

Министерство образования Республики Беларусь

Учреждение образования
«Брестский государственный технический университет»

**СБОРНИК КОНКУРСНЫХ
НАУЧНЫХ РАБОТ
СТУДЕНТОВ И МАГИСТРАНТОВ**

Часть II

Брест 2014

УДК 624;628;+338:339

Сборник конкурсных научных работ студентов и магистрантов.

Рецензент: к.т.н., профессор, зав. кафедрой ГИТК П.В. Шведовский

В сборнике представлены статьи по экономическим и социально-гуманитарным проблемам, отражающие результаты научных исследований и представленные на Республиканский конкурс научных работ студентов и магистрантов вузов Республики Беларусь.

Издаётся в 2 частях. Часть 2.

ISBN 978-985-493-306-1 (ч. II)

ISBN 978-985-493-304-7

Редакционная коллегия: главный редактор: к.ф.-м.н., доцент В.С. Рубанов
зам. главного редактора: к.т.н., профессор Шведовский П.В.
зам. главного редактора: к.т.н., профессор Муравьев Г.Л.
зам. главного редактора: к.э.н., доцент В.С. Кивачук

Члены редколлегии: к.т.н., доцент Кандыбо С.Н.
к.т.н., доцент Монтик С.В.
доцент Шешко Н.Н.
ст. преподаватель Войