синхронизируются в реальном времени и доступны при отсутствии интернета. Кроме этого при написании приложения была использована среда разработки Android Studio, в основе которой используется язык программирования Java. Её достоинствами является то, что она содержит ряд встроенных библиотек и сборщиков, позволяющих напрямую реализовывать ряд функций [1-2, 4].

При работе с программным продуктом предусмотрены следующие группы пользователей:

- администратор программы;
- гид;
- авторизированный пользователь;
- неавторизированный пользователь (гость).

Для каждого из этих пользователей определены свои права и возможности работы с приложением.

В функции администратора входит изменение статуса авторизированного пользователя, блокировка-разблокировка пользователя, а также возможность просмотра, прослушивания представленной о выбранном маршруте информации и ее блокировка (в случае нарушений).

Гид создает различные маршруты, к которым может прикрепить фото- и аудио - записи, предлагаемые в рамках некоторого пути. Кроме этого, он может отредактировать любой из имеющихся своих маршрутов и информацию о нем, или полностью его удалить.

Возможности авторизированного пользователя ограничены тем, что он может выбирать себе подходящий маршрут из списка предлагаемых, осуществлять движение по нему, попутно просматривая и прослушивая представленную об этом маршруте информацию. Кроме этого, «пользователь» имеет возможность поставить оценку, оставить отзыв для создателя маршрута или подать заявку на смену статуса (для того чтобы самому создавать маршруты).

В программе также предусмотрен гостевой доступ. В этом случае имеется возможность осуществлять только поиск маршрутов и их просмотр.

На первом этапе работы с программой необходимо пройти процедуру авторизации, которая позволит пользователю выполнять те или иные действия.

Наиболее актуальным в данном приложении является возможность создания и корректировки маршрутов. В этом случае идёт подключение к Google maps и на экране отображается карта, на которой можно либо, путём перетаскивания и увеличения масштаба, установить место для маркера, либо, задав в строке поиска конкретный адрес, определить его положение (рисунок).

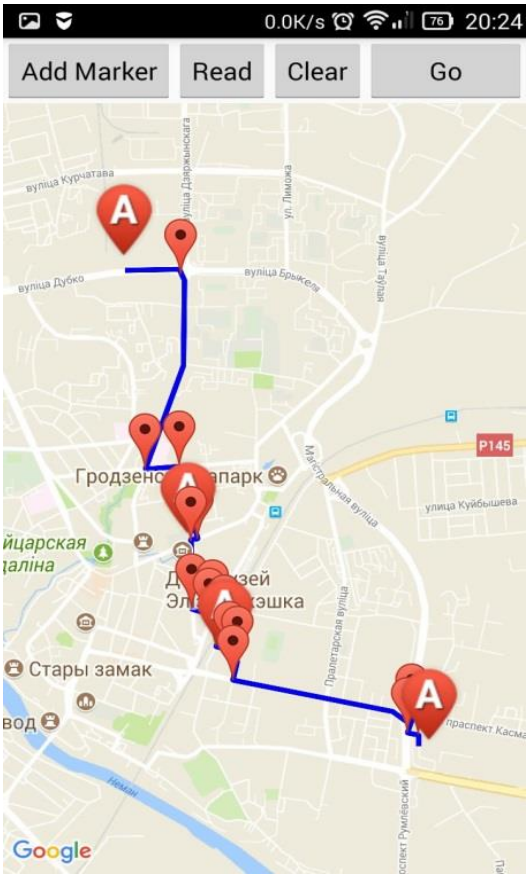


Рисунок – Экран создания маршрута

Источник: собственная разработка автора

При создании маршрута имеется возможность добавить до 8 точек. Это связано с ограничениями, установленными компанией Google. Поэтому в программе предусмотрено своё ограничение для пользователя на количество используемых в одном маршруте маркеров. При этом при построении маршрута также высвечиваются вспомогательные точки, которые указывают на ключевые повороты в прокладываемом маршруте. В

программе предусмотрено создание локальной базы данных, которая размещается в памяти телефона. Она предназначена для хранения информации формируемого маршрута, такой как координаты точки, её тип и адрес. Создание такой базы данных обусловлено тем, что работа с локальными данными происходит гораздо быстрее, чем с удалённым ресурсом. Таким образом, пользователь имеет возможность осуществлять корректировку информации, не привязываясь к хранилищу уже существующих маршрутов, размещённому на сервере. Кроме этого, в приложении предусмотрено добавление дополнительной информации о маршруте такой как:

- автор;
- тип (например, экскурсионный, прогулочный, шопинговый);
- начальная и конечная точка;
- краткое описание.

После того как маршрут будет сформирован полностью, пользователь может сохранить его в базе данных размещённой на сервере. При этом происходит очистка информации из базы данных телефона.

В приложении имеется возможность просмотра и поиска уже существующих маршрутов. Зарегистрированный пользователь может воспользоваться всеми маршрутами из базы данных, либо только теми, которые были созданы им самим (такие маршруты имеют соответствующую пометку). Кроме этого предусмотрен поиск маршрутов по различным критериям таким как:

- автор маршрута;
- тип;
- начальная и конечная точка;
- дата создания;
- продолжительность;
- протяженность маршрута.

При выборе конкретного маршрута он отображается на экране. Кроме просмотра самого маршрута имеется возможность увидеть всю необходимую информацию о нем: автора, продолжительность, протяженность, краткое описание, оценку и комментарии, оставленные другими пользователями.

Иногда бывают случаи, когда автор маршрута по каким-либо причинам не смог его доделать до конца или требуется внести некоторые изменения и дополнения. Для этого предусмотрена возможность скрывать его от остальных. В этом случае маршрут будет сохранён в базе данных, но не доступен для просмотра, оценки и комментариев другими пользователями.

Востребованность любого продукта зависит не только от его характеристик, но и от того, как он оценен теми, кто им воспользовался. В связи с этим в программном продукте предусмотрены оценка маршрута и комментарии к нему. Это позволит продвигать наиболее популярные и интересные маршруты, развивая и совершенствуя их.

Как отмечалось выше, вся информация о маршрутах хранится в базе данных, размещённой на сервере. Она была разработана с использованием Firebase Realtime Database и имеет иерархическую структуру. В ней размещается информация о пользователях, включающая в себя адрес электронной почты, тип пользователя, его статус (блокирован или нет) и список маршрутов, принадлежащих ему. Кроме этого, в базе хранятся разнообразные данные о созданных маршрутах. Они включают в себя информацию об авторе, продолжительности и протяженности, доступности для просмотра, начальной и конечной точках, дате создания и типе маршрута. Для хранения оценок и комментариев используется отдельная таблица. К каждой основной точке маршрута привязывается фото и аудиозаписи. База данных структурирована таким образом, чтобы иметь быстрый доступ к наиболее часто

используемой информации. Ею являются данные о пользователях программного продукта и информация о ключевых точках, на основе которых формируются маршруты.

Разрабатываемое программное приложение может быть использовано для формирования индивидуальных экскурсионных маршрутов, исходя из потребностей конкретных клиентов. В дальнейшем использование уже сформированных гидом маршрутов позволит предложить пользователям их использование или провести их усовершенствование с учётом дополнительных пожеланий. Мониторинг оценок предложенных маршрутов позволит туристическим фирмам, и не только им, активизировать деятельность в развитии бизнеса в направлении этих маршрутов.

Кроме этого, разработанный программный продукт может быть использован в качестве привлечения пользователей различных социальных сетей, поскольку он может быть использован для совместных прогулок и встреч. Благодаря фотографиям, размещенным в базе данных, можно будет легко сориентироваться в незнакомо месте, найти дорогу, просто прогуляться по красивым местам.

Список литературы

1. Дейтел, П. Android для разработчиков. / П. Дейтел, Х. Дейтел. – СПб: Издательский Дом «Питер», 2017. – 512 с.

2. Документация по Firebase [Электронный ресурс] / Официальный сайт компании Google. Режим доступа: https://firebase.google.com/docs/android/setup – Дата доступа 07.03.2018

3. Об установлении безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан: Указ Президента Республики Беларусь, 9 января 2017 г., № 8 // Эталон – Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2017. – Режим доступа: http://etalonline.by/?type=text& regnum=p31700008#load_text_none_1_1. - Дата доступа: 02.03.2018.

4. Основные возможности работы с Android studio [Электронный ресурс] / Официальный сайт Android studio. Режим доступа: https://developer.android.com/studio/index.html. – Дата доступа 19.03.2018.

5. Основные особенности Google maps [Электронный ресурс] / Официальный сайт информационных технологий Украины. Режим доступа: http://itc.ua/articles/10-klyuchevyih-osobennostey-google-maps-dlya-android/ – Дата доступа 28.02.2018

The article discusses the possibilities of working with Google maps to build routes depending on the requirements of specific users. The capabilities of SQLite and Android studio for writing the developed software are investigated. The basic functions of application users are defined. Implemented the ability to build a route using intermediate points, as well as the ability to view the assessment and it's improvements.

Калинин Павел Викторович, студент 4 курса специальности «Информационные системы и технологии (в экономике)» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: pavelkv96@gmail.com.

Научный руководитель – ***Стёпин Юрий Генрихович***, старший преподаватель кафедры математического и информационного обеспечения экономических систем факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: stepin@grsu.by.

УДК 336.71:519.24

Е. Ю. Козловская

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БЕЛОРУССКИХ БАНКОВ ПО СИСТЕМЕ ОТНОСИТЕЛЬНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

В статье методом главных компонент факторного анализа построены рейтинги белорусских банков за 3 квартал 2016 и 2017 гг. Использовалась система относительных показателей: рентабельность активов, рентабельность капитала, достаточность капитала и степень покрытия привлеченных средств капиталом. Проведен сравнительный анализ построенных рейтингов.

Трудно переоценить роль банков в современной рыночной экономике – она достаточно велика. Огромное значение банки имеют благодаря связям со всеми секторами экономики. Основные задачи деятельности банков заключаются в обеспечении непрерывного денежного оборота и оборота капитала, кредитовании промышленных предприятий, государства и населения и т.д.

В настоящее время исследование эффективности функционирования банковской системы является актуальной задачей не только для самих банков, но и для их клиентов. Информация об эффективности деятельности банков позволяет принимать обоснованные управленческие решения, а также устанавливать доверительные отношения между банками и их клиентами. Чтобы определить надежность, а также платежеспособность банков строятся их рейтинги. Рейтинги могут строить как сами банки, так и компании, профессионально работающие в этой области. Таким образом, рейтинги банков играют важную роль как для самих банков, так и для клиентов, что обуславливает актуальность темы.

Исходные данные и методика исследования. Исходными данными для расчета относительных показателей, характеризующих эффективность деятельности банков, действующих на территории Республики Беларусь (по данным Национального банка РБ [1]), послужили показатели: капитал, активы, привлеченные средства клиентов и чистая прибыль, которые являются абсолютными показателями. Для оценки эффективности деятельности банков вычислим и будем использовать четыре относительных показателя: рентабельность активов, рентабельность капитала, достаточность собственного капитала и степень покрытия привлеченных средств капиталом. Рейтинги составлялись на основе данных по итогам 3-го квартала 2016 и 2017 гг. [2].

Относительные показатели эффективности рассчитывались по формулам (1)-(4).

$$Рентабельность\ активов = \frac{Чистая\ прибыль}{Активы} \cdot 100\%, \quad (1)$$

$$Рентабельность\ капитала = \frac{Чистая\ прибыль}{Капитал} \cdot 100\%, \quad (2)$$

$$Достаточность\ собственного\ капитала = \frac{Капитал}{Активы} \cdot 100\%, \quad (3)$$

$$Коэффициент\ соотношения\ капиталаи\ привлеченных\ средств = \frac{Капитал}{Привлеченные\ средства} \cdot 100\%. \quad (4)$$

Здесь активы и капитал – средние значения соответствующих показателей. Расчет средней величины активов (капитала) за квартал осуществлялся делением на 2 суммы активов (капитала) на начало и конец периода.

Рентабельность активов (1) показывает отдачу от использования всех активов банка, это показатель доходности активов. Чем выше данный показатель, тем лучше.

Рентабельность капитала (2) показывает, насколько эффективно банк использует собственные средства: сколько денежных единиц чистой прибыли заработала каждая единица, вложенная в банк.

Для того чтобы оценить, насколько эффективно вложены средства, необходимо показатель доходности сопоставить с другими возможными способами получения прибыли. Одним из основных показателей деятельности банка является оценка *достаточности собственного капитала* (3). Этот относительный показатель позволяет определить устойчивость банка в случае возникновения различных рисков по активным операциям банка. Достаточный капитал ограничивает риск банка, а также определяет требование по минимальной величине капитала, который необходим для покрытия кредитного риска.

Еще одним значимым показателем оценки эффективности деятельности банка является *коэффициент соотношения уставного капитала и привлеченных средств банка* (4). Данный коэффициент показывает степень покрытия собственными средствами банка (капиталом) привлеченных средств [3].

Методика оценки эффективности деятельности банков по системе относительных показателей включает следующие этапы:

1) выбор системы показателей и формирование исходных данных;
2) нормирование данных с целью приведения к сопоставимому виду;
3) применение метода главных компонент факторного анализа;
4) расчет рейтинговых чисел для каждого объекта (банка);
5) построение рейтингов и анализ полученных результатов;
6) сравнительный анализ результатов за 2016-2017 г.

Для построения рейтинга банков использовался метод главных компонент факторного анализа [4], который позволяет уменьшить размерность исходных данных путем выделения нескольких главных факторов (обычно одного или двух). Каждый фактор представляет собой линейную комбинацию исходных признаков. Первый фактор имеет максимальную дисперсию. Последовательно получаемые факторы объясняют все меньшие доли дисперсии, и все они не коррелированы между собой. Для того чтобы определить сколько факторов следует выбрать, необходимо проверить процент объясненной дисперсии. Если данный показатель достигает значения 60% или больше, то можно остановиться на данном количестве факторов [5].

Расчеты выполнялись в MS Excel и пакете Statistica.

Полученные результаты. Методом главных компонент факторного анализа было получено по два главных фактора. Факторные нагрузки и дисперсии за аналогичные периоды 2016 и 2017 гг. представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Факторные нагрузки и дисперсии

	2016 г.		2017 г.	
Показатели	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 1	Фактор 2
1. Рентабельность активов	0,986418	-0,016144	0,148065	0,977618
2. Рентабельность	0,829871	0,442193	-0,362024	0,914379
3. Достаточность капитала	-0,057105	0,907355	0,947487	-0,118013
4. Степень покрытия привлеченных средств	0,712481	-0,419976	-0,968756	-0,000670
Сохраняемая дисперсия	54,31491	29,88673	55,21860	39,65536
Накопленная дисперсия	54,31491	84,20164	55,21860	94,87396

Источник: собственная разработка автора по расчетам в пакете Statistica

Первый главный фактор по данным за 2016 г., который сохраняет 54,31% дисперсии, составили рентабельность активов, рентабельность капитала и степень покрытия привлеченных средств капиталом. Достаточность капитала составила второй фактор (сохраняет 29,89% дисперсии). Накопленный процент общей дисперсии по двум факторам равен 84,20%. Использовалось вращение главных факторов квартимакс (Quartimax raw).

За 2017 г. результаты несколько иные (вращение факторов тоже – Quartimax raw). В первый главный фактор попали два показателя: достаточность капитала и степень покрытия привлеченных средств капиталом, а рентабельность активов и рентабельность капитала составили второй фактор. В обоих случаях процент сохраненной дисперсии велик, поэтому были учтены два главных фактора. Общий процент накопленной дисперсии составил 94,87%.

Для того чтобы построить рейтинг, рассчитывались рейтинговые числа путем умножения значения главного фактора на долю сохраняемой дисперсии, соответствующей главным фактором по формулам (5), (6):

$$R_{2016} = 0,54315 \cdot F_1 + 0,29887 \cdot F_2 \quad (5)$$

$$R_{2017} = 0,55219 \cdot F_1 + 0,39655 \cdot F_2 \quad (6)$$

Результаты расчетов представлены в таблице 2. Банки упорядочены по алфавиту.

Таблица 2 – Значения главных факторов и рейтинговых чисел банков за 2016-2017 гг.

Наименование банка	2016 г.			2017 г.		
	R_{2016}	F_1	F_2	R_{2017}	F_1	F_2
Абсолютбанк	0,262	-0,460	1,714	0,718	1,564	-0,368
Альфа – Банк	-0,261	-0,049	-0,782	-0,422	-1,113	0,486
Банк БелВЭБ	-0,386	-0,336	-0,682	-0,518	-0,637	-0,420
Банк ВТБ	1,033	2,919	-1,849	-0,338	-0,625	0,018
Банк Москва-Минск	-0,502	-0,570	-0,642	-1,090	-1,627	-0,485
Банк решение	-0,172	-0,770	0,826	-0,182	0,468	-1,109
Белагропромбаанк	-0,418	-0,495	-0,498	-0,571	-0,200	-1,160
Беларусбанк	-0,466	-0,601	-0,469	-0,615	-0,590	-0,731
Белгазпромбанк	-0,206	-0,017	-0,659	-0,672	-1,013	-0,284
Белинвестбанк	-0,498	-0,663	-0,460	-1,053	-0,908	-1,390
БНБ-Банк	-0,384	-0,415	-0,533	-0,564	-1,017	-0,005
БПС-Сбербанк	-0,541	-0,592	-0,735	-0,275	-0,620	0,170
БСБ Банк	0,081	0,214	-0,118	0,681	0,348	1,232
БТА Банк	0,167	-0,028	0,609	0,407	0,984	-0,343
Евроторгинвестбанк	0,408	-0,100	1,547	0,785	0,457	1,344
Идея Банк	0,147	0,357	-0,156	0,395	-0,846	2,174
МТБанк	0,053	-0,801	1,632	0,276	0,516	-0,022
Паритетбанк	-0,100	-0,346	0,294	0,800	-0,268	2,390
Приорбанк	-0,023	0,153	-0,357	0,107	0,360	-0,230
РРБ-Банк	-0,243	-0,362	-0,157	0,895	1,680	-0,083
Технобанк	-0,401	-0,552	-0,339	-0,988	-0,963	-1,150
ТК Банк	2,371	3,120	2,265	1,026	1,186	0,936
Франсабанк	0,038	-0,278	0,634	0,589	1,071	-0,007
Цептер Банк	0,040	0,671	-1,086	0,608	1,793	-0,963

Источник: собственная разработка автора

В таблице 2 положительные и отрицательные значения рейтинговых чисел показывают отклонение от среднего значения.

Таким образом, благодаря факторному анализу 4 показателя были объединены в два главных фактора, а на их основе вычислены рейтинговые числа (одна характеристика банка), по которым банки можно ранжировать. Результаты построения рейтингов банков на основании данных за третий квартал 2016 и 2017 гг. и изменение рейтинга банков представлены в таблице 3.

Сравнивая результаты рейтинга, видно, что лидер сохранился. Среди банков-лидеров по динамике роста (2017 г.) в сравнении с аналогичным периодом 2016 г. оказался СтатусБанк (Евроторгинвестбанк), который поднялся на 13 позиций, а также БПС-Сбербанк и Приорбанк, они улучшили свои позиции на 10 и 9 мест соответственно. Значительно изменились позиции Банка ВТБ, который занял 15 место (в 2016 г. располагался на второй позиции) и Белгазпромбанка, который потерял 7 позиций. Положение остальных банков изменилось несущественно либо осталось без изменений.

Таблица 3 – Рейтинги банков за третий квартал 2016 и 2017 гг.

Наименование банка	Место в рейтинге 2016 г.	Место в рейтинге 2017 г.	Изменение в рейтинге
Абсолютбанк	4	5	↓1
Альфа-Банк	16	16	0
Банк БелВЭБ	18	17	↑1
Банк ВТБ (Беларусь)	2	15	↓13
Банк Москва-Минск	23	24	↓1
Банк Решение	13	13	0
Белагропромбанк	20	19	↑1
Беларусбанк	21	20	↑1
Белгазпромбанк	14	21	↓7
Белинвестбанк	22	23	↓1
БНБ-Банк	17	18	↓1
БПС-Сбербанк	24	14	↑10
БСБ Банк	7	6	↑1
БТА Банк	5	9	↓4
Идея Банк	3	4	↓1
МТБанк	6	10	↓4
Паритетбанк	8	11	↓3
Приорбанк	12	3	↑9
РРБ-Банк	11	12	↓1
СтатусБанк (Евроторгинвестбанк)	15	2	↑13
Технобанк	19	22	↓3
ТК Банк	1	1	0
Франсабанк	10	8	↑2
Цептер Банк	9	7	↑2

Источник: собственная разработка автора

В результате проведенного факторного анализа по четырем относительным показателям видно, что лидерами среди 24 банков, действующих на территории Беларуси в 2016-2017 гг., являются ТК Банк, СтатусБанк, Приорбанк и т.д. Крупнейшие банки страны – Беларусбанк и Белагропромбанк – не заняли высоких позиций: 21 и 20 место в 2016 г., 20 и

19 место в 2017 г. Это можно объяснить тем, что банки оценивались по относительным показателям, а крупные банки имеют высокие показатели активов и капитала.

Выводы. Таким образом, рейтинги являются одним из инструментов анализа и изучения эффективности деятельности банков. Важным моментом достоверности построенных рейтингов является используемая для оценки система показателей. Метод главных компонент факторного анализа позволяет получить математически обоснованную комплексную оценку и провести по ней сравнительный анализ эффективности деятельности банков.

Список литературы

1. Все банки Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://myfin.by/banki. – Дата доступа: 01.03.2018.

2. Рейтинги банков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://viberi.by/ratings. – Дата доступа: 25.02.2018.

3. Козловская, Е.Ю. Эффективность функционирования банков РБ по системе относительных показателей / Е.Ю. Козловская // Экономика и региональное управление: материалы междунар. науч.-практ. конф., Брянск: БГУ, 2017 г. / ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»; сост. И.Г. Чернышова. – Брянск, 2017. – С. 436.

4. Факторный анализ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://cito-web.yspu.org/link1/metod/met154/node12.htm . – Дата доступа: 25.02.2018.

5. Справочный материал. Факторный анализ и анализ главных компонент [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.studfiles.ru/preview/3975640. – Дата доступа: 15.02.2018.

In the article, the ratings of Belarusian banks for the 3rd quarter of 2016 and 2017 were constructed by the method of the main components of factor analysis. The system of relative indicators was used: return on assets, return on equity, capital adequacy and the degree of coverage of the raised funds. The comparative analysis of the constructed ratings is carried out.

Козловская Евгения Юрьевна, студентка 4 курса специальности «Информационные системы и технологии (в экономике)» факультета экономики и управления ГрГУ им. Я. Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: Kozlovskay_EJ_14@mail.ru.

Научный руководитель – ***Будько Ольга Николаевна***, кандидат физико-математических наук, доцент, доцент кафедры математического и информационного обеспечения экономических систем УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы», Гродно, Беларусь. E-mail: budko_on@grsu.by.

УДК 519.816

Т. П. Корецкая

ФОРМИРОВАНИЕ МНОЖЕСТВА АЛЬТЕРНАТИВ В ЗАДАЧЕ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ О РАСЧЕТЕ СЕБЕСТОИМОСТИ

Рассмотрены некоторые этапы процесса управления затратами на производство продукции. Описаны основные показатели, которые влияют на себестоимость продукции предприятия, а также проанализированы различные типы систем калькуляции себестоимости продукции. Сделаны выводы по проделанной работе.

В практике управления встречается широкое разнообразие ситуаций, в которых руководители различных предприятий сталкиваются с проблемами принятия решений.

Каждая проблемная ситуация характеризуется сложным хитросплетением многочисленных факторов и, следовательно, по-своему уникальна и неповторима. Тем не менее, если пренебречь несущественными различиями между ними, то появляется возможность описания некоторых классов реальных ситуаций, которые определяют конкретные типы задач принятия решений.

С точки зрения системного анализа, принятие решения – это действие над множеством альтернатив, в результате которого получается подмножество выбранных альтернатив. Чаще всего выбирается одна альтернатива.

Рассмотрим ситуацию принятия решения, связанную с хозяйственной деятельностью предприятия. Производство продукции связано с определенными затратами или издержками. В процессе производства продукции затрачивается труд, используются средства труда, а также предметы труда. Все затраты предприятия на производство и реализацию продукции, выраженные в денежной форме, образуют себестоимость продукции.

Для принятия рентабельных и наиболее выгодных управленческих решений руководителю предприятия необходимо иметь данные о затратах. Величина затрат зависит от многих факторов: объема потребляемых материальных и трудовых ресурсов, общей организации производства, уровня техники и так далее. Безусловно, чем меньше затраты, тем выше прибыль и наоборот. То есть между этими показателями существует обратно-функциональная зависимость. Следовательно, у производителя имеется множеством рычагов воздействия на снижение затрат, которые при грамотном управлении он может привести в действие.

Рассмотрим один из важнейших этапов процесса управления затратами – расчёт себестоимости.

Себестоимость – это затраты (издержки) на производство продукции, выполнение работ или оказание услуг. Как правило, себестоимость составляют расходы, непосредственно относящие к выпускаемой продукции, но возможен и вариант подсчета себестоимости, при котором управленческие и коммерческие расходы также распределяются на стоимость выпускаемой продукции [1].

На себестоимость продукции влияют следующие показатели:

1) объем выпуска,
2) ассортимент (номенклатуры) выпуска,
3) уровень переменных затрат на единицу выпуска,
4) сумма постоянных затрат.

В себестоимости продукции можно увидеть все достижения и недостатки любой области деятельности предприятия. Важность данного показателя особенно усиливается, вместе с большим объемом производства и непрерывным его ростом, так как при этом снижение одного из элементов затрат себестоимости приводит к росту конкурентоспособности и рентабельности продукции.

С экономических и социальных позиций значение снижения себестоимости продукции для предприятия заключается в следующем:

1) увеличение прибыли, остающейся в распоряжении предприятия, а, следовательно, появление возможности не только в простом, но и расширенном воспроизводстве;

2) появление большей возможности для материального стимулирования работников и решения многих социальных проблем коллектива предприятия;

3) улучшение финансового состояния предприятия и снижение степени риска банкротства;

4) возможность снижения продажной цены на свою продукцию, что позволяет в значительной мере повысить конкурентоспособность продукции и увеличить объем продаж.

Также существуют три основные причины, объясняющие, почему система учёта затрат необходима для получения информации о релевантных издержках для принятия решения:

1) для принятия решения многие косвенные издержки являются релевантными;

2) нужна система информации, которая привлекала бы внимание руководства к потенциально неприбыльным продуктам, требующим проведения более подробных исследований;

3) решения о выборе продуктов для производства не являются независимыми друг от друга.

Существует опасность, что при принятии решений только приростные затраты, единственные, которые распределяются по отдельным видам продукции, будут классифицироваться как релевантные. Наглядным примером здесь являются прямые издержки; в отношении них влияние принимаемых решений совершенно понятно. И наоборот, как такие решения сказываются на косвенных издержках, понять часто трудно.

В долгосрочной перспективе издержки многих совместно используемых ресурсов колеблются, что во многом объясняется изменениями на них спроса. В эту категорию издержек попадают затраты на все вспомогательные функции. Сюда включаются также такие виды деятельности, как: закупка материалов, обработка материалов, организация производства, складские работы, экспедиция, обработка заказов потребителей.

Затраты на эти виды деятельности либо нельзя непосредственно проследить до конкретных продуктов, либо, если это сделать можно, расходы на получение этих данных будут настолько большими, что перевесят все возможные выгоды от их знания. Появление новых продуктов, прекращение выпуска старых, внесение изменений в конструкцию и дизайн, смена ассортимента — все это требует ресурсов, необходимых для выполнения вспомогательных функций.

Когда решения по продукции не являются независимыми, первоначальной оценкой долгосрочного изменения общих затрат компании в результате принятия анализируемого решения является умножение себестоимостей продукции, в которые входят рассматриваемые затраты на совместно используемые ресурсы, на число единиц той продукции, которая перестала выпускаться (или, наоборот, добавились после производства новой продукции). Обоснованием для такой арифметики является то, что за изменением потребляемых ресурсов после принятия организацией решения об отказе от выпуска каких-то видов продукции или, наоборот, о выпуске новых ее видов (причем рассматриваемых не по отдельности, а сразу в виде всей группы), в конце концов последует изменение потоков денежных средств в эту организацию.

Типы систем калькуляции затрат. Системы калькуляции себестоимости могут варьироваться по типам расходов, начисляемых на целевые затраты, и по уровню сложности. Такие системы классифицируются следующим образом:

1) Системы прямой калькуляции себестоимости;
2) Традиционные системы начисления затрат;
3) Системы функциональной калькуляции себестоимости.

Системы прямой калькуляции себестоимости начисляют на целевые затраты только прямые издержки. Следовательно, учет косвенных издержек идет через вклад в прибыль. Эти системы подходят для принятия решений в том случае, когда затраты на совместно используемые ресурсы, которые колеблются пропорционально спросу на них, незначительны. Кроме того, при их применении для более подробного исследования необходимо выявить те статьи расходов, вклад в прибыль от которых отрицателен или низок. Оценка косвенных издержек, релевантных для принятия решений, должна включаться в анализ, выполняемый на этапе проведения специального исследования. К недостатку таких систем относится то, что они не измеряют косвенных издержек и не начисляют их по

целевым затратам. Поэтому любая попытка включить косвенные издержки в анализ при проведении специального исследования, должна основываться на догадках или на произвольном подходе. Из-за этого системы прямой калькуляции себестоимости могут рекомендоваться только в том случае, когда косвенные издержки в общих затратах организации составляют лишь незначительную часть.

Как традиционные, так и функциональные системы распределяют косвенные издержки по целевым затратам [2, с. 185].

Для демонстрации основных различий между традиционными и функциональными системами калькуляции себестоимости воспользуемся рисунком 1. Видно, что в обоих вариантах применяется двухэтапный процесс распределения затрат. На первом этапе в традиционной системе накладные расходы распределяются между производственными и обслуживающими подразделениями, а затем затраты обслуживающих подразделений перераспределяются на производственные. В функциональной системе накладные расходы распределяются по основным видам деятельности, а не по подразделениям. Здесь выделяется множество функциональных центров издержек (известных также как пулы затрат), в то время как в традиционных системах наблюдается тенденция распределять накладные расходы по подразделениям, хотя они обычно описываются как центры издержек (рисунок).

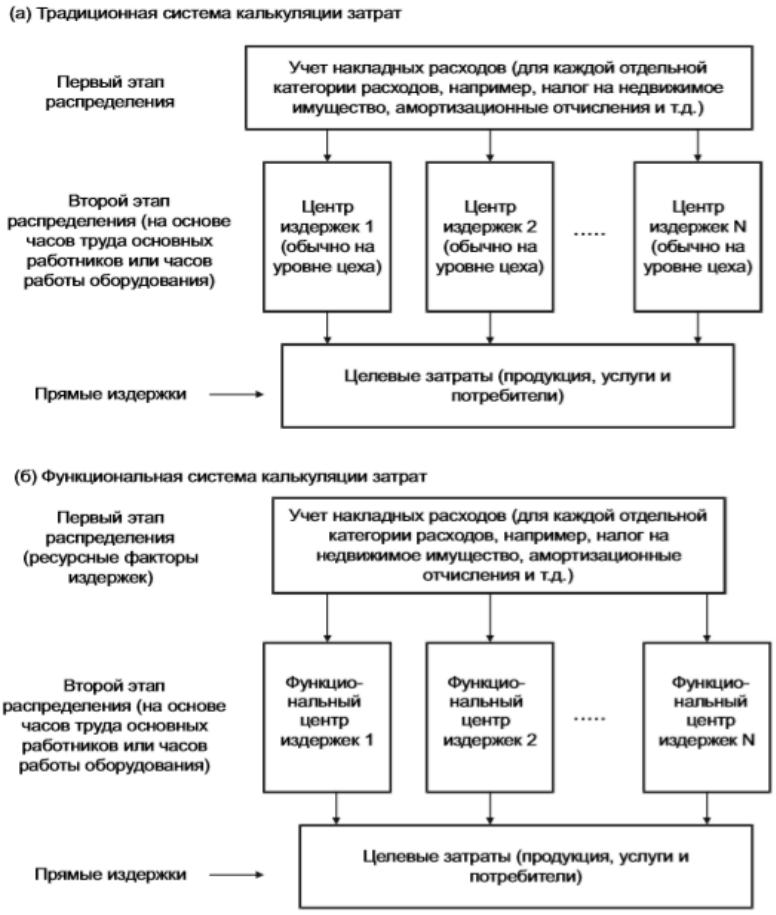


Рисунок – Пример двухэтапного процесса распределения затрат для традиционной (а) и функциональной (б) систем калькуляции затрат

Источник: [2]

Себестоимость продукции характеризует затраты предприятия на производство и реализацию продукции. Отражая процессы производства, обращения и распределения, она выступает основным синтетическим показателем деятельности предприятия, определяя

результаты его хозяйственной деятельности, достижения и имеющиеся резервы — важнейшим качественным показателем. Ее сущность как объективной категории определяется рядом принципов: разделением текущих и единовременных затрат, допущением временной определенности фактов хозяйственной деятельности и имущественной обособленности предприятия.

Исчисление себестоимости варьируется в зависимости от того, какие затраты в нее включены, от степени готовности продукции и ее реализации, от количества продукции, от полноты включения текущих расходов в себестоимость объекта калькулирования, от оперативности ее формирования.

Планирование себестоимости осуществляется для оптимизации текущих затрат предприятия, обеспечивающей необходимые темпы роста прибыли и рентабельности на основе рационального использования финансовых, трудовых и материальных ресурсов.

Список литературы:

1. Себестоимость // Бухгалтерский учёт. Налоги. Аудит [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.audit-it.ru/terms/accounting/cost.html – Дата доступа: 01.03.2018

2. Друри, К. Управленческий учет для бизнес-решений: учебник /К. Друри М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 655 с.

Some stages of the process of managing the costs of production are considered. The main indicators that affect the cost price of the enterprise's products are described, and various types of systems for calculating the cost of production are analyzed. Conclusions are drawn on the work done.

Корецкая Татьяна Петровна, студентка 4 курса специальности «Информационные системы и технологии (по направлению)» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: koreckay_t@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. E-mail: tsekhan@grsu.by.

УДК 650

Г. И. Мальцева, Д. В. Мельник

ВЗАИМОЗАВИСИМОСТЬ ДОЛИ САМОСТОЯТЕЛЬНЫХ ЗАНЯТИЙ СТУДЕНТОВ ПО ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ И ВЕДУЩИХ МОТИВОВ ЕГО ИЗУЧЕНИЯ

Проанализирован учебный план занятий по иностранному языку в вузе. Проведено анкетирование студентов с целью выявления времени, которое они тратят на самостоятельную подготовку по этому предмету. Исследован вопрос относительно ведущих мотивов в изучении иностранного языка студентами экономического вуза.

Активная глобализация общества, непрерывно растущая потребность человека в адаптации к стремительно изменяющимся условиям современности многократно усиливают интерес ученых, педагогов и методистов к процессу непрерывного образования, неотъемлемой частью которого является самообразование. Само понятие самообразования широко трактуется как процесс самообучения, характерной чертой которого является обязательная постановка целей и задач для достижения самим обучаемым.

Несмотря на режим санкций, введенный рядом стран против нашей страны, Россия остается на мировой арене как деловой и культурный партнер многих держав. Поддерживать

различные связи с зарубежными партнерами представителям политических, экономических и культурных сфер , конечно же, помогают навыки владения иностранным языком.

Знание иностранного языка, а именно английского, является актуальной задачей 21 века. Существует ряд вопросов, решить которые возможно овладев навыками иностранного языка, в том числе:

- Путешествовать и постоянно проживать за границей становится проще. Зная язык, можно комфортно чувствовать себя в разных уголках мира.

- Появляется возможность завести новых знакомых. Поддерживать общение с человеком из другой страны возможно, если изучить язык.

- Получение новых знаний становится не так затруднительно. Информационных источников на английском языке в 10-ки раз больше, чем на русском.

- Расширяются горизонты для развития бизнеса. Возможность иметь иностранных партнеров, клиентов – выгодное предложение. Чтобы быть успешным в бизнесе – нужно знать иностранный язык.

Можно совершенно логично предположить, что одна из главнейших составляющих процесса языкового образования тесно связана с самообучением иностранному языку. Каждый студент, стремящийся гармонично и активно влиться в современный процесс жизнедеятельности человеческого общества, должен построить свою систему самообразования в изучении иностранного языка, основываясь на личных целях и мотивах изучения этого предмета.

Цели и мотивы любой деятельности человека взаимосвязаны. Самообучение иностранному языку не является исключением. Совершенно очевидно, что повышение мотивации к самостоятельному овладению иностранным языком в вузе основывается на совпадении потребностей индивидуума и целей в обучении. Чтобы достичь своих целей, студенты стараются приложить максимум усилий, используя при этом уже сложившиеся у них определенные стратегии и методы процесса самообучения. В каждом конкретном случае для каждого отдельно взятого студента они, естественно будут индивидуальны.

Профессия экономиста предполагает знание английского языка по многим причинам, некоторые из которых перечислены выше. Для того, чтобы успешно освоить навыки владения иностранного языка, обычно не достаточно только аудиторных занятий в языковом виде, необходимо в достаточной мере уделять внимание самостоятельной работе по этой дисциплине. На внеаудиторную работу отводят определенные часы, иногда намного больше, чем на занятия с преподавателем, поэтому от того, как студент будет самостоятельно заниматься, в большой мере зависит его будущий результат.

«Самостоятельная работа студентов - планируемая учебная, учебно-исследовательская деятельность студентов, выполняемая вне аудитории, без непосредственного участия преподавателя, но под его руководством» [1]. Изучением данного вопроса занимались многие ученые, среди них А.Г. Ковалёв, Т.П. Герасимова, Е.Л. Белкин, С.И. Зиновьев другие.

Согласно методикам, разработанным для обучения иностранному языку в вузе, студент по окончании университета должен обладать следующими умениями и навыками:

- знать основные правила построения логических предложений;

- владеть навыками аргументации определенной темы, обобщения информации и систематизация имеющихся данных;

- уметь осуществлять грамотную устную и письменную речь в соответствии с выбранной темой;

- знать структуру построения предложений и владеть достаточным лексическим набором.

В зависимости от программы университета количество часов, выделяемое на самостоятельную работу по каждой дисциплине, в том числе и по иностранному языку, различно. Рассмотрим учебно-тематический план Калужского филиала Финансового Университета для направления «Экономика» профиль: «Финансы и кредит».

Согласно программе обучения, составленной на 2017-2018 учебный год, для самостоятельного изучения английского языка выделается следующее количество часов:

50% от аудиторной работы, т.е. 72ч*,05= 36часов в семестр, разделим на количество недель 36/18= 2 часа в неделю.

Для того, чтобы понять, насколько эффективно будущие экономисты используют имеющиеся у них возможности и соответствует ли это реальному положению дел, был проведен опрос среди учащихся 1-4 курса Калужского филиала Финансового Университета. Всего в опросе приняло участие 80 студентов. Респондентам было предложено ответить на вопрос: «Сколько часов в неделю Вы тратите на самостоятельную подготовку материала по английскому языку?».

Полученные результаты представлены в виде диаграммы ниже (рисунок).

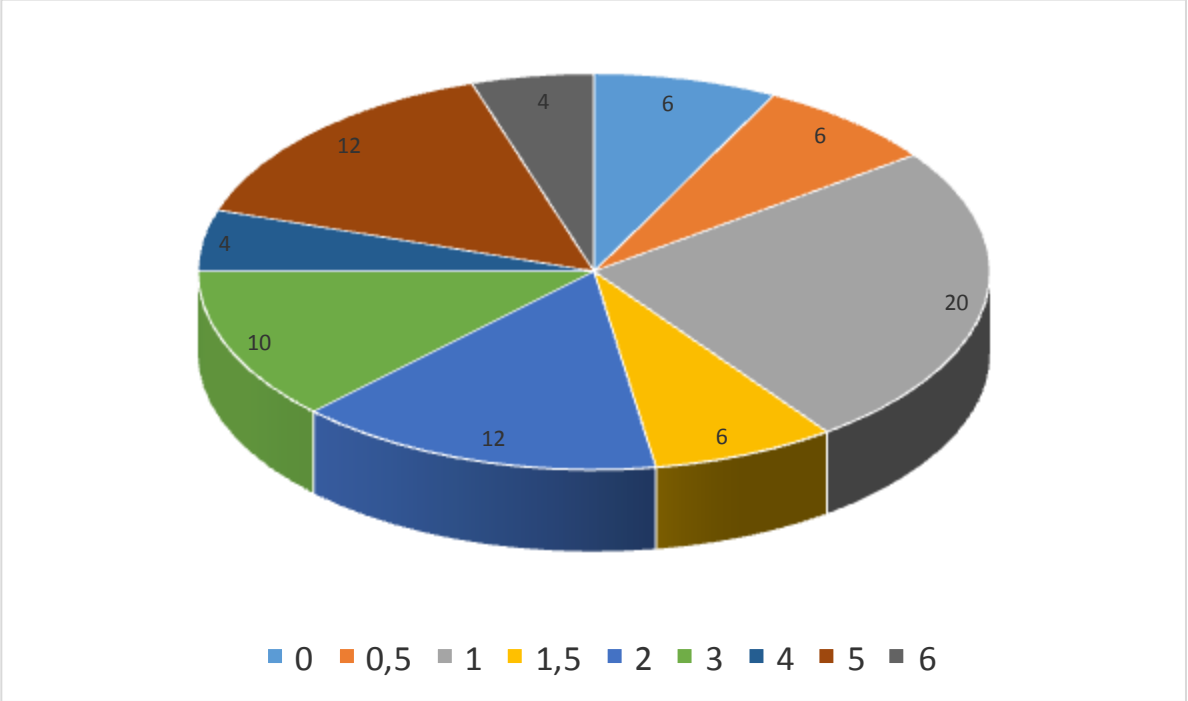


Рисунок – Количество часов в неделю потраченное на самостоятельное обучение английскому языку

Источник: собственная разработка авторов на основе проведенного опроса.

Используя имеющиеся данные, рассчитаем по формуле среднее значение времени, которое студент тратит в неделю на самостоятельное изучение иностранного языка.

Xср= x*n/ n=(0*6+5*6+1*20+1,5*6+2*12+3*10+4*4+5*12+6*4)/80= 213/80= 2,66часа

Из расчета видно, что среднее значение превышает нормативные значения, указанные в методическом материале.

При анализе эмпирических данных видно, что максимальное значение данного показателя равно 6, в то же время существуют студенты, которые не выделяют на самостоятельную работу времени совсем. Однако, большая часть студентов подчеркивает, что большая загруженность и недостаток свободного времени побуждает их использовать

рационально каждую свободную минуту для самообучения, например, находясь в транспорте или на отдыхе. Все большая часть студентов вуза видит решение своих учебных проблем в повышении доли и объема речевой тренировки и практики изучаемого языка (таблица 1).

Таблица 1 – Процентное распределение числа студентов относительно количества часов, потраченых ими для самостоятельной подготовки по иностранному языку.

Часы	Количество студентов	% от общего числа респондентов
Меньше 1	12	15%
1-3	48	60%
4-6	20	25%

Источник: собственная разработка авторов на основании данных, полученных в ходе проведения анкетирования.

Сопоставив среднее количество часов согласно методическим рекомендациям и фактические значения, результат составляет на 33 % больше положенного норматива. (2,66/ 2 *100%=133%) Это говорит о том, что студенты, обучающиеся в университете, сознательно подходят к повышению своих навыков по иностранному языку.

Однако, не совсем верно судить о требующемся для самостоятельной работы времени только по среднему значению. 47,5% студентов уделяют внимание языку меньше установленного норматива(0, 0,5, 1 и 1,5 часа) (см.рисунок). Получив сведения о том, что почти половина студентов бессознательно относится к самостоятельной работе, возникает вопрос: Как сформировать положительные мотивы к изучению иностранного языка у студентов экономического вуза?

Существует ряд факторов, способствующих возникновению положительного отношения к иностранному языку, а следовательно, и стремление изучить его на более высоком уровне, выделяя на это определенное время:

- осознание целей и задач обучения в университете;
- способность преподавателя заинтересовать студентов;
- содержание учебного материала должно быть доступным и понятным для студента;
- благоприятная обстановка во время аудиторных занятий.

Кроме того, существуют внешние мотивы, которые не связаны непосредственно с учебным материалом, но способные повысить мотивацию студентов:

- Обязанность студента изучать материал для получения зачета или экзамена
- Оценка – сильнейший мотиватор для студентов. Стремление набрать как можно больше баллов и получить хорошую оценку- вот что мотивирует студентов
- Личная заинтересованность. Кандидат, обладающий хорошими навыками владения иностранным языком, с большей вероятностью найдет высокооплачиваемую работу.
- Иные мотивы.

Для выявления наличия мотивов к изучению иностранного языка студентам КФ Финансового университета было предложено пройти анкетирование. В анкете был представлен один вопрос о мотивах для изучения иностранного языка с разными вариантами ответа (возможны несколько вариантов ответа у одного студента). Результаты проведенного анкетирования представлены в виде таблицы 2.

Таблица 2 – Мотивы изучения иностранного языка.

Мотивы изучения иностранного языка	Количество студентов
Ради самоуважения и профессионального роста	17
Влюбиться в иностранца	4
Доступ к дополнительным источникам информации по специальности	15
Возможность наслаждаться шедеврами литературы в оригинале	13
Повысить уровень дохода, получить высокооплачиваемую работу	20
Получить положительную оценку в университете	18
Путешествовать	33
Расширить общий кругозор	25

Источник: собственная разработка авторов на основании проведения опроса

При выявлении мотивов в разных сферах по совокупности на первое место выходит сфера профессиональной деятельности и повышения профессиональной готовности (28.97%).

На втором месте – мотивы, затрагивающие повышение общего интеллектуального уровня (26,2%). Далее мотивы, связанные с путешествием (22.76%)

Исключительно академические цели, а именно получение положительной оценки в университете преследуют 12,5% опрошенных студентов.

2,8% студентов в анкете выбрали неординарный ответ – влюбиться в иностранца, что показывает присутствие романтических мотивов у обучающихся.

Сопоставив мотивы студентов и количество часов, которое студенты выделяют на самостоятельную работу по иностранному языку можно сделать следующие выводы:

1. Студенты, ставящие перед собой четкие цели и желающие достигнуть высокого профессионального развития, выделяют на изучение иностранного языка рекомендованное количество времени – 1-3 час. Можно предположить, что категория студентов, относящихся к самостоятельной работе ответственно, сможет добиться успеха в будущей профессии. Если студент повышает уровень своего развития в университете, то и на работе он, вероятнее всего, будет ответственно относиться к поставленной задаче.

2. Студенты, не имеющие четкого представления о том, для чего им необходимы навыки владения языком, тратят на подготовку по иностранному языку меньше количества времени, рекомендованного в методических указаниях. Такое отношение к самостоятельной работе снижает уровень усвоения учебной программы, а в дальнейшем недостаток владения иностранным языком, возможно, снизит уровень их дохода.

В процессе устных опросов респондентов было выявлено, что многих их них связывают перспективы продолжения самообучения по иностранному языку с возможностями поездок заграницу, но не только с целью путешествия. Это может дать им реальный шанс установить личные и деловые контакты с носителями языка, а так же использовать дополнительные приемы по изучению иностранного языка, например, начать переписку с иностранцами. Как уже подчеркивалось, многие студенты экономических вузов четко осознают растущую профессиональную значимость владения иностранным языком. Активное строительство и развитие иностранных предприятий и инвестиций в Калужском регионе, таких как «Сименс», «Мака», «Вольво», «Фольцваген и многих других очень

стимулирует студентов повышать свои навыки владения иностранным языком для получения хорошей, стабильной работы на иностранных предприятиях.

На основании проведенного анкетирования и опросов студентов можно сделать вывод , что большинство студентов экономических вузов осознает важность и необходимость самостоятельной работы для освоения иностранного языка и формирования устойчивых языковых навыков. Из проделанного анализа также следует, что чаще всего самообучение происходит в рамках учебно – образовательной программы вуза и учебно – тематического плана. Дополнительные возможности, как технические, так и личностные, не используются в должной мере. В общем и целом студенты чаще используют традиционные методы обучения, хотя технические средства активно применяются для получения новой информации, необходимой для самообразования по иностранному языку.

Следовательно, самостоятельная работа студентов экономических вузов представляет собой систему взаимосвязанных аспектов, которые направлены как на достижение личных целей, так и на формирование личностных качеств на основе сформированных у них мотивов, которые станут для них направляющими в сложном процессе профессионального образования и профессионального роста.

Список литературы:

1. Третьякова, Е.М. Организация самостоятельной работы студентов как формы учебного процесса в вузе /Е.М. Третьякова. // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Педагогика, психология. 2015. – №4 (23). – С. 200-204.

The article analyzes the structure of the academic plan of studying foreign languages at university. The survey was done to reveal the amount of time spent by students on studying foreign languages at home. The authors examined the issue related to the leading motives of students in studying foreign languages at economic university.

Мальцева Галина Ивановна, студентка 3 курса финансово-учетного факультета, направление «Экономика», профиль «Финансы и кредит» Калужского филиала Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, Калуга, Российская Федерация. E-mail: m.galechka1997@gmail.com

Мельник Дарья Владимировна, студентка 3 курса финансово-учетного факультета, направление «Экономика», профиль «Финансы и кредит» Калужского филиала Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, Калуга, Российская Федерация. E-mail: m-dashechka97@yandex.ru

Научный руководитель – ***Квач Наталия Васильевна***, кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры «Иностранные языки» Калужского филиала Финансового Университета при Правительстве России, Калуга, Российская Федерация. E -mail: kvach.70@mail.

УДК 336.762

О. А. Мотузов, И. И. Пасюк

ВИДЫ СОВЕТНИКОВ И ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В ТОРГОВЛЕ НА РЫНКЕ FOREX

Исследуется возможность работы на международном финансовом рынке Forex с использованием торговых советников, которые работают на различных стратегиях торговли. Рассматриваются возможности торговой системы на мировом рынке, с помощью советников TDSGlobal, EMA_WMA, ExpBuySellSide.

В современных экономических условиях постоянного увеличения объема инвестиций важную роль играет международный валютный рынок Forex. **Forex (FOReign EXchange Market) –** глобальный международный рынок, товаром на котором выступают валюты. Его отличительной особенностью является то, что цены формируются на основе соглашения между участниками и зависят только от спроса и предложения на ту или иную валюту. Объемы данного рынка превышают суммарные объемы всех остальных рынков. Ежедневный оборот рынка более 3 триллионов долларов. Благодаря своим масштабам, высокой ликвидности и доходности, этот рынок является наиболее привлекательным рынком для инвесторов. По оценкам экспертов, торговля валютой это одно из наиболее перспективных и прибыльных направлений современного бизнеса.

Советники, торговые системы или роботы Forex – это компьютерные программы, предназначенные для биржи Forex, управляющие всем торговым процессом по заданию трейдера автоматически в соответствии с заложенной торговой стратегией Forex. Главным и неоспоримым преимуществом использования бесплатных советников Forex, особенно для начинающих, является отсутствие необходимости круглосуточного контроля за положением дел на торговой площадке, а также отсутствие нелегкой, спорной дилеммы, которая стоит при работе на Forex «вручную», выбора наилучшей стратегии, а иногда и единственно правильного решения, которое способно не только сохранить имеющиеся активы, но и преумножить их.

Советники делятся на полностью автоматические и полуавтоматы. Первые отличаются от вторых полностью автономностью, поэтому нет необходимости вмешиваться в работу трейдеру. Полуавтомат создан как помощник трейдера, с помощью которого он может выполнять рутинную работу. Например, выставлять стоп приказы и двигать ордера, выставлять профиты. Они выполняют все виды операций, начиная с анализа рынка, расчета доступного капитала для открытия сделок, лотов, завершая открытием, сопровождением и закрытием сделок. Все эти операции выполняются автоматическими Forex экспертами постоянно, независимо от того, следит трейдер за их работой и рынком, или нет. Разрабатываются советники на основе торговых стратегий, которые показывают хорошие результаты в течение определенного промежутка времени (не менее года) [1], [5-7]. Так же эксперты делятся на индикаторные и без индикаторные.

Индикаторные советники для входа в позицию используют торговую стратегию, которая основана на индикаторах Forex, причем необязательно вход в позицию, поскольку можно и закрывать позицию по индикатору, а также выставлять стоп приказы. ***Безиндикаторный советник*** – это эксперт, который использует сугубо математическую модель расчета для входа в позиции. Как безиндикаторные так индикаторные советники можно разделять по мани менеджменту. По мани менеджменту самыми популярными являются мартингейлы, сеточники, лакировщики, усреднители, а также классические эксперты, которые используют стоп приказ и профит. ***Мартингейлы*** – это одна из самых популярных касс среди экспертов, особенностью, которой является полное игнорирование стоп приказа. Суть мартингейла состоит в том, что при

убыточной позиции советник открывает удвоенный лот и в случае победы отыгрывает проигрышную позицию. ***Сеточники*** – это эксперты, которые выставляют сети ордеров над и под ценой, а суть их заключается в том, что куда бы цена не пошла, она попадает в сеть, и советник вытаскивает профит от движения вверх или вниз. Слабостью такого рода экспертов является флет, когда цена начинает цеплять как покупочные ордера над ценной, так и под ценой. ***Перевертыши*** – это советники, которые при срабатывании стоп приказа переворачивают свою сделку и входят в сторону стопа удвоенным лотом. ***Трендовыми советниками*** являются эксперты, в основе которых лежит трендовая стратегия. ***Скальпинговые*** – это эксперты, которые работают с рыночным шумом, открывая позиции часто с маленьким стоп приказом и профитом. Канальные эксперты заточены для работы во флете, суть которых является торговля в узком диапазоне цен.

В целом, если есть понимание вида советника, то можно увидеть его слабые стороны. Например, канальные эксперты дают очень много ложных сигналов в тренде, а трендовые постоянно ловят стоп приказы во флете. Самыми оптимальными советники считаются, если в их основе лежат все три типа торговых стратегий, которые дополняют друг друга.

Советник TDSGlobal использует индикатор MACD. Советник настроен на работу на тайм фрейме D1 с валютными парами USDCHF, GBPUSD, USDJPY и EURUSD

При тестировании советника были приняты настройки такие как: была выбрана валютная пара EUR/USD; временной промежуток с 2018.02.14 по 2017.03.14; режим торговли без задержек, цены открытия; начальный депозит 200$; использованное плечо 1: 100; оптимизация быстрая (генетический алгоритм).

Пример работы индикаторного советника представлен на рисунке 1.

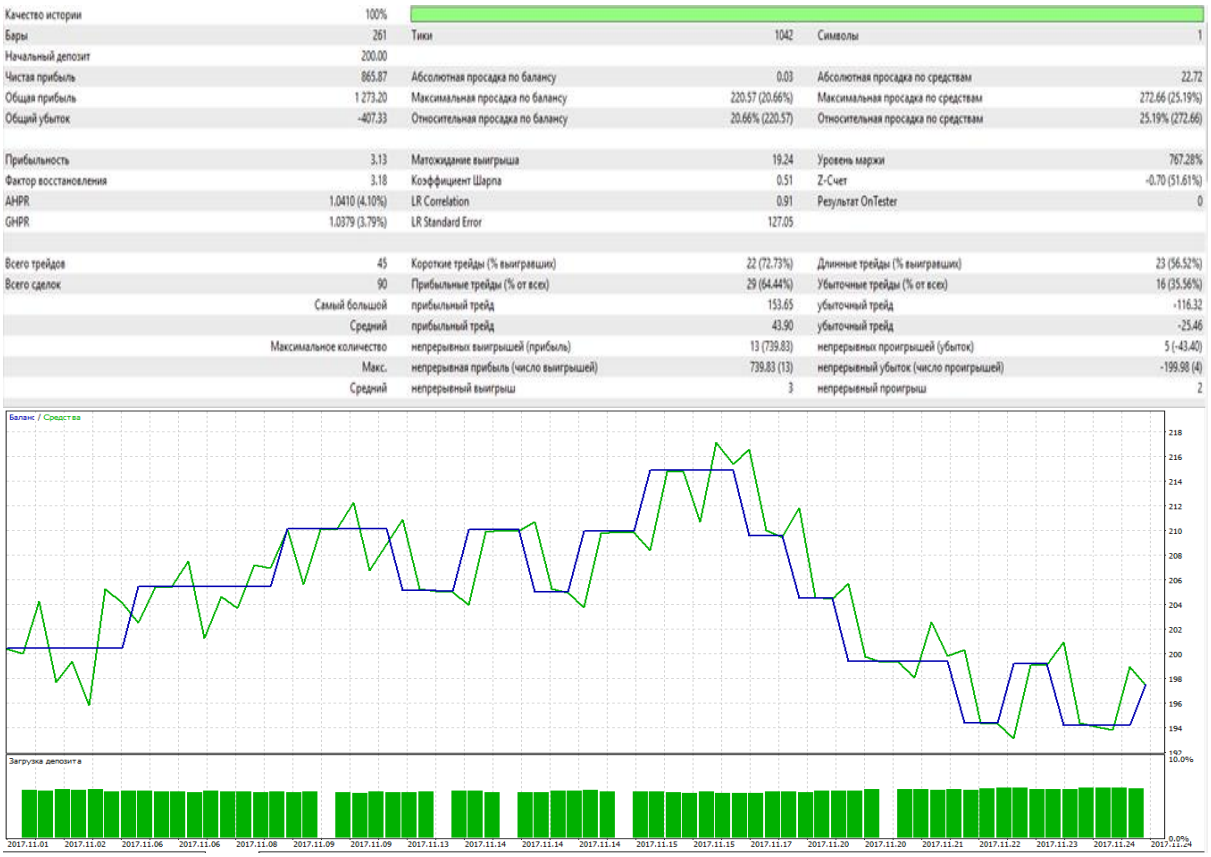
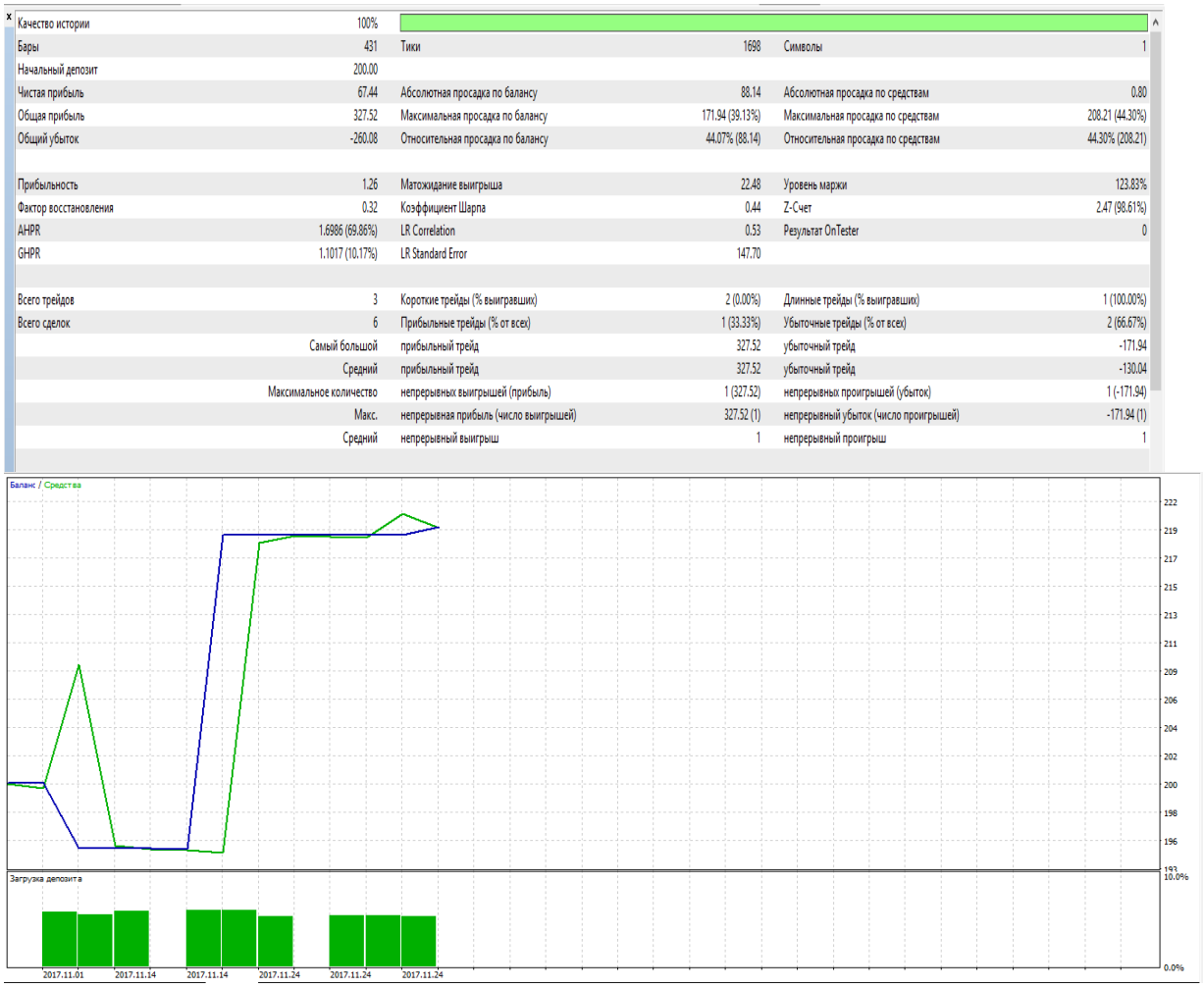


Рисунок 1 – Индикаторный советник

Источник: собственная разработка авторов.

В результате тестирования получлось, что робот на данный период совершил 90 сделок. Полученная чистая прибыль составила: 868,87 USD, а коэффициент Шарпа имеет (0,51), что говорит о большой доходности на единицу риска. Коротких трейдов – 22, длинных трейдов – 23 из них прибыльных – 29.

Советник EMA_WMA работает на пересечение двух iMA, MA. При тестировании советника были приняты настройки такие как: валютная пара EUR/USD; временной промежуток с 2018.02.13 по 2017.03.13; режим торговли без задержек и цены открытия; начальный депозит 200$; использованное плечо 1: 100; оптимизация быстрая (генетический алгоритм). Пример работы безиндикаторного советника представлен на рисунке 2.



Качество истории	100%				
Бары	431	Тики	1698	Символы	1
Начальный депозит	200.00				
Чистая прибыль	67.44	Абсолютная просадка по балансу	88.14	Абсолютная просадка по средствам	0.80
Общая прибыль	327.52	Максимальная просадка по балансу	171.94 (39.13%)	Максимальная просадка по средствам	208.21 (44.30%)
Общий убыток	-260.08	Относительная просадка по балансу	44.07% (88.14)	Относительная просадка по средствам	44.30% (208.21)
Прибыльность	1.26	Матожидание выигрыша	22.48	Уровень маржи	123.83%
Фактор восстановления	0.32	Коэффициент Шарпа	0.44	Z-Счет	2.47 (98.61%)
AHPR	1.6986 (69.86%)	LR Correlation	0.53	Результат OnTester	0
GHPR	1.1017 (10.17%)	LR Standard Error	147.70		
Всего трейдов	3	Короткие трейды (% выигравших)	2 (0.00%)	Длинные трейды (% выигравших)	1 (100.00%)
Всего сделок	6	Прибыльные трейды (% от всех)	1 (33.33%)	Убыточные трейды (% от всех)	2 (66.67%)
Самый большой		прибыльный трейд	327.52	убыточный трейд	-171.94
Средний		прибыльный трейд	327.52	убыточный трейд	-130.04
Максимальное количество		непрерывных выигрышей (прибыль)	1 (327.52)	непрерывных проигрышей (убыток)	1 (-171.94)
Макс.		непрерывная прибыль (число выигрышей)	327.52 (1)	непрерывный убыток (число проигрышей)	-171.94 (1)
Средний		непрерывный выигрыш	1	непрерывный проигрыш	1

Рисунок 2 – Безиндикаторный советник

Источник: собственная разработка автора

В результате тестирования получилось, что робот на данный период совершил 6 сделок. Полученная чистая прибыль составила: 67,44 USD, а коэффициент Шарпа имеет (0,44), что говорит о средней доходности на единицу риска. Коротких трейдов – 2, длинных трейдов –1 из них прибыльных – 1.

Советник ExpBuySellSide для MetaTrader 5 на основе индикатора StepUpDown. При тестировании советника были приняты настройки такие как: валютная пара EUR/USD; временной промежуток с 2018.01.13 по 2017.03.13; режим торговли без задержек,цены

открытия; начальный депозит 200$; использованное плечо 1: 100; оптимизация быстрая (генетический алгоритм). Пример работы советника *мартингейла* представлен на рисунке 3.

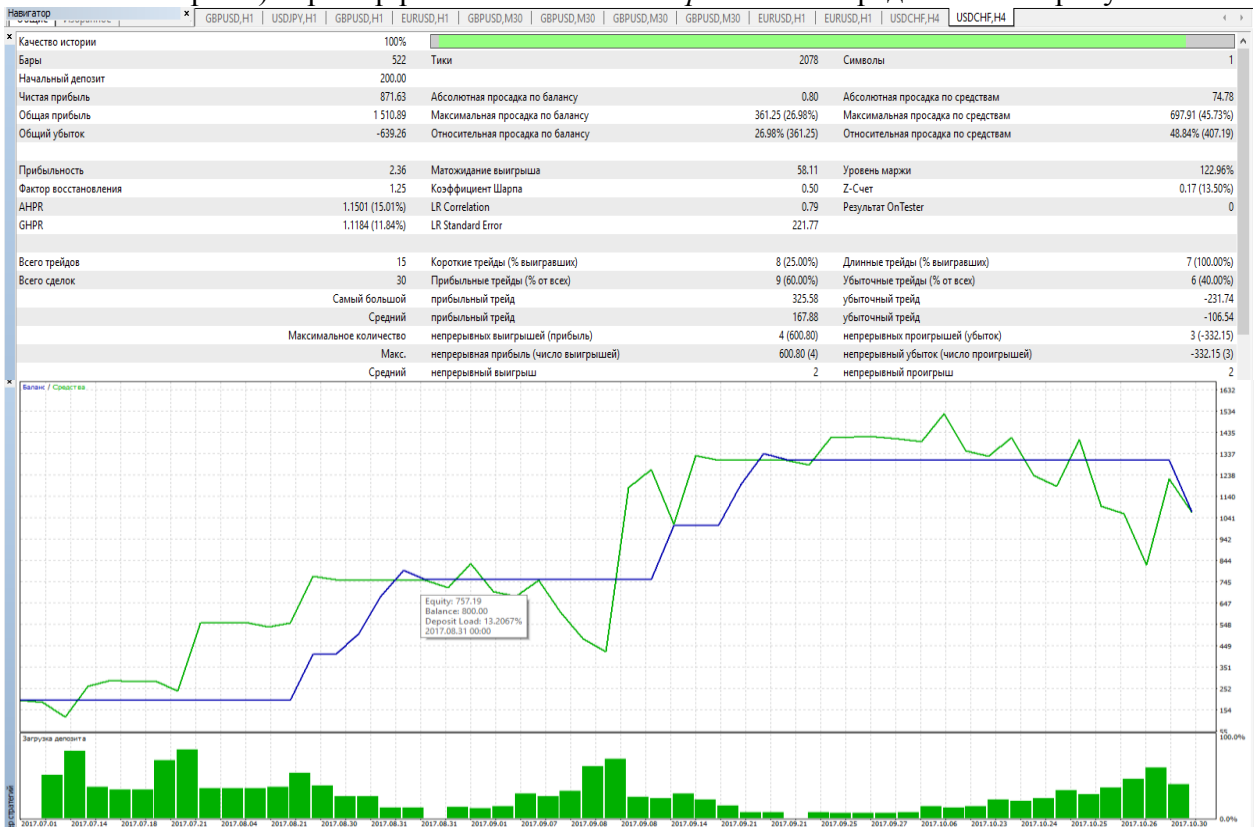


Рисунок 3 – Советник *мартингейла*

Источник: собственная разработка автора

В результате тестирования получилось, что робот на данный период совершил 30 сделок. Полученная чистая прибыль составила: 871,63 USD, а коэффициент Шарпа имеет (0,50), что говорит о средней доходности на единицу риска. Коротких трейдов – 8, длинных трейдов – 7 из них прибыльных – 9.

Таким образом, торговый советник позволяет решать следующие задачи:

1. ведение круглосуточного анализа финансовых рынков и детальное отслеживание торговых сигналов;
2. выполнение запрограммированной стратегии;
3. автономная круглосуточная торговля без участия трейдера и контроль всех сделок: отправка форекс-брокеру любых заявок на проведение транзакций без участия человека;
4. молниеносная обработка значительных массивов данных;
5. отсутствие иллюзий в отношении оценки тех или иных рисков.

Список литературы

1. Козячая, М.А., Марковская, Н. В. Оптимизация механической торговой системы в условиях инновационных технологий / Козячая М. А., Марковская Н. В. // Стратегия инновационного развития регионов: сб. науч. ст. в 2 ч. Ч. 2 /ГрГУ им. Я. Купалы; редкол.: Ли Чон Ку, Н. В. Марковская [и др.]. – Гродно: ГрГУ, 2010. – Ч. 2 – С. 206-212.

2. Максимов, В.В. Основы успеха валютных спекуляций: Как научиться зарабатывать на курсовой разнице ведущих мировых валют / В.В.Максимов. – СПБ.: Москва, 2003. – 312 с.

3. Марковская, Н.В. Тестирование механической торговой системы, разработанной на основе индикаторов MACD и Moving Average //А.И. Дроздовский, Н.В. Марковская// Финансовые рынки и

инвестиционные процессы: сб. тр. II Междунар. научно-практической конференции, Гурзуф / под ред. М. Ю. Куссого. – Симферополь: ТНУ, 2014. − С. 31-33.

4. Марковская, Н.В. Использование технических индикаторов MACD, MOVING AVERAGE, RSI, ADX в автоматической торговле на финансовом рынке / А.И. Дроздовский, Н.В. Марковская // Интеграционные процессы в современном геоэкономическом пространстве: Материалы научно-практической конференции «Интеграционные процессы в современном геоэкономическом пространстве» – Симферополь: Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, 2015. − С. 122-124.

The possibility of work in the international financial Forex market with use of trade advisers who work at various strategy of trade is investigated. The possibilities of trade system in the world market, by means of advisers are considered TDSGlobal, EMA_WMA, ExpBuySellSide.

Мотузов Олег Андреевич, студент 4 курса специальности «Информационные системы и технологии в экономике» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: motusov12@mail.ru .

Пасюк Илья Игоревич, студент 4 курса специальности «Информационные системы и технологии в экономике» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: pasyuk_97@mail.ru .

Научный руководитель – ***Марковская Наталья Вацлавовна,*** доцент, кандидат физико-математических наук, доцент кафедры математического и информационного обеспечения экономических систем факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: n.markovskaya@grsu.by

УДК 519.24:616-005

Е. В. Сенько

МОДЕЛИРОВАНИЕ АРТЕРИАЛЬНОЙ ГИПЕРТЕНЗИИ С ПРИМЕНЕНИЕМ ОДНОГО ИЗ МОДУЛЕЙ ДИСКРИМИНАНТНОГО АНАЛИЗА

Проанализирована статистика заболеваемости артериальной гипертензией, сформирована система показателей, характеризующих пациентов с артериальной гипертензией, осуществлена кластеризация пациентов по выбранным показателям и исследована дискриминация между тремя состояниями здоровья человека на основе ряда медицинских показателей.

История развития медицинской науки насчитывает несколько сотен определений здоровья. Здоровье – неоценимое богатство человека, условие его счастья. Всемирная Организация Здравоохранения (ВОЗ) определяет здоровье как состояние полного физического, духовного и социального благополучия, а не только отсутствие болезней и физических дефектов.

Одним из наиболее часто встречающихся заболеваний в современном обществе является артериальная гипертензия. Артериальная гипертензия (АГ) – это заболевание сердечнососудистой системы, при котором давление крови в артериях системного (большого) круга кровообращения стабильно повышено.

АГ – самый распространенный управляемый фактор сердечно-сосудистой заболеваемости и смертности в большинстве стран мира. По возрастным категориям зависимость такова: чем старше человек, тем больше вероятность появления у него патологий сосудистой системы. Риск появления артериальной гипертензии обычно

связывают с возрастом 35 лет. Гипертонией страдает 20-30% взрослого населения планеты. Для лиц старше 65 лет этот процент увеличивается до 50-65% [2, с. 121].

По прогнозам европейских экспертов к 2025 году 29,0% мужчин и 29,5% женщин в мире будут иметь АГ, однако распространенность этого заболевания может существенно различаться в различных регионах Европы и мира.

Актуальность данной работы обуславливается преобладанием артериальной гипертензии в структуре смертности и возрастающим удельным весом в структуре заболеваемости населения, широким распространением и огромной социальной значимостью этого заболевания.

Целью работы является исследование степени заболеваемости группы пациентов артериальной гипертензией методами прикладной статистики. *Объектом исследования* в работе являются результаты клинического обследования пациентов, а *предметом* – артериальная гипертензия.

Исходные данные и методика исследования. Для анализа пациентов с артериальной гипертензией были выбраны данные по 600 пациентам – 300 мужчин и 300 женщин. В качестве системы показателей, характеризующих степень заболевания АГ, были взяты: вес, индекс массы тела (ИМТ), частота дыхания (ЧД), конечно-систолический размер левого желудочка (КСР), конечно-систолический объем левого желудочка (КСО), конечно-диастолический размер левого желудочка (КДР), конечно-диастолический объем левого желудочка (КДО) и артериальное давление: систолическое и диастолическое (АД = САД/ДАД).

Артериальную гипертензию характеризуют не только выше перечисленные показатели. Существует ряд показателей, которые могут «подсказать» присутствует ли данное заболевание и на какой стадии оно находится.

Методы кластерного и факторного анализа позволяют классифицировать переменные и/или категории респондентов по однородным группам (сегментам, кластерам). Иногда оба типа статистического анализа используются в паре. Для проведения факторного и кластерного анализов в паре следует сначала провести факторный анализ, сохранив факторные рейтинги пациентов. Затем для того, чтобы разбить объекты (пациентов) на однородные группы по выбранным критериям нужно провести кластерный анализ на основании полученных групп переменных [1, с. 22].

Дискриминантный анализ позволяет решить задачу о том, какие переменные и как разделяют (дискриминируют) входящий поток данных на группы [1, с. 48].

Для классификации пациентов по интегральному показателю, построенному методом главных компонент факторного анализа, применен метод k-средних кластерного анализа в пакете Statistica 8. В результате пациенты-женщины и пациенты-мужчины были разбиты на 3 кластера.

Задача состоит в построении функций классификации, которые служат для экспресс диагностики пациента на предмет заболеваемости. По значению функций можно сделать вывод: он болен АГ или нет (или в какой степени болен). В качестве группирующей переменной выступает кластер, а независимые переменные – показатели, характеризующие АГ. Для анализа был выбрал метод с пошаговым включением.

Полученные результаты. Для снижения размерности, то есть выделения во всей совокупности показателей тех, которые действительно влияют на изменение зависимой переменной при условии минимальных потерь исходной информации и для построения рейтинга пациентов? был проведен факторный анализ. На основании полученных групп переменных был проведен кластерный анализ. Методом k-средних был определен состав кластеров. После получения результатов классификации были рассчитаны средние значения показателей по каждому кластеру, чтобы оценить, насколько они различаются между собой.

В таблице 1 представлены средние значения показателей в кластерах для пациентов-женщин. Интерпретация этих средних значений представлена в таблице 2. В первую группу вошли пациенты-женщины с нормальными значениями по выбранным показателями, во вторую - которые имеют заболевание АГ, а третью группу составили пациенты-женщины с незначительными нарушениями (нн) показателей.

Таблица 1– Средние значения показателей в кластерах для пациентов-женщин

Кластеры	Кол-во пациентов	вес	ИМТ, кг/м	ЧД	КСР, мм	КСО, мл	КДР, мм	КДО, мл	САД (мм рт. ст.)	ДАД (мм рт. ст.)
1	73	67,5	20,1	16,3	29,2	33,3	45,6	79,35	132,1	84,9
2	155	96,3	31,9	19,7	39,8	66,3	60,2	125,5	173,1	106,0
3	72	78,6	25,6	18,7	36,8	56,2	56,1	112,3	150,7	94,9

Источник: собственная разработка автора по расчетам в пакете Statistica

Таблица 2– Интерпретация средних значений показателей пациентов-женщин

Кластеры	Кол-во пациентов	вес	ИМТ, кг/м	ЧД	КСР, мм	КСО, мл	КДР, мм	КДО, мл	САД (мм. рт. ст.)	ДАД (мм. рт. ст.)
1	73	норма	норма	норма	норма	норма	норма	норма	норма	норма
2	155	болен	болен	болен	болен	болен	болен	болен	болен	болен
3	72	нн	нн	нн	нн	нн	нн	нн	нн	нн

Источник: собственная разработка автора по расчетам в пакете Statistica

Статистика лямбда Уилкса служит для проверки качества дискриминации (чем ближе к 0, тем меньше вероятность ошибочного разделения). Так как значение лямбды Уилкса равно 0,042, следовательно, данная классификация корректна.

Определить принадлежность классифицируемых наблюдений (нового пациента) к определенному кластеру можно с помощью функции классификации (таблица 3).

Таблица 3 – Функции классификации для пациентов-женщин

Показатели	G_1:1 - p=0,24333	G_2:2 - p=0,51667	G_3:3 - p=0,24000
КДР, мм	22,4	65,4	56,8
КСР, мм	20,4	49,5	42,1
САД (мм. рт. ст.)	1,1	12,4	-0,8
КДО, мл	21,4	52,9	48,1
ИМТ, кг/м	5,4	19,9	11,8
КСО, мл	10,1	35,8	29,2
ЧД	4,9	17,5	14,5
Constant	-13,0	-103,4	-67,4

Источник: собственная разработка автора по расчетам в пакете Statistica

По значениям матрицы классификации, представленной в таблице 4, можно сделать вывод, что построенная модель правильно определяет экспертную оценку с точностью 98,3 %. При этом лучше всего она определяет оценку для второго кластера (100 %), хуже для первого (98,6 %) и третьего (94,4 %).

Таблица 4 – Матрица классификации для пациентов-женщин

	Percent-Correct	G_1:1 - p=,24333	G_2:2 - p=,51667	G_3:3 - p=,24000
G_1:1	98,6	72	0	1
G_2:2	100	0	155	0
G_3:3	94,4	1	3	68
Total	98,3	73	158	69

Источник: собственная разработка автора по расчетам в пакете Statistica

Аналогично разбиению пациентов-женщин на однородные группы по выбранным критериям была использована техника кластерного анализа и для пациентов-мужчин. Группа пациентов-мужчин была разбита на 3 кластера. Также средние значения показателей в кластерах и их интерпретация – в таблицах 5 и 6 соответственно.

Таблица 5 – Средние значения показателей в кластерах для пациентов-мужчин

Кластеры	Кол-во пациентов	вес	ИМТ, кг/м	ЧД	КСР, мм	КСО, мл	КДР, мм	КДО, мл	САД (мм. рт. ст.)	ДАД (мм. рт. ст.)
1	146	69,0	20,3	16,6	29,6	40,3	49,8	110,8	129,8	84,4
2	74	90,7	26,6	19,4	38,5	63,6	61,1	157,9	145,1	92,9
3	80	111,6	33,2	21,4	43,8	79,8	69,1	196,2	180,8	111,9

Источник: собственная разработка автора по расчетам в пакете Statistica

Таблица 6 – Интерпретация средних значений показателей пациентов-мужчин

Кластеры	Кол-во пациентов	вес	ИМТ, кг/м	ЧД	КСР, мм	КСО, мл	КДР, мм	КДО, мл	САД (мм. рт. ст.)	ДАД (мм. рт. ст.)
1	146	норма	норма	норма	норма	норма	норма	норма	норма	норма
2	74	нн	нн	нн	нн	нн	нн	нн	нн	нн
3	80	болен	болен	болен	болен	болен	болен	болен	болен	болен

Источник: собственная разработка автора по расчетам в пакете Statistica

В первую группу вошли пациенты-мужчины с нормальными значениями по выбранным показателям, во вторую - пациенты-мужчины с незначительными нарушениями (нн) показателей, а третью группу составили пациенты-мужчины, которые имеют заболевание АГ.

Аналогично проводился анализ, и строились функции для пациентов-мужчин.

Определить принадлежность классифицируемых наблюдений к определенному классу можно с помощью функций классификации, представленных в таблице 7.

Таблица 7 – Функции классификации для пациентов-мужчин

	G_1:1 - p=,48667	G_2:2 - p=,24667	G_3:3 - p=,26667
ИМТ, кг/м	8,6	-28,6	-1,8
КСР, мм	-7,8	94,2	63,2
САД (мм. рт. ст.)	0,2	3,9	25,1
КДО, мл	11,9	23,8	27,6
ЧД	-4,6	-31,9	-16,0
КСО, мл	16,6	-5,3	-7,8
КДР, мм	6,9	16,4	16,8
Constant	-5,4	-28,0	-57,2

Источник: собственная разработка автора по расчетам в пакете Statistica

По таблице 8, содержащей матрицу классификации для пациентов-мужчин, видно, что построенная модель правильно определяет экспертную оценку с точностью 98%. Самый лучший показатель, равный 100 %, имеет третий кластер, 99,3 % - второй, 93,2% - третий.

Таблица 8 – Матрица классификации для пациентов-мужчин

	Percent - Correct	G_1:1 - p=,48667	G_2:2 - p=,24667	G_3:3 - p=,26667
G_1:1	99,3	145	1	0
G_2:2	93,2	4	69	1
G_3:3	100	0	0	80
Total	98	149	70	81

Источник: собственная разработка автора по расчетам в пакете Statistica

Например, F1, F2, F3 соответствуют кластерам 1, 2, 3. При подстановке значений медицинских показателей в классификационные функции, можно определить, к какому классу относится пациент (мужчина). Медицинские показатели пациента представлены в таблице 9.

Таблица 9– Медицинские показатели пациента-мужчины

ИМТ, кг/м	КСР, мм	САД, мм рт. ст.	КДО, мл	ЧД	КСО, мл	ДАД, мм рт. ст.	вес, кг	КДР, мм
26,02	38	155	170	19	67	98	102	60

Источник: собственная разработка автора

Значение классификационной функции, соответствующей первому кластеру, к которому относятся пациенты-мужчины с нормальными медицинскими показателями, $F1 = 3302{,}772$, значение функции, характеризующей второй кластер, который составляют

пациенты-мужчины с незначительными нарушениями, $F2 = 7989{,}928$, а третья классификационная функция приняла значение, равное $F3 = 13683{,}264$.

Так как третья функция классификации приняла наибольшее значение ($F3 = 13683{,}264$), то данное наблюдение относится к третьему кластеру. Исходя из таблицы 6, рассматриваемый пациент болен АГ.

Таким образом, в работе исследованы некоторые медицинские показатели пациентов-женщин и пациентов-мужчин, находящихся на клиническом обследовании. Построено по три однородные группы (кластера) пациентов-женщин и пациентов-мужчин, а также построены классификационные функции, которые могут служить для определения принадлежности новых наблюдений к определенному кластеру.

В результате проделанных анализов – факторного, кластерного и дискриминантного – у пациента можно выявить степень заболевания артериальной гипертензией. По значению классификационной функций можно сделать вывод – пациент болен артериальной гипертензией или нет.

Список литературы

1. Буреева, Н.Н. Многомерный статистический анализ с использованием ППП «STATISTICA» / Н.Н. Буреева. – Нижний Новгород, 2007. – 112 с.

2. Лисицын, Ю.П. Теории медицины XX века / Ю.П.Лисицын. – М.: Медицина, 1999. – 176 с.

The article analyzes the statistics of the incidence of arterial hypertension, a system of indicators characterizing patients with arterial hypertension, clustered patients according to selected indicators, and investigated the discrimination between the three states of human health on the basis of a number of medical indicators.

Сенько Елена Васильевна, студентка 4 курса специальности «Информационные системы и технологии (в экономике)» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: helensenko@mail.ru .

Научный руководитель – ***Будько Ольга Николаевна,*** 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. E-mail: budko_on@grsu.by.

УДК 331.5

А. И. Слаута

АНАЛИЗ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РЫНКА ТРУДА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Проведен анализ спроса и предложения на рынке труда Республики Беларусь. Построены прогнозные модели ARIMA в пакете R, проведена оценка моделей на адекватность и получены данные по показателям на будущий период.

На сегодняшний день существует достаточное количество информации и инструментов, позволяющее производить анализ и прогноз в различных сферах деятельности. Сфера рыночных отношений (конкретно рынок труда) не является исключением. Главнейшей задачей экономической науки является анализ и прогнозирование социально-экономических процессов для целенаправленного воздействия на них.

Рынок труда – это сфера формирования спроса и предложения на рабочую силу. Спрос на рынке труда формируется количеством открытых вакансий на предприятиях всех форм собственности. В свою очередь, предложение – это возможность и желание соискателей работать на условиях, действующих в данный период времени. Таким образом, ситуацию на рынке труда можно описать соотношением количества открытых вакансий и количества безработных.

Для прогнозирования спроса и предложения был использован пакет инструментов R.

В качестве исходных данных были выбраны временные ряды помесячных данных о спросе и предложении на рынке труда Республики Беларусь с января 2011 года по октябрь 2017 года.

Первичный анализ данных с целью выяснения свойств временных рядов и их структуры проведем на основе визуализации рядов. Подходящей функцией в R является – plot() [1]. Результат представлен на рисунке 1.

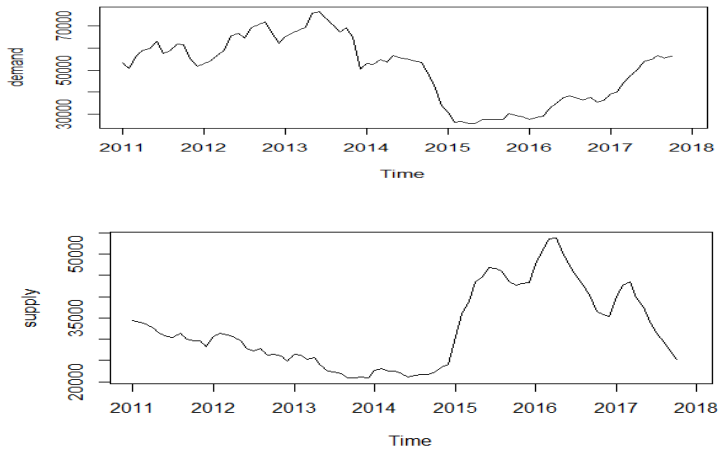


Рисунок 1 – Динамика количества вакансий и безработных на рынке труда по РБ за 2011-2017 гг.

Источник: собственная разработка автора на основании данных [2]

Из рисунка 1 можно предположить, что ряд вакансий является нестационарным. В начале года наблюдается рост количества вакансий, затем спад во втором полугодии. Особенно сильный спад заметен в течение 2014 года. С 2015 года количество вакансий начинает расти. Ситуация с количеством безработных противоположная.

Необходимо точно проверить ряды на стационарность. Оценка стационарности исходного временного ряда осуществляется с использованием формальных тестов, например при помощи расширенного критерия Дикки-Фулера. Данный критерий проверяет гипотезу о наличии единичных корней, и соответственно, если они есть – ряд будет нестационарным [3, с. 214]. В R проверка по тесту Дикки-Фулера выполняется при помощи функции adf.test() [1]. В качестве параметра передается временной ряд и количество лагов, для которых будет рассчитываться тест. Результат теста представлен на рисунке 2.

```
> adf.test(sup,k=12)

 Augmented Dickey-Fuller Test

data:  sup
Dickey-Fuller = -4.2394, Lag order = 12, p-value = 0.01
alternative hypothesis: stationary
```

Рисунок 2 – Результат теста Дикки-Фулера

Источник: собственная разработка автора на основании данных [2]

Проверка по тесту не противоречит тому, что имеется единичный корень и исследуемый ряд вакансий соответствует модели случайного блуждения (не является стационарным). Ряд безработных оказался стационарным исходя из результатов теста.

Поскольку, в соответствии с вычисленными выше статистиками ряд вакансий 2011-2017 годов является нестационарным, то для перехода к стационарному ряду применим оператор взятия последовательных разностей до тех пор, пока они не окажутся стационарными. Проверку стационарности ряда первых разностей проверим тестом Дикки-Фулера. Результат на рисунке 3.

```
> adf.test(dem, k=12)

 Augmented Dickey-Fuller Test

data:  dem
Dickey-Fuller = -3.2749, Lag order = 12, p-value = 0.08155
alternative hypothesis: stationary
```

Рисунок 3 – Тест Дикки-Фулера для анализа ряда двенадцатых разностей

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

Ряд является стационарным, т.к. p значение меньше 0,05. Гипотеза о нестационарности ряда отвергается. Порядок интегрированности $d = 1$. Порядок интегрированности для ряда безработных $d = 0$, т.к. ряд изначально был стационарным.

Для построения модели ARIMA согласно методологии Дж. Бокса и Г. Дженкинса надо прежде всего по исходному ряду определить порядок модели (значения p, d, q, P_x, D_x). Определим параметр D_x. Он определяет порядок интегрированности сезонной разности. Известно, что при решении практических экономических задач не рекомендуется использовать сезонные производные больше первого порядка, а также лучше не применять модели, у которых сумма порядков разностей (сезонных и несезонных) больше двух, т. е. желательно выдерживать соотношение: $d + D_x \leq 2$.

Получим оценки параметров в предположении различных порядков. В результате был получен набор моделей. Воспользуемся функцией arima() [1]. Результат выполнения функции представлен на рисунке 4.

```
Call:
arima(x = dem, order = c(0, 1, 1), seasonal = list(order = c(0, 1, 1), period = 12))

Coefficients:
          ma1     sma1
      0.1361  -0.6668
s.e.  0.1047   0.3013

sigma^2 estimated as 8368231:  log likelihood = -651.35,  aic = 1308.69

Training set error measures:
                    ME     RMSE      MAE       MPE     MAPE      MASE        ACF1
Training set 93.38001 2653.692 1922.003 0.3268144 4.513546 0.7782828 0.02215206
```

Рисунок 4 – Результат выполнения функции arima()

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

Для дальнейшего анализа выбрана модель с наилучшими результатами по критериям AIC и BIC - $ARIMA(1,1,1)(0,1,1)_{12}$ для временного ряда вакансий. А для ряда безработных была выбрана модель – $ARIMA(0,0,1)(0,1,0)_{12}$ Оцененные коэффициенты модели приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Результаты оценивания модели

Вакансии	Ar1	Ma1	Sma1
Коэффициенты	0.9067	-0.7477	-0.5936
s.e.	0.0872	0.1231	0.2301
t-статистика	10.398	-6.0739	-2.5797

Продолжение таблицы 1

Безработные			
Коэффициенты		1.0000	
s.e.		0.173	
t-статистика		5.7803	

Источник: собственная разработка автора на основании данных [2]

Поскольку t-статистики всех коэффициентов по абсолютной величине больше критического значения t-критерия Стьюдента при уровне p=0,05 и числе степеней свободы 90, равного 1,987, то коэффициенты модели являются значимыми на уровне значимости 5%.

Запишем модель $ARIMA(1,1,1)(0,1,1)_{12}$ в виде уравнения:

$$(1 - 0{,}9067B)(1 - B_{12})(1 - B)x_t = (1 - 0.5936B_{12})(1 - 0.7477B)\varepsilon_t$$

Подставив $B_p x_t = x_{t-p}$ получаем:

$$x_t = 1{,}9067x_{t-1} - 0{,}9067x_{t-2} - x_{t-13} + \varepsilon_t - 0{,}7477\varepsilon_{t-1} - 0{,}5936\varepsilon_{t-12} + 0{,}4438\varepsilon_{t-13}$$

С учетом среднего значения равного 50329,3 уровней временного ряда справедливо равенство:

$$y_t = x_t - 50329{,}3$$

В результате получаем следующую модель:

$$y_t = 1{,}9067y_{t-1} - 0{,}9067y_{t-2} - y_{t-13} + \varepsilon_t - 0{,}7477\varepsilon_{t-1} - 0{,}5936\varepsilon_{t-12} + 0{,}4438\varepsilon_{t-13} - 50329{,}3$$

Запишем модель $ARIMA(0,0,1)(0,1,0)_{12}$ в виде уравнения:

$$x_t = x_{t-12} + \varepsilon_t - \varepsilon_{t-1}$$

С учетом среднего значения равного уровней временного ряда 32440,99 справедливо равенство:

$$y_t = x_t - 32440{,}99$$

В результате получаем следующую модель:

$$y_t = x_{t-12} + \varepsilon_t - \varepsilon_{t-1} - 32440{,}99$$

Проведем проверку модели на адекватность на основе анализа остатков. Проверку остатков на нормальность выполним на основе построения гистограммы при помощи функции hist() [1] (рисунок 5).

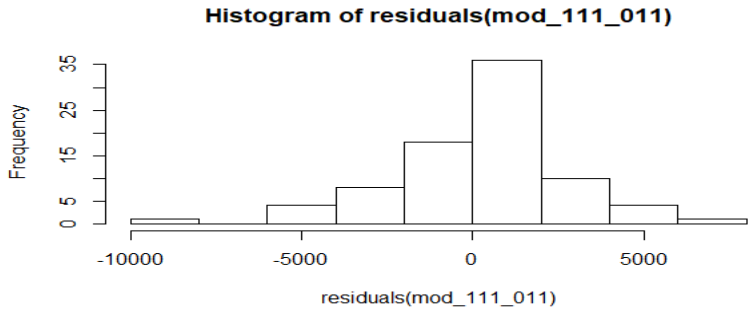


Рисунок 5 – Гистограмма остатков моделей

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

Остатки на рисунке 5 имеют почти симметричный вид, что говорит о том, что остатки модели имеют примерно нормальное распределение.

Прогнозирование на основании моделей обосновано. Для прогноза используется функция forecast() [1]. Результаты прогнозирования представлены на рисунке 6.

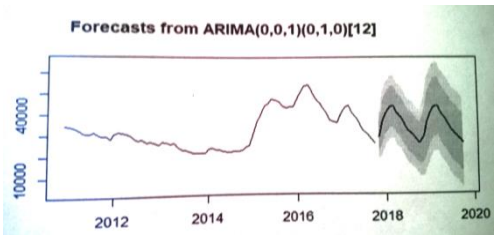


Рисунок 6 – Прогноз по моделям

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

Численные результаты прогноза представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Численные прогнозные значения по модели

Вакансии						
Месяц	Год	Прогноз	Lo 80	Hi 80	Lo 95	Hi 95
Nov	2017	53979.21	50408.29	57550.14	48517.95	59440.47
Dec	2017	51299.18	45833.00	56765.35	42939.38	59658.97
Jan	2018	52967.58	45789.09	60146.06	41989.03	63946.12
Feb	2018	53364.23	44547.91	62180.54	39880.83	66847.62
Mar	2018	56166.16	45753.02	66579.29	40240.64	72091.67
Apr	2018	58786.76	46806.09	70767.43	40463.90	77109.61
May	2018	61439.99	47916.69	74963.30	40757.87	82122.11
Jun	2018	64289.98	49247.49	79332.46	41284.48	87295.47
Jul	2018	64630.66	48092.25	81169.06	39337.34	89923.97
Aug	2018	65398.39	47387.59	83409.19	37853.24	92943.53
Безработные						
Nov	2017	28418.47	21278.98	35557.95	17499.56	39337.37
Dec	2017	35329.00	25302.60	45355.40	19994.94	50663.05
Jan	2018	39894.00	29867.60	49920.40	24559.94	55228.05
Feb	2018	42762.00	32735.60	52788.40	27427.94	58096.05
Mar	2018	43426.00	33399.60	53452.40	28091.94	58760.05
Apr	2018	39775.00	29748.60	49801.40	24440.94	55109.05
May	2018	37483.00	27456.60	47509.40	22148.94	52817.05
Jun	2018	34163.00	24136.60	44189.40	18828.94	49497.05
Jul	2018	31237.00	21210.60	41263.40	15902.94	46571.05
Aug	2018	29692.00	19665.60	39718.40	14357.94	45026.05

Источник: собственная разработка автора

Можно предположить, что при неизменности экономических условий, динамика вакансий на рынке труда будет приближена к данным из таблицы 2.

Список литературы

1. Анализ и визуализация данных [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://r-analytics.blogspot.com.by/p/blog-page_06.html#.Wi7WwSaWTIX. – Дата доступа: 25.02.2018.
2. Спрос и предложение на рынке труда [Электронный ресурс]. – Режим доступа:http://vacancy.mintrud.by/ru/employment-service/job-market/employed-duration/?filter=Средний%20период%20трудоустройства. – Дата доступа: 28.02.2018.
3. Эконометрика: учебник/ С.М. Мхитарян [и др.]; под ред. В.С. Мхитаряна. – М.: Проспект, 2009 – 384 с.

The analysis of supply and demand in the labor market of the Republic of Belarus is conducted. ARIMA forecast models in package R were constructed, models were evaluated for adequacy and data were obtained for indicators for the future period.

Слаута Анна Ивановна, студентка 4 курса специальности «Информационные системы и технологии (в экономике)» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: anya.slauta@mail.ru.

Научный руководитель – ***Цехан Ольга Борисовна,*** доцент, кандидат физико-математических наук, заведующий кафедрой математического и информационного обеспечения экономических систем факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: tsekhan@grsu.by.

УДК 004.42

А. В. Товкач

РАЗРАБОТКА ИНСТРУМЕНТА ДЛЯ ПОИСКА И УСТРАНЕНИЯ ЛОГИЧЕСКИХ УЯЗВИМОСТЕЙ В ИСХОДНОМ КОДЕ ПРОГРАММ НА ОСНОВЕ СТАТИСТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Описан процесс статического анализа исходного кода, который используется с целью поиска логических уязвимостей, также разработан инструмент, который способен осуществлять поиск и устранение логических уязвимостей в исходном коде программ, возникающих при разработке прикладного программного обеспечения на языке C#.

Статический анализ кода – это технология поиска ошибок в исходном коде программ 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. 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.

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 ввиду контроль количества отступов в различных конструкциях, использование пробелов/символов табуляции и так далее.

3. *Подсчет метрик*. Метрика программного обеспечения – это мера, позволяющая получить численное значение некоторого свойства программного обеспечения или его спецификаций [3].

Одним из главных преимуществ статического анализа является возможность существенного снижения стоимости устранения дефектов в программе. Чем раньше ошибка выявлена, тем меньше стоимость ее исправления. Так, согласно опытным данным, исправление ошибки на этапе тестирования обойдется в 10 раз дороже, чем на этапе конструирования программы.

В зависимости от используемого инструмента глубина анализа может варьироваться от определения поведения отдельных операторов до анализа, включающего весь имеющийся исходный код. Способы использования полученной в ходе анализа информации также различны – от выявления мест, возможно содержащих ошибки, до формальных методов, позволяющих математически доказать какие-либо свойства программы (например, соответствие поведения спецификации) [2].

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 своё уникальное синтаксическое дерево. Также синтаксическое дерево является неизменяемым. Пример синтаксического дерева для участка кода представлено на рисунке 1.

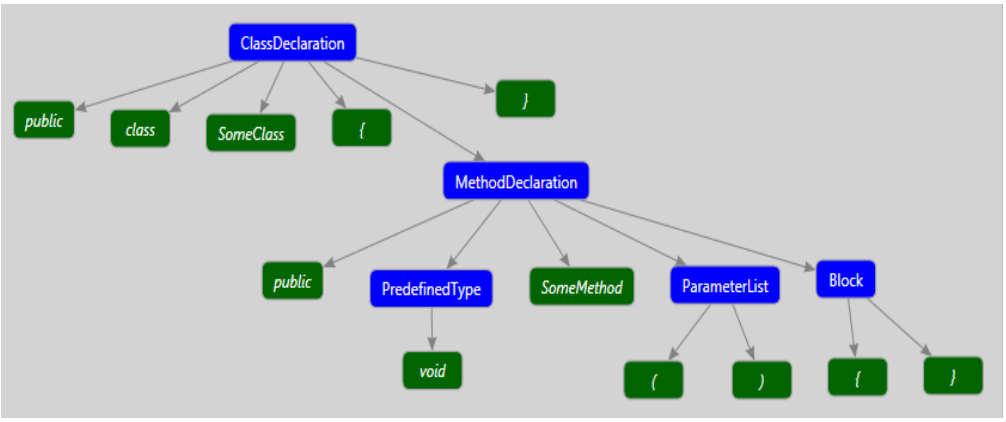


Рисунок 1 – Пример синтаксического дерева

Источник: собственная разработка автора на основании данных [1]

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, идентифи-катор, литерал или пунктуацию;

- **Syntax Trivia** – терминальный узел, отображающий пробел, комментарий или директиву препроцессора.

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 и о типе объекта, а также получение константных значений.

Поиск ошибок статическим анализатором реализуется за счёт 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, придётся дорабатывать диагностику.
6. Предыдущий пункт необходимо повторять до тех пор, пока диагностика не покажет желаемый результат [1].

Для реализации диагностических правил, а также классов для код-фиксеров автором данной работы использовался API-интерфейс, который предоставляет платформа Roslyn. Процесс написания классов для диагностических правил и код-фиксеров основан на использовании стандартных абстрактных классов DiagnosticAnalyzer и CodeFixProvider, которые входят в API данной платформы. Класс **DiagnosticAnalyzer** представляет класс, который используется для того, чтобы подписаться на обход определённых узлов, соответствующих тем или иным конструкциям языка. Именно таким образом производится процесс анализа интересующего участка исходного кода. Класс **CodeFixProvider** используется с целью реализации логики по исправлению ошибки в исходном коде, найденной одним из диагностических правил статического анализа исходного кода. Каждое диагностическое правило должно содержать идентификатор, DiagnosticDescriptor (который, в свою очередь состоит из идентификатора диагностики, названия, форматированного сообщения и уровня сообщения – Warning/Error). А код-фиксер должен возвращать список анализаторов, проблемы которых он готов решить.

При реализации код-фиксера первой задачей которая встает перед автором данной работы является процесс инициализации тех проблем, которые он может решить. Делается это с помощью свойства FixableDiagnosticIds абстрактного класса **CodeFixProvider.** Следующим этапом необходимо зарегистрировать действие по исправлению проблемы. Для этой цели необходимо переопределить метод RegisterCodeFixer.

Основные классы разработанного программного продукта содержатся на диаграмме классов, которая представлена на рисунке 2.

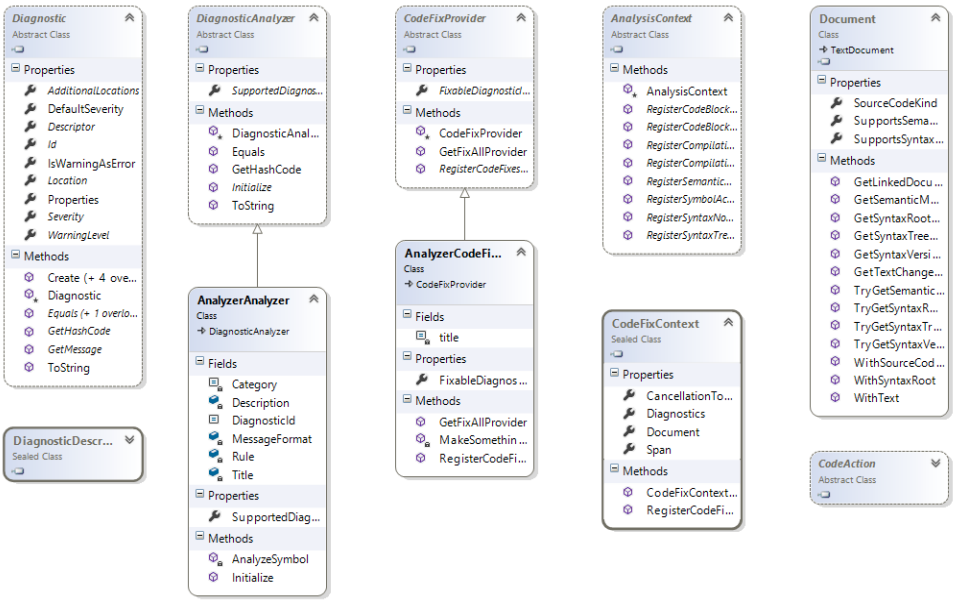


Рисунок 2 – Диаграмма классов

Источник: собственная разработка автора

Разработанный статический анализатор работает следующим образом:

– считывает файл с исходным кодом приложения в память;

– преобразует строковое представление файла в памяти в синтаксическое дерево с помощью средств компилятора Roslyn;

– проверяет полученное синтаксическое дерево на соответствие условиям, заданным алгоритмом выявления уязвимостей;

– по результатам проверки выдает решение о наличии или отсутствии уязвимостей разных типов.

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 способен подключатся как вспомогательный сторонний модуль к Microsoft Visual Studio с помощью расширения Nuget, которое позволяет с легкостью устанавливать, обновлять и удалять библиотеки, компоненты, инструменты. Это обеспечивает вывод ошибок, найденных данным инструментом, в стандартный список ошибок Microsoft Visual Studio.

Данный инструмент способен выполнять широкий спектр проверок кода с целью обнаружения участков кода, где явно присутствуют ошибки при использовании синтаксических конструкций языка программирования C# (обработка исключений, использование атрибутов и др.), а также показывает предупреждения и возможные варианты для исправления, найденных в исходном коде типовых ошибок, возникающих в процессе разработки прикладного программного обеспечения на языке программирования C#. Пример работы инструмента для разработчиков представлена на рисунке 3.

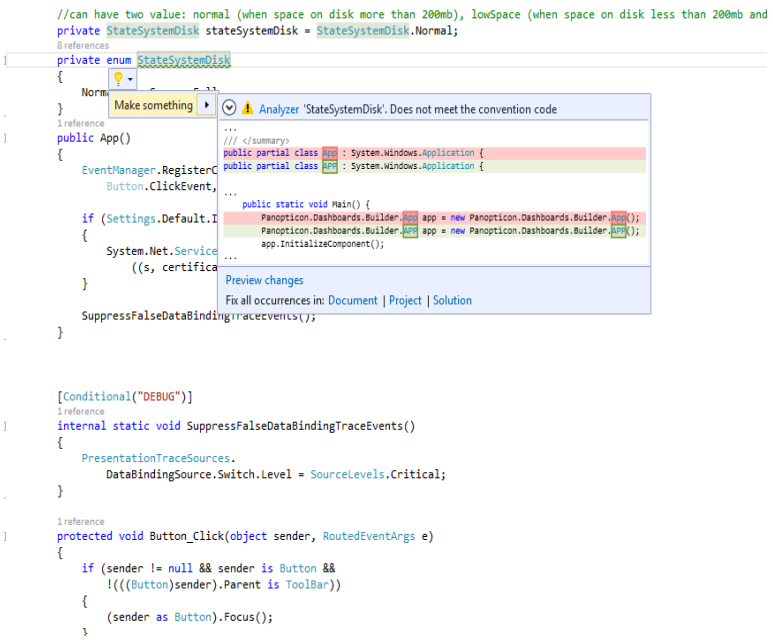


Рисунок 3 – Работа инструмента для разработчиков

Источник: собственная разработка автора

Список литературы

1. Введение в Roslyn. Использование для разработки инструментов статического анализа [Электронный ресурс] / Хабрахабр. – 2018. – Режим доступа: https://habrahabr.ru/company/pvs-studio/blog/301204. – Дата доступа: 20.02.2018.

2. Цыганенко Н.П. Статический анализ кода мобильных приложений как средство выявления его уязвимостей [Электронный ресурс] / Н.П. Цыганенко. – 2018. – Режим доступа: https://elib.belstu.by/handle/ 123456789/15304. – Дата доступа: 20.02.2018.

3. Регулярное использование статического анализа кода в командной разработке [Электронный ресурс] / Хабрахабр. – 2018. – Режим доступа: https://habrahabr.ru/company/intel/blog/103776. – Дата доступа: 20.02.2018.

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 1 курса магистратуры специальности «Прикладной компьютерный анализ данных» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: andrejtovkach@yandex.ru.

Научный руководитель – ***Проневич Андрей Францевич,*** 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. E-mail: pranevich@grsu.by

УДК 338.5

А. Д. Турач

РАЗРАБОТКА И ПРОДВИЖЕНИЕ ВЕБ-РЕСУРСА «МЕДИАДОМ»

Проанализировано медиапространство Гродненщины, обозначены проблемы медиаобразования, разработана концепция веб-ресурса «МедиаДом», разработана стратегия продвижения веб-ресурса «МедиаДом», проведён SWOT-анализ.

В XXI веке, веке информационных технологий, постоянно расширяется информационное пространство, генерируются терабайты информации, увеличиваются объемы информационных потоков, растет количество информационного мусора, назревают информационные угрозы.

Информационные технологии, интернет проникают во все сферы жизни общества, и в текущих реалиях сложно представить жизнь без этого. Молодое поколение с раннего возраста посредством смартфонов, планшетов, компьютеров, все больше погружается в интернет, попадая под воздействие глобальных трендов, игнорируя национальные традиции, потенциал и положительный опыт региональных медиа. Старшее поколение вынуждено приспосабливаться к новым условиям, ломая привычные модели коммуникации.

И ни те, ни другие не понимают в полной мере, как правильно вести себя в медиапространстве, как фильтровать и классифицировать информацию, как формировать свой имидж в сети, каким образом коммуницировать с другими пользователями. Опыт получают путем проб и ошибок, часто копируя не самые удачные модели поведения, потому что в одиночку сложно выработать верный алгоритм поведения. Многие небрежно пользуются интернетом, не задумываясь о последствиях своих действий.

В этих условиях необходимо объединить усилия педагогов, исследователей медиапространства, практикующих специалистов и студентов, изучающих сферу масс-медиа, и привлечь людей к проблеме медиаграмотности. Именно это профессиональное сообщество погружено в существующие проблемы, оно неравнодушно к происходящим процессам и способно изменить ситуацию на региональном уровне. Для этого планируется разработка веб-сайта «МедиаДом», который будет носить информационно-образовательный характер, позволит привлечь заинтересованных лиц к обозначенным проблемам, и удовлетворить их информационные потребности. На начальном этапе проект будет носить локальный характер для Гродненского региона с возможностью последующего расширения до республиканского и международного.

Чтобы полностью раскрыть потенциал веб-сайта необходимо чётко обозначить цель и выработать стратегию продвижения веб-сайта. Основная цель веб-сайта «МедиаДом» – содействие развитию системы медиаобразования на Гродненщине. В рамках поставленной цели предполагается решение следующих задач:

– провести анализ медиапространства Гродненщины, выявить подходы к реализации идеи медиаобразования в регионе;

– выявить особенности коммуникативного поведения жителей Гродненщины в целом и молодежи в частности;

– разработать концепцию информационно-образовательного интернет-ресурса, посвященного медиаобразованию;

– определить стратегию и набор необходимых инструментов продвижения сайта «МедиаДом»;

– разработать архитектуру и подготовить уникальный контент интернет-ресурса – интерактивный образовательный продукт, в основу которого положены результаты научных исследований и творческих работ студентов;

– обеспечить вовлечение профессионального сообщества (преподавателей, исследователей медиа, журналистов, специалистов в сфере рекламы и PR) в реализацию медиаобразовательного проекта.

На следующем этапе были выявлены следующие целевые группы, в первую очередь это: учащиеся учреждений среднего образования, учащиеся учреждений профессионально-технического и среднего специального образования, студенты вузов, а также педагогическое сообщество и медиасообщество (журналисты, специалисты в сфере рекламы и PR).

В рамках обозначенной проблематики и с учётом целевой аудитории была разработана концепция информационно-образовательного веб-ресурса «МедиаДом», который предлагает новый формат знаний о медиа. Благодаря интерактивным инструментам медиаобразования молодые люди получают знания об истории и актуальных тенденциях развития медиасреды, знакомятся с правилами пользования веб-ресурсами и учатся выстраивать грамотную стратегию поведения в медиапространстве в целом и в социальных сетях в частности. Данный ресурс позволит использовать медиаобразовательные материалы и педагогам для проведения тематических занятий, и учащимся, имеющим потребность в повышении медиаграмотности. Сайт состоит из трех разделов, обеспечивающих целостное восприятие медиапространства Гродненщины: прошлое – МедиаЛЕСТНИЦА, настоящее МедиаГОСТИНАЯ (МедиаОКНА и МедиаСАЛОН), будущее – МедиаКУХНЯ.

Прошлое. МедиаЛЕСТНИЦА

Медиапространство Гродненщины имеет широкое поле для изучения и познания. В историю гродненской журналистики вписаны имена известных белорусских ученых, писателей, общественных деятелей: Антония Тизенгауза, Теодора Нарбута, Адама Богдановича, Василя Быкова, Зоськи Верас и др. Однако существует проблема, которая связана с неосведомлённостью жителей региона о журналистах, изданиях, особенностях становления данной сферы.

МедиаЛЕСТНИЦА представляет историю становления и развития медиапространства Гродненщины, содержит уникальные архивные материалы и сведения о выдающихся личностях и ключевых событиях, представленные в инфографике. Каждый из 5 подразделов МедиаЛЕСТНИЦЫ включает в себя блоки «Медиа», «Персоны», «Проекты».

Настоящее. МедиаГОСТИНАЯ

МедиаГОСТИНАЯ, отражающая современность медиапространства, содержит два блока;

МедиаОКНА – это, во-первых, лента событий, актуальных в информационном поле Гродненщины; во-вторых, результаты студенческих научных медиаисследований, адаптированные под формат информационно-образовательного веб-ресурса;

МедиаСАЛОН – площадка для публикации мнений специалистов в сфере масс-медиа о современном состоянии медиапространства.

Таким образом, каждый посетитель сайта будет осведомлён о том, что происходит в медиасфере сегодня, какие вопросы являются актуальными, на что стоит обратить внимание. Кроме того, активность медиаперсон в этом разделе позволит оптимизировать работу по реализации образовательной медиапрограммы в рамках социального партнерства и оказать влияние на представление целевых групп о медиапространстве Гродненщины.

Будущее. МедиаКУХНЯ

В разделе «МедиаКУХНЯ» представлены инновационные медиаобразовательные технологии, которые направлены на формирование медиакомпетенций, повышение уровня медиаграмотности молодежи. Раздел содержит такие блоки, как «Тесты», «Лекции»,

«Курсы», «Мероприятия», что в совокупности составляет интерактивную медиаобразовательную часть сайта «МедиаДом».

Проблемное поле медиаобразования обширно, затрагивает вопросы, связанные с поиском информации и ее верификацией, с технологиями самопрезентации в сети интернет (ведение собственного аккаунта в социальных сетях, производство собственного медиаконтента), со знанием медиа, пониманием актуальных тенденций их развития, осознанием медиаугроз, а также с обеспечением собственной безопасности в интернете (размещение личных данных, установление контактов, совершение покупок, использование электронных денег) и др.

На сегодняшний день интернет – одна из наиболее эффективных рекламных площадок, именно поэтому от того, насколько эффективно работает on-line представительство компании, во многом зависит ее успех на рынке. Именно поэтому разработка и продвижение веб-ресурса – процесс, к которому нужно подходить со всей ответственностью.

Что касается стратегии продвижения сайта, рассмотрим основные действия, направленные на раскрутку сайта в сети интернет и привлечения целевой аудитории. Одним из основных элементов интернет-маркетинга является SEO (Search Engine Optimization), то есть оптимизация под поисковые системы. Не секрет, что поиском информации в сети интернет занимаются роботы и программы, которые решают, какую информацию выдать пользователю по тому или иному запросу, так вот что бы сделать информацию более привлекательной для поисковиков и нужно оптимизировать сайты.

Рассмотрим комплекс мер направленных на внутреннюю оптимизацию веб-ресурса:

1. Первым делом стоит заняться формированием семантического ядра, подбора ключевых слов, то есть, по каким словам, и фразам пользователи смогут отыскать сайт на просторах интернета;
2. Следующим шагом следует настроить теги и метатеги, например, теги хранящие заголовки и названия страниц, должны отражать содержание и быть уникальными для каждой страницы. Также существует много тегов, которые визуально отображаются одинаково, но для машинных программ интерпретируются по-разному;
3. Важным элементом является дизайн сайта и удобная навигация, от которых зависит захочет ли пользователь посетить его снова;
4. Написание уникального и качественного контента;
5. Увеличение скорости работы сайта и загрузки страниц:
6. Переход на HTTPS (HyperText Transfer Protocol Secure), то есть повысить безопасность сайта, такие сайты имеют более высокий приоритет для поисковиков;
7. Адаптация под мобильные устройства.

Что касается внешней оптимизации, то нужно зарегистрироваться в каталогах поисковых систем. Веб-ресурс «МедиаДом» будет базироваться на электронной платформе Гродненского государственного университета имени Янки Купалы. Это позволит привязать сайт к университетской платформе, тем самым дав возможность получить уникальное доменное имя и повысить авторитет сайта в глазах пользователей. Также возможность сотрудничества с известными медиа региона, через двустороннюю рекламу.

В бизнес-планировании используется много методологий. Одна из наиболее известных – это анализ SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), заключающаяся в выявлении факторов внутренней и внешней среды [1, с.98].

Проведем SWOT-анализ веб-ресурса «МедиаДом» (таблица).

Таблица – SWOT-анализ веб-ресурса «МедиаДом»

Strengths (достоинства)	Weaknesses (недостатки)
– Повышение уровня медиакомпетенции – Единственный продукт на рынке региона – Творческая команда профессионалов – Логика и алгоритм построения контента – Использование синергетических эффектов (совокупность каналов воздействия)	– Высокая степень неупорядоченности медийной информации – Низкий уровень осведомлённости целевой аудитории – Отсутствие опыта реализации подобного рода проектов – Отсутствие коммуникационной системы взаимодействия с целевой аудиторией
Opportunities (возможности)	**Threats (угрозы)**
– Успешное функционирование Инновационного медиакластера Гродненской области (стратегии в сфере медиаобразования: госполитика в системе образования) – Рост количества пользователей социальных сетей – Развитие современных ИКТ (информационно-коммуникационных технологий) – Рост влияния современных гибридных медиа на общественное мнение	– Низкий уровень заинтересованности целевой аудитории – Падение интереса к медийной информации и недостаточная востребованность идеи медиаобразования – Изменение государственной политики в сфере медиаобразования и регулирования СМИ – В школе – стандартизация медиаобразования

Источник: собственная разработка автора на основании данных [1, с. 99].

Данный SWOT-анализ показывает возможности, которые можно использовать для быстрого развития, а также существующие приоритеты. Он создает хорошую отправную точку для разработки долговременной стратегии и возможных тактических маневров.

Таким образом был разработан информационно-образовательный веб-ресурс «МедиаДом» и предложен комплекс мер по его продвижению. Данный ресурс владает рядом преимуществ, среди которых ключевыми являются следующие:

– объединение научного и творческого потенциала преподавателей, студентов и представителей медийного профессионального сообщества для достижения цели проекта;

– развитие сайта как многофункциональной коммуникационной медиаобразовательной площадки;

– изучение современного медиапространства с соблюдением принципа преемственности традиций и опыта региональных медиа;

– использование научных исследований для разработки интерактивного образовательного продукта;

– использование интерактивных технологий для презентации результатов работы в соответствующей интересам целевой аудитории форме;

– привлечение медийных личностей как представителей профессионального сообщества, имеющего авторитетное, экспертное мнение;

– обоснование необходимости внедрения медиаобразовательных курсов в практику преподавания в учреждениях образования;

– формирование имиджа региона.

Список литературы

1. Энж, Э. SEO – искусство раскрутки сайтов: Пер. с англ. / Э. Энж, С. Сненсер, Р. Фишкин, Д. Стрикчиола. – 2-е изд. нераб. И дон. – СПб.: БХВ-Петербург, 2014. – 688 с.

The article analyzes The Grodno region's media space, identified the problems of media education, developed the concept of the «MediaDom » web resource and the strategy for promoting the web resource MediaDom, was made the SWOT analysis.

Турач Александр Дмитриевич, студент 4 курса специальности «Управление информационными ресурсами» факультета математики и информатики Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: turach.ad@gmail.com.

Научный руководитель – ***Лешук Сергей Валерьевич,*** старший преподаватель кафедры экономика и управление на предприятии факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: s.leshuk@grsu.by

УДК 338:004.9

М. Н. Турлюк

РАЗРАБОТКА ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ДЛЯ АНАЛИЗА РЕЗУЛЬТАТОВ РЕЙТИНГОВОЙ ОЦЕНКИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОФЕССОРСКО-ПРЕПОДАВАТЕЛЬСКОГО СОСТАВА ВУЗА

Изучены понятия системы принятия решений на основе разработки программных приложений. Разработана информационная система для отображения результатов рейтингового анализа деятельности сотрудников ВУЗа, рассмотрены дальнейшие направления ее усовершенствования.

Все большее место в современной науке занимают проблемы принятия решений, которые в широком плане можно рассматривать как проблемы анализа сложных систем. Можно сказать, что системы поддержки принятия решений присутствуют в любой информационно-управляющей системе. Проблема разработки и внедрения систем поддержки принятия решений становится особенно актуальной по мере развития предприятия, упорядочения структуры организации и налаживания межкорпоративных связей.

Внутривузовский мониторинг качества работы профессорско-преподавательского состава позволяет определить уровень учебного и научно исследовательского процессов, а также условий и результатов подготовки специалистов и деятельности факультетов, кафедр, выйти на сравнительный анализ, выявить тенденции, определить причины или факторы, тормозящие либо стимулирующие улучшение качественных аспектов работы ВУЗа. Рейтинговая система применяется с целью оценки деятельности преподавателей, кафедр факультетов, а также ВУЗов в целом.

При этом актуальной является проблема своевременного и всестороннего информирования профессорско-преподавательского состава университета о результатах рейтинговой оценки. В связи с этим целью данной работы является разработка информационной системы, позволяющей ее пользователям анализировать результаты деятельности работников из числа профессорско-преподавательского состава и получать рекомендации с учетом достигнутых результатов.

Объектом исследования выступил преподавательский состав ВУЗа. Предмет исследования – это оценка деятельности работников из числа профессорско-преподавательского состава на основе действующей рейтинговой системы.

Рейтинг – это числовой показатель уровня оценок деятельности учреждения, организации или отдельной личности. Можно сказать, что «рейтинг» – это система упорядочения в виде списка качества любых объектов на основе количественных показателей, или рейтинговых оценок [1, с. 42]. Рейтинг как система оценки по формальным показателям обладает ясностью критериев, простотой проведения и отсутствием возможности произвольно завышать или занижать оценку в зависимости от того, чья деятельность оценивается. Это делает рейтинг наиболее перспективной технологией и позволяет рекомендовать его для оценки профессиональной деятельности преподавательского состава вуза.

Деятельность преподавателя вуза многогранна: он является основным звеном в процессе обучения, одновременно участвуя в научной, организационно-методической, воспитательной и общественной работе.

Профессорско-преподавательский состав является основным и наиболее ценным активом высшего учебного заведения, от качества и эффективности его работы непосредственно зависят, как успех образовательной деятельности, так и развитие системы образования в целом. Полученные результаты являются основанием для принятия управленческих решений в ВУЗе, а также для решения задач управления качеством образования и профессиональной подготовки будущих специалистов.

Для анализа информации о результате деятельности сотрудников ВУЗа была разработана информационная система (ИС). Жизненный цикл ИС можно представить в виде ряда диаграмм [2, с. 15].

На диаграмме использования изображаются: экторы, варианты использования (прецеденты), комментарии и отношения между элементами диаграммы [2, с. 38]. Фрагменты диаграммы использования представлены на рисунках 1, 2 и 3.

Рисунок 1 – Эктор преподаватель

Источник: собственная разработка автора

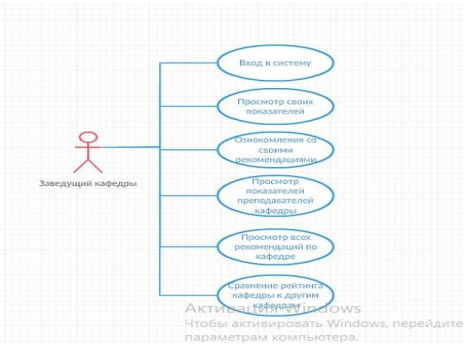


Рисунок 2 – Эктор заведующий кафедрой

Источник: собственная разработка автора

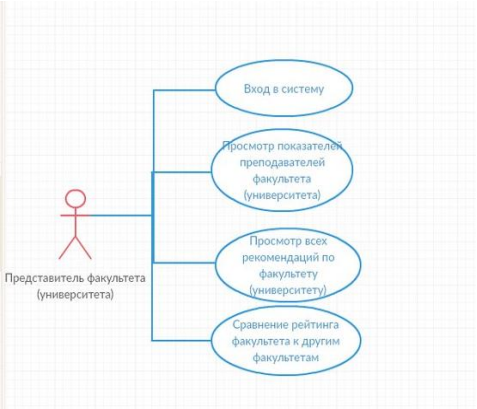


Рисунок 3 – Эктор представитель факультета

Источник: собственная разработка автора

Диаграмма последовательности демонстрирует взаимодействия между несколькими объектами, которые упорядочиваются в соответствии со временем их проявления. Главными элементами в данном случае выступают обозначения различных объектов, а также линии, отображающие течение времени и деятельность определенного объекта или же выполнение им какой-либо функции [2, с. 102]. Диаграмма последовательности между объектами представлена на рисунке 4.

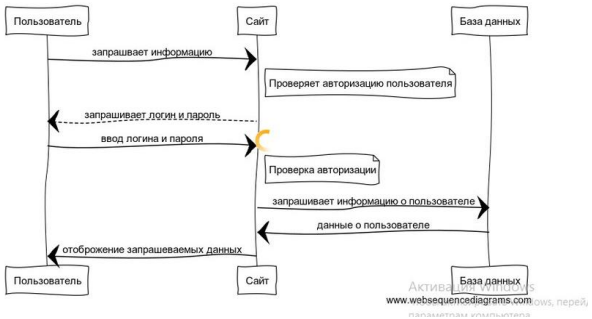


Рисунок 4 – Диаграмма последовательности

Источник: собственная разработка автора

На следующем этапе разработки системы было создано web-приложение. Главной целью создания такого приложения является предоставление информации лицам, участвующим в системе рейтинговой оценки, а также процессе принятия управленческих решений в ВУЗе.

Web-приложение позволит отслеживать результаты рейтингового анализа, включающего в себя оценку работы представителей профессорско-преподавательского состава кафедр, а также вклад каждого отдельно взятого преподавателя.

Процедура расчета рейтинга выполняется в приложении автоматически. На основании учтенных результатов деятельности и бальной оценки показателей в расчетный период процедура расчета рейтинга производит оценку показателей и итоговый рейтинг.

Рейтинг подсчитывается по итогам учебного года и складывается из параметров: результативность учебной деятельности, результативность методической деятельности, работа с документами, трудовая дисциплина, работа с талантливой молодежью, участие в реализации образовательных проектов, оказание платных образовательных услуг,

выставочная деятельность, участие в научных конференциях как самостоятельно, так и курируя студентов, и т.д.

Для разработки программного продукта была использована система управления контентом WordPress. Программный продукт, расположенный по адресу http://my.ru/, имеет два пользовательских интерфейса: непосредственно пользовательский и интерфейс суперпользователя. Первый является общедоступным, ко второму доступ имеет лишь администратор, который может отслеживать результаты рейтингования, что недоступно простому пользователю.

Разработанный сайт доступен всем пользователям. Пользователь попадает на главную страницу с представленным на рисунке 5 интерфейсом.

Рисунок 5 – Главная страница сайта

Источник: собственная разработка автора

Также на главной странице находится вкладка «Рейтинг», где находятся вкладки: «Факультет», «Кафедра», «Сотрудник». В разделе «Факультет» можно выбрать факультет, на котором работает интересующий нас преподаватель. То же самое проделываем со вкладкой «Кафедра». Далее выбираем сотрудника (рисунок 6).

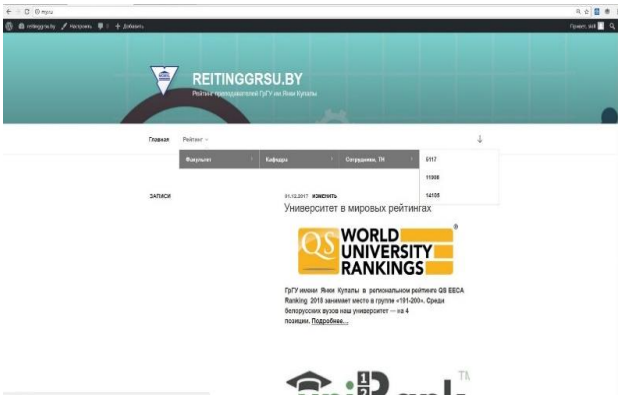


Рисунок 6 – Выбор преподавателя

Источник: собственная разработка автора

Результат, выданный нам после выбора факультета, кафедры и самого сотрудника, можно увидеть на рисунке 7. Преподавателя характеризуют такие показатели, как учебная ставка, научная ставка, учебная работа, научная работа, воспитательная работа. На данной

странице выводится результат по этим показателям и внизу выводится итог о проделанной работе. Еще ниже представлена диаграмма, на которой в процентном соотношении отражаются результаты работы преподавателя.

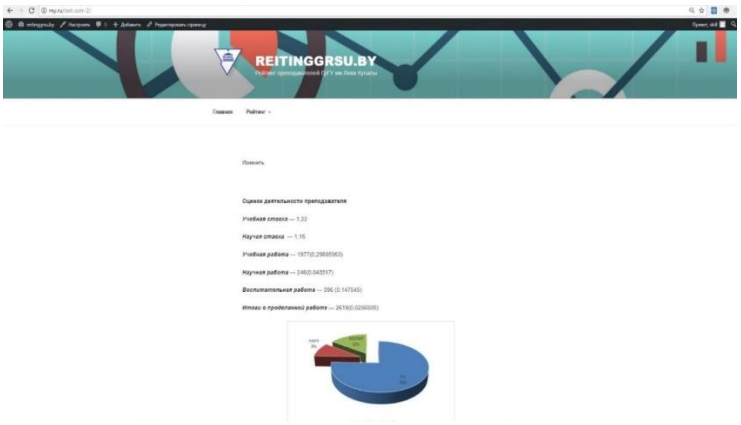


Рисунок 7 – Результаты работы преподавателя

Источник: собственная разработка автора

Таким образом, с помощью CMS WordPress было разработано web-приложение для отображения рейтинговой системы ВУЗа. Сайт имеет значительный потенциал дальнейшего развития. Предполагается усовершенствование разрабатываемого приложения в части предоставления отдельным пользователям (из числа ППС) персонифицированных рекомендаций на основе анализа результатов их деятельности и результатов деятельности других сотрудников со сходными характеристиками.

Список литературы

1. Васильева, Е.Ю. Рейтинг преподавателей и кафедр в вузе / Е.Ю.Васильева // Университетское управление: практика и анализ. – 2007.- №3. – С.39-48.

2. Грекул, В. И. Проектирование информационных систем: учеб. пособие / В. И. Грекул - М.: Интернет-Ун-т Информ. технологий, 2005–304 с.

The concepts of decision-making system and rating system are studied. A system of indicators characterizing the activity of the teaching staff is formulated and analyzed. The information system of the university's rating system was developed, as well as the prerequisites for creating a website and recommendations for its further development.

Турлюк Максим Николаевич, студент 4 курса специальности «Информационные системы и технологии (в экономике)» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: turlyuk@inbox.ru.

Научный руководитель – ***Гринь Наталья Вячеславовна,*** кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры математического и информационного обеспечения экономических систем факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь. E-mail: grin_nv@grsu.by.

УДК 0004.932.2

А. А. Чверток

КОМПЬЮТЕРНОЕ ЗРЕНИЕ И РАСПОЗНАВАНИЕ ОБРАЗОВ

В работе проанализированы алгоритмы обработки видеоинформации. Исследованы возможности применения данных алгоритмов, а также использование алгоритмов обработки видеоинформации для распознания и отслеживание объектов в видеопотоке.

Основную часть информации о внешнем мире человек получает по зрительному каналу и далее весьма эффективно обрабатывает полученную информацию при помощи аппарата анализа и интерпретации визуальной информации. Поэтому встает вопрос о возможности машинной реализации данного процесса. За счет возрастания сложности решаемых научно-технических задач, автоматическая обработка и анализ визуальной информации становятся все более актуальными вопросами. Данные технологии используются в весьма востребованных областях науки и техники, таких как автоматизация процессов, повышение производительности, повышение качества выпускаемых изделий, контроль производственного оборудования, интеллектуальные робототехнические комплексы, системы управления движущимися аппаратами, биомедицинские исследования и множество других.

Одно из важных современных направлений в программном обеспечении — программы, обладающие компьютерным зрением. Данная технология позволяет анализировать информацию в изображениях и видеофайлах. Например, читать текст, или обнаруживать расположение определенных объектов.

Компьютерное зрение – теория и технология создания машин, которые могут производить обнаружение, отслеживание и классификацию объектов.

Как научная дисциплина компьютерное зрение относится к теории и технологии создания искусственных систем, которые получают информацию из изображений. Видеоданные могут быть представлены множеством форм, таких как видеопоследовательность, изображения с различных камер или трехмерными данными, например, с устройства Kinect или медицинского сканера.

Как технологическая дисциплина компьютерное зрение стремится применить теории и модели компьютерного зрения к созданию систем компьютерного зрения. Примерами применения таких систем могут быть:

1. системы управления процессами;
2. системы видеонаблюдения;
3. системы организации информации;
4. системы моделирования объектов или окружающей среды;
5. системы взаимодействия;
6. вычислительная фотография, например для мобильных устройств с камерами.

Компьютерное зрение также может быть описано как дополнение к биологическому зрению. В биологии изучается зрительное восприятие человека и различных животных, в результате чего создаются модели работы таких систем в терминах физиологических процессов. Компьютерное зрение, с другой стороны, изучает и описывает системы компьютерного зрения, которые выполнены аппаратно или программно. Междисциплинарный обмен между биологическим и компьютерным зрением оказался весьма продуктивным для обеих научных областей.

Компьютерное зрение применяется для распознавания объектов, видеоаналитики,

описания содержания изображений и видео, распознавания жестов и рукописного ввода, а также для интеллектуальной обработки изображений.

В данное время библиотека OpenCV является наиболее известной библиотекой компьютерного зрения.

OpenCV (open source computer vision library) — это библиотека компьютерного зрения с открытым исходным кодом [10]. Также, она существует для некоторых других языков, например, для Java. Включает в себя различные алгоритмы компьютерного зрения, распознавания изображений и многих других, работающих в реальном режиме времени. Все желающие могут использовать библиотеку OpenCV бесплатно как в образовательных целях, так и в коммерческих проектах.

Она включает в себя следующие алгоритмы:

1. распознавание объектов в видеопотоке;
2. распознавание печатного и рукописного текстов;
3. устранение искажений картинки;
4. выявление сходства и формы объектов;
5. слежение за перемещением объекта;
6. распознавание движений, жестов и многое другое.

Эта библиотека представляет собой набор модулей, каждый из которых связан с определенной областью компьютерного зрения.

Существует множество методов распознавания объектов на изображении. Выбор конкретных методов обусловлен, особенностями объекта, который требуется распознать. Часто бывает, что задача распознавания ставится неформальным образом – свойства искомого объекта задаются без строгих математических параметров. Для решения такой задачи необходимо сформулировать свойства нужного объекта и создать устойчивый метод для обнаружения объектов, соответствующих заданным параметрам.

Для решения поставленной задачи необходимо найти, обобщить и сформулировать в математических терминах эмпирические наблюдения. То есть формализовать параметры искомого объекта.

Главная трудность состоит в том, что описать все свойства практически невозможно и эти свойства могут соответствовать не всем объектам. Поэтому в процессе математической формализации допускаются упрощения, которые в результате снижают качество алгоритма и понижают точность.

В итоге можно сказать, что при решении задачи распознавания необходимо найти оптимальное соотношение сложности вычислений и желаемой точности.

На примере распознавания образов использовали распознавание транспортных средств в видеопотоке. Существует множество методов распознавания образов в видео, например, каскадный классификатор Haar [6]. Обнаружение объектов с использованием HaarCascade - метод обнаружения объектов, предложенный Полом Виолой и Майклом Джонсом в своей статье «Быстрое обнаружение объектов с использованием расширенного каскада простых функций» в 2001 году [11]. Это подход, основанный на механизме обучения. Каскадная функция обучается из множества положительных и отрицательных изображений. Затем он используется для обнаружения объектов на других изображениях. Данный метод требует много положительных изображений (изображений с объектом) и негативных изображений (изображений где данного объекта нет) для обучения классификатора. Создав каскадный классификатор с положительными и отрицательными изображениями, можно приступить к распознанию. Результат распознания с использованием каскадного классификатора, можно увидеть на картинке ниже (рисунок 1).

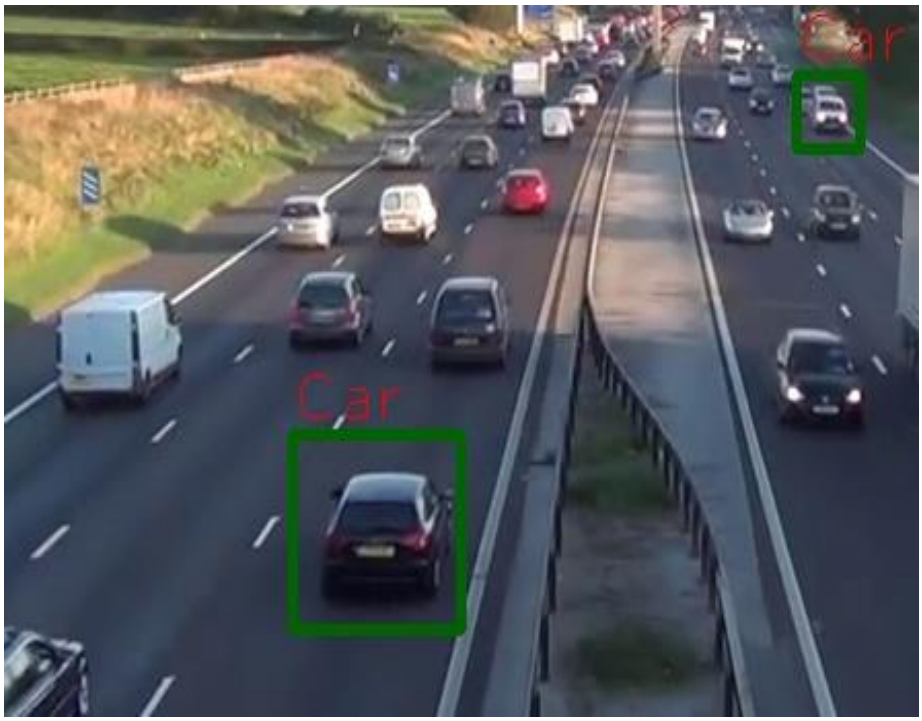


Рисунок 1 – Распознавание с использованием каскадного классификатора

Источник: собственная разработка автора.

Данный метод является неэффективным, так как на обучение классификатора требуется много времени, ведь от количества положительных и отрицательных фотографий зависит точность распознавания. При обучении классификатора нужно учесть, что объекты могут быть под разными углами и разном освещении, напрямую от этого зависит точность распознавания.

Следующим методом распознавания транспортных средств в видеопотоке является вычитание фона (Background Subtraction). Большинство существующих алгоритмов вычитания фона основывается на сравнении цвета пикселей или блоков очередных кадров со своими цветовыми моделями. Вычитание фона является основным шагом предварительной обработки во многих приложениях. Технически нужно извлечь движущийся передний план из статического фона. Если есть изображение фона в одиночку, изображение дороги без транспортных средств – это легкая работа. Необходимо лишь вычесть новое изображение из фона. При этом получаются объекты переднего плана в одиночку. Но в большинстве случаев может не быть такого изображения, поэтому нужно извлечь фон из любых изображений, которые есть. Это становится более сложным, когда есть тень транспортных средств. Поскольку тень также движется, простое вычитание будет означать это также как передний план, что усложняет ситуацию.

Для этой цели было введено несколько алгоритмов. OpenCV реализовал три таких алгоритма, которые очень просты в использовании [8].

BackgroundSubtractorMOG – этот алгоритм основан на гауссовском распределении на основе фона переднего плана [4]. Данный алгоритм использует метод моделирования каждого фонового пикселя с помощью смеси гауссовых распределений.

BackgroundSubtractorMOG2 – этот алгоритм также является алгоритмом на основе геометрии фона переднего плана на основе Гаусса. Важной особенностью этого алгоритма является то, что он выбирает соответствующее количество гауссовского распределения для каждого пикселя. Он обеспечивает лучшую адаптацию к изменяющимся объектам из-за

изменений освещения.

BackgroundSubtractorGMG – он использует первые несколько кадров (по умолчанию 120) для фонового моделирования. В нем используется вероятностный алгоритм сегментации переднего плана, который идентифицирует возможные объекты переднего плана с использованием байесовского вывода. Оценки являются адаптивными; более новые наблюдения более сильно взвешены, чем старые наблюдения, для размещения переменного освещения. Для устранения нежелательного шума выполняется несколько операций морфологической фильтрации, таких как закрытие и открытие. Вы получите черное окно во время первых нескольких кадров.

Распознание с использованием этих алгоритмов происходит следующим образом: выделяется два объекта, один для хранения кадра, а другой для хранения переднего плана маски. Затем маска накладывается на кадр и получается движущейся объект переднего плана кадра.

В результате исследования аналогов распознания образов, была разработана программа по распознаванию транспортных средств и отслеживания их в видеопотоке с использованием алгоритма BackgroundSubtractorMOG2 (рисунок 2).

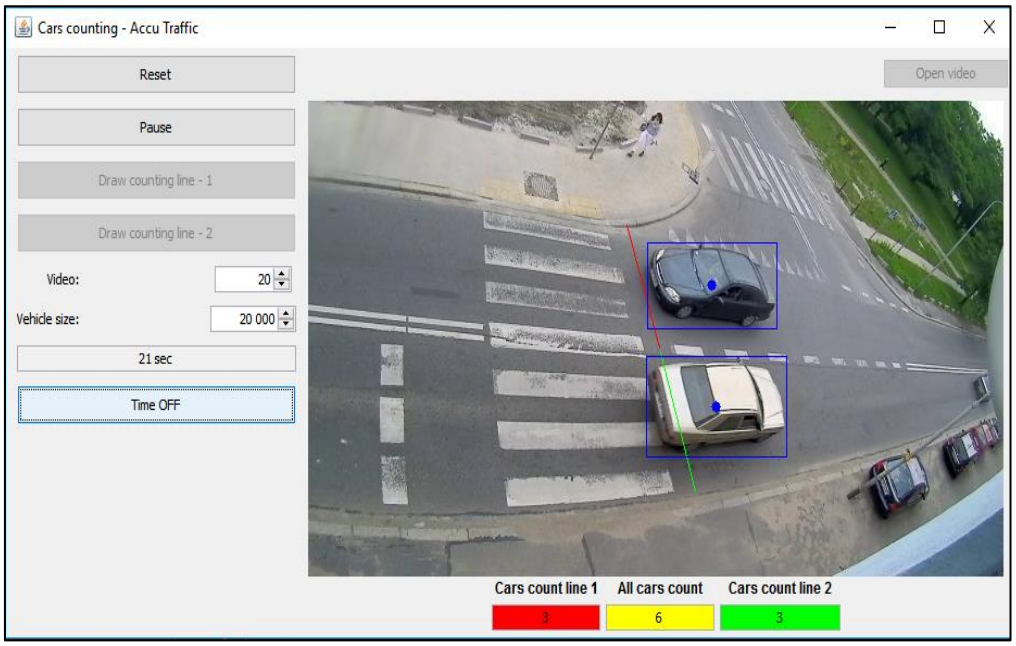


Рисунок 2 – Использование алгоритма BackgroundSubtractiomMOG2

Источник: собственная разработка автора.

В данной программе предусмотрена возможность загружать видеофайлы. Видеофайл попадает в цикл, в котором последовательно получаются кадры один за другим. Затем к полученным кадрам применяется маска (BackgroundsubtractionMOG2). Находим контуры объекта переднего плана и обводим их в прямоугольник. В программе предусмотрена возможность указания размера распознаваемого объекта, а так же изменения порогового значения [9]. Отслеживание объекта происходит следующим образом, находиться центр прямоугольника, в котором находится объект, чертятся два отрезка в любом месте на видео и при пересечении центром прямоугольника данных отрезков подсчитывается количество пересекаемых объектов через контрольные отрезки. Данная программа предназначена для отслеживания трафика на дороге

Список литературы

1. Форсайт, Д.А. Компьютерное зрение. Современный подход / Д.А. Форсайт, Ж. Понс. – М.: Компьютерное зрение. Современный подход, 2004. – 928 с.

2. Академия Intel: Введение в разработку мультимедийных приложений с использованием библиотек OpenCV и IPP. Лекция 3: Детекторы и дескрипторы ключевых точек. Алгоритмы классификации изображений. Задача детектирования объектов на изображениях и методы её решения [Электронный ресурс] // Национальный Открытый Университет ИНТУИТ / – Режим доступа: http://www.intuit.ru/studies/courses/ 10621/1105/lecture/17983?page=1. – Дата доступа: 01.03.2018

3. Компьютерное зрение [Электронный ресурс] // Википедия. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/компьютерное_зрение – Дата доступа: 01.03.2018

4. Нормальное распределение. [Электронный ресурс] // FANDOM. – Режим доступа: http://ru.math.wikia.com/wiki/Нормальное_распределение. – Дата доступа: 01.03.2018

5. Пару слов о распознавании образов. [Электронный ресурс] // Хабрахабр. – Режим доступа: https://habrahabr.ru/post/208090/ Дата доступа: 01.03.2018

6. Работа каскада Хаара в OpenCV в картинках: теория и практика. [Электронный ресурс] // Хабрахабр. – Режим доступа: https://habrahabr.ru/company/recognitor/blog/228195/. – Дата доступа: 01.03.2018

7. Теория распознавания образов [Электронный ресурс] // Википедия. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/теория_распознава-ния_образов. – Дата доступа: 01.03.2018

8. Background Subtraction. [Электронный ресурс] // OpenCV. – Режим доступа: https://docs.opencv.org/3.0-beta/doc/py_tutorials/py_video/py_bg_subtraction/py_bg_subtraction.html. – Дата доступа: 01.03.2018

9. Image Thresholding [Электронный ресурс] // OpenCV. – Режим доступа: https://docs.opencv.org/3.3.0/d7/d4d/tutorial_py_thresholding.html. – Дата доступа: 01.03.2018

10. OpenCV шаг за шагом. Введение. [Электронный ресурс] // RoboCraft. – Режим доступа: http://robocraft.ru/blog/computervision/264.html/. – Дата доступа: 01.03.2018

11. Robust Real-time Object Detection. [Электронный ресурс] // Хабрахабр. – Режим доступа: http://www.wisdom.weizmann.ac.il/~vision/courses/2003_2/ICCV01-Viola-Jones.pdf. – Дата доступа: 01.03.2018

This article is the work of algorithms for processing video information. The possibilities of using algorithms for processing video information are being studied. Examples of algorithms for processing video information for the recognition and tracking of objects in a video stream.

Чверток Артём Александрович, учащийся 3 курса специальности «Программное обеспечение информационных технологий» ЧУО «Гродненский колледж бизнеса и права», Гродно, Беларусь.

Научный руководитель – ***Ковгореня Анна Владимировна,*** преподаватель специальных дисциплин специальности «Программное обеспечение информационных технологий» ЧУО «Гродненский колледж бизнеса и права», Гродно, Беларусь. E-mail: kovgorenya@mail.ru.

Оглавление

МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС И МАРКЕТИНГ 3
Kuanysh Z. The positive and negative consequences of tourism development 3
Аманкелдинова С. Ш. Современное состояние и перспективы развития событийного туризма в казахстане 8
Баранов А. С. Формы и инструменты продвижения китайского туристического продукта на международном рынке 12
Бедретдинова М.Т. Экономико-математическое моделирование в обосновании ценовой стратегии на внешних рынках 17
Бурштын Н. А. Стратегия выведения на рынок модифицированного продукта 22
Ван Доу. Развитие экспортного потенциала Китая 26
Гончарова М. И. Эффективное управление бизнесом в АПК 30
Жарина А. А. Лицензирование экспорта дубленых кож на предприятиях кожевенно-обувной подотрасли легкой промышленности в Республике Беларусь 34
Земляная Д. И. Конкурентоспособность предприятий в условиях рыночной экономики 39
Клевченя О. В., Римша А. А. Проблемы и перспективы объектов общественного питания в Республике Беларусь 44
Кулевич Т. А. Организация розничного товарооборота в фирменной торговле 48
Кулинич И. А. Регулирование беспошлинного ввоза товаров в электронной торговле 55
Ломейко Е. Н. Информационная база исследования организации маркетинговой деятельности на ОАО «Гродненский консервный завод» 60
Лосик И. А. Инвестиционные споры и их урегулирование в Республике Беларусь 65
Новицкая Ю. Г. Основные тенденции развития мировой экономики 69
Папуцевич Д. В. Управление развитием спортивного футбольного клуба: опыт ближнего зарубежья 73
Санько А. Е., Шарейко В. В. Бенчмаркинг как инструмент повышения конкурентоспособности организаций: международный опыт 77
Сидляревич Е. А. Управление маркетинговой стратегией на предприятии ОАО «Гродненский стеклозавод» 81
Силивончик Е. А., Дубровская А. В. Маркетинговая политика ведущих китайских компаний 84
Силивончик Е. А., Дубровская А. В. Особенности ведения международного маркетинга в ОАО «Химволокно» г. Гродно 89
Ху Жучжао. Белорусско-китайский индустриальной парк «Великий камень» как инструмент вовлечения Беларуси в инициативу Китая «один пояс, один путь» 94
Чахкиев О. С. Особенности развития it-технологий и их влияние на развитие мировой экономики 98
Чёрная В. В. Республика Беларусь на мировых сырьевых рынках 103
Чжан Нань. Особенности китайского и белорусского делового этикета во время деловых переговоров 107

Щербина В. Б. Экспедирование мультимодальных перевозок для повышения эффективности маркетинговой деятельности предприятия 111

Эйсмонт А. Ф. Экономическая сущность таможенных пошлин 117

ФИНАНСЫ И БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ 122

Meirembayeva D., Kostenko A., Beisembayeva A. Analysis of the formation of incomes and expenditures of the republican budget of the Republic of Kazakhstan 122

Mukushev T., Karabayev E. Features of accounting-analytical system of business processes in construction organizations 128

Акстилович Ю. О. Анализ динамики и структуры финансовых ресурсов ОАО «АСБ Беларусбанк» 133

Акстилович Ю. О. Основные показатели финансово-экономической деятельности ОАО «АСБ Беларусбанк» 137

Альховик О. Н. Анализ использования издержек обращения на ОАО «Ясень» 141

Балейко Ю. Ф. Анализ состава и структуры финансовых ресурсов Национального банка Республики Беларусь 147

Баранова Ю. Р. Проблемы и перспективы ипотечного кредитования в Республике Беларусь 151

Бекиш Т. Н. Организация бухгалтерского учета безналичных денежных средств 156

Буртебаева Д. Т., Карабаев Э. Государственный аудит эффективности использования бюджетных средств 161

Бышкало Е. С. Управление денежными потоками как важнейший элемент финансово-хозяйственной деятельности организации 166

Ващило И. Ю. Особенности финансирования учреждений здравоохранения 170

Ворона П. А. Электронные деньги как элемент цифровой экономики 175

Гетман А. О. Интернет- трейдинг и интернет-банкинг, как инструменты маркетинга при продвижении банковских услуг на рынок 181

Горковенко Е. И. Анализ показателей прибыли и рентабельности в ОАО «Черлёна» 186

Жук Е. С. Особенности развития накопительного страхования в Республике Беларусь 191

Ибрашева А. Т. Развитие экспортного потенциала в Республике Казахстан: обзор ключевых теории и рекомендации по разработке политики 195

Капцевич Д. О. Исполнение бюджета сектора государственного управления 198

Капцевич Д. О., Дубровка М. С. О проблеме межбюджетных отношений в Республике Беларусь 203

Касымбек А. Р. Исторический аспект возникновения бухгалтерского учета 209

Каткова М. К. Управленческий учет, как основа эффективного менеджмента коммерческих организаций 214

Колесникова Т. А. Сущность, функции, классификация процесса кредитования юридических лиц 218

Кузьмицкая Е. А. Основные направления максимизации прибыли как основного источника финансовых ресурсов организации 224

Кузьмицкая И. И. Резервы роста прибыли в условиях конкурентной среды 228
Макаревич Н. А. Теоретические аспекты учета расчетов с персоналом по оплате труда в условиях рыночной экономики 232
Маслова Т. С. Направления повышения финансовой устойчивости промышленного предприятия 236
Матвейчик А. А. Анализ денежных средств и потоков в частном предприятии «Иголенька» 239
Мироненко Л. В., Трофимова А. И. Пути совершенствования рынка консалтинговых услуг в Республике Беларусь 245
Мисюк З. В. Методика бухгалтерского учета экспортных операций в ООО «Левет-Агро» 249
Мицко В. Г. Особенности формирования финансовых ресурсов в страховании в Республике Беларусь 255
Мусина М. Ж. Проблема реформирования финансовой системы Республики Казахстан в условиях модернизации 259
Ничкасова Ю. О. Глобальные тенденции рынка IPO и современная практика привлечения капитала на примере казахстанских компаний 263
Осипович М. М., Плескач В. О. Перспективы развития имущественного страхования юридических лиц в Республике Беларусь 268
Полевик И. В. Анализ затрат на производство продукции на СП ООО «Леор Пластик» . 273
Пуцко А. В. Тенденции и проблемы развития рынка электронной коммерции в Республике Беларусь 279
Савицкая А. В. Основные тенденции налогообложения прибыли в странах Европы 283
Савицкая В. А., Янович И. Ю. Организация расчетов с использованием криптовалют ... 286
Сакович В. В. Модель оценки эффективности непрограммных расходов 291
Сачивко И. Г. Актуальные задачи трансформации экологического налогообложения для перехода к «зеленой» экономике 296
Северин А. Ю. Обзор денежной массы в Республике Беларусь 301
Селецкая М. А. Технологические инновации в банковской сфере Республики Беларусь 306
Соркин С. В. Сравнительный анализ налоговых стимулов инновационного развития Беларуси и Словении 309
Станкевич Е. Д. Перспективы развития лизинга в Республике Беларусь 313
Супрун А. А. Налоговая нагрузка Республики Беларусь 318
Сычевский К. В. Прибыль организации: экономическое содержание, функции и механизм распределения 323
Тарасевич В. И. Платежеспособность и ликвидность организаций 327
Третьяк Н. Н. Налоговая политика Республики Беларусь и ее влияние на формирование доходной базы республиканского бюджета 331
Фетисова М. И. Валютные облигации коммерческих банков Республики Беларусь 335

Хамитхан Н. Основы организации депозитных операций коммерческих банков в соответствии со стандартами качества 341

Цыплакова И. С. Анализ прибыли и рентабельности в ОАО «Гроднорайагросервис» 344

Шулейко В. Ю. Анализ дебиторской и кредиторской задолженности в ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш» 349

Шулейко В. Ю. Анализ финансовых результатов деятельности ОАО «Управляющая компания холдинга «Лидсельмаш» 355

Шупица И. В. Онлайн-бухгалтерия в Республике Беларусь: понятие, сущность, преимущества и недостатки 361

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ 365

Акудович И. В., Тихонков Д. В. Влияние неформальных институтов на уровень экономического развития 365

Аполонис А. В. Состояние сферы дорожного строительства в Республике Беларусь 370

Барановская Н. А. Организация материально-технического обеспечения предприятия 375

Бекиш Т. Н., Шимкович Ю. С. Основные резервы и факторы снижения себестоимости 379

Бойко Е. Р. Состояние и эффективность использования основных средств в учреждении здравоохранения «Медицинская служба ДФИТ МВД по Гродненской области» 383

Гагалушко А. Н. Особенности инновационной деятельности предприятии легкой промышленности (на примере ОАО «Гронитекс») 387

Гасанов З. З. Оценка эффективности рекламной деятельсности 391

Герасимец А. С. Оценка человеческого капитала Витебской области 395

Григусь Е. Ю. Анализ возможностей франчайзинга для организации малого и среднего бизнеса в Республике Беларусь 400

Гуриненко И. А. Обоснование необходимости создания должности риск-менеджера на предприятии ООО «Эрнст Энд Янг» 405

Гуща В. Ю., Охремчук О. А. Молодой специалист: головная боль или выгодное вложение? 409

Домуть Д. Ю. Направления повышения эффективности молочного скотоводства 414

Драб Н. Л. Формирование конкурентоспособного ассортимента отечественных предприятий 419

Жданук А. З. Потенциал развития управления стимулированием труда в «УЖРЭП» Октябрьского района г. Гродно 423

Завялова А. А. Клиентоориентированность как основа успеха организаций 428

Каленик А. А. Формирование ассортиментной политики в розничной торговле. Совмещенный ABC и XYZ - анализ структуры ассортимента ОАО «Ясень». 431

Кашкина Е. А. Особенности управления качеством исполнения проектов 436

Кийко В. В. Анализ деловой активности предприятия (на примере ОАО «Гродненский ликеро-водочный завод») 439

Кисель В. Б. Кооперация как путь развития малого бизнеса в Гродненской области 442

Климович Д. О. Резервы развития управления маркетинговой деятельностью на примере ОАО «Гродненский мясокомбинат» 447

Кохановская А. А. Система управления эффективностью предприятия как объект исследования на примере «Лидского филиала Гродненского облпотребобщества» 452

Кохковская Е.А. Анализ результативности деятельности ГТОУП «Торгодежда» на основе показателей прибыли и рентабельности 457

Кулик В. Г. Проблемы развития малого и среднего бизнеса в Республике Беларусь..... 462

Кулик Н. С. Особенности использования концепций инновационного маркетинга в управлении промышленными предприятиями..... 466

Курицкая А. О., Трус Д. Ю. Направления улучшения инвестиционного потенциала и инвестиционной деятельности в Республике Беларусь..... 471

Лещенкова Е. А. Система контроллинга в процессе управления проектами..... 475

Литвинчик В. И. Разработка системы управления продажами ИТ-продуктов 480

Ломейко Е. Н., Третьяк А. И., Илючек А. В. Анализ эффективности работы ОАО «Гродненский консервный завод»..... 484

Маленчик В. А. Исследование процессов современного предпринимательства..... 488

Матылевич К. Л., Снежко В. Ю. Основные направления государственной политики по обеспечению экономической безопасности Республики Беларусь..... 493

Мельниченко И. А. Инструментарий формирования стратегии развития предприятия с учетом маркетингового подхода..... 497

Михолап Е. В., Виноградова Е. Д. Анализ действующей практики использования СНС в Республике Беларусь..... 502

Морхат Е. В. Деловая активность как объект управления предприятием..... 507

Пищик А. С. Анализ эффективности использования основных производственных фондов (на примере УП «Столинская ПМК-24»)..... 512

Подосиновик Е. О. Международный опыт управления качеством продукции на примере США и Японии..... 516

Ракуть О. Л. Роль человеческого капитала в развитии предприятия ОАО «Гродно Азот» 520

Ратош Е. В. Принципы стратегического управления на ПК «СПМК-66»..... 524

Реунов А. С. Методы оценки эффективности внедрения нового оборудования на предприятии..... 529

Саналиева Л. К. Инновационное развитие Казахстана: современные реалии 534

Сахавикова Е. О. Инновационный потенциал повышения эффективности деятельности предприятия 539

Сипович А. Ю. Проблемы и перспективы развития рынка автомобильных грузоперевозок в Республике Беларусь..... 543

Смирнова Е. А. Контроллинг – как один из инструментов конкурентноспособности предприятия при внешнеэкономической деятельности 547

Сулейменова А. Р. Развитие HR – менеджмента через коммуникационные технологии. 551

Талевич Б. В. Формирование группы показателей (критериев) оценки конкурентосопособности организации 555

Файзулина Л., Мухамедрахимова Б. Критерии эффективности малого предпринимательства 560

Хавстович П.С. Повышение эффективности и производительности труда за счет внедрения автоматизированной системы учета рабочего времени 565

Чернущик И. О. Совершенствование бизнес-процессов предприятия 569

Шелешко А. В. Разработка стратегического плана компании, занимающейся производством оконных изделий 575

Шимкович Ю. С. Основные направления национальной безопасности Республики Беларусь 580

Шугаева Н. М. Развитие продуктивной занятости в Республике Казахстан 584

Янулевич К. В. Оценка качества бизнес-плана развития ИП «Голдоптима» 589

МАТЕМАТИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ 593

Арцыман А. А. Разработка web-ресурса «Экологическая ситуация в Гродненской области» на основе открытых данных 593

Гуринович. А. В. Эффективность управленческих решений с использованием информационных технологий 598

Дедюль О. В., Зятиков Д. А. Моделирование полезного отпуска электроэнергии РУП “Гродноэнерго” 603

Зайчик Н. А. Анализ существующих платформ для создания Android приложения 608

Калинин П. В. Разработка мобильного приложения для планирования маршрутов 613

Козловская Е. Ю. Оценка эффективности деятельности белорусских банков по системе относительных показателей 619

Корецкая Т. П. Формирование множества альтернатив в задаче принятия решений о расчете себестоимости 623

Мальцева Г. И., Мельник Д. В. Взаимозависимость доли самостоятельных занятий студентов по иностранному языку и ведущих мотивов его изучения 627

Мотузов О. А., Пасюк И. И. Виды советников и их использование в торговле на рынке Forex 633

Сенько Е. В. Моделирование артериальной гипертензии с применением одного из модулей дискриминантного анализа 637

Слаута А. И. Анализ и прогнозирование показателей рынка труда Республики Беларусь 642

Товкач А. В. Разработка инструмента для поиска и устранения логических уязвимостей в исходном коде программ на основе статистического анализа 647

Турач А. Д. Разработка и продвижение веб-ресурса «Медиадом» 652

Турлюк М. Н. Разработка информационной системы для анализа результатов рейтинговой оценки деятельности профессорско-преподавательского состава вуза 656

Чверток А. А. Компьютерное зрение и распознавание образов 661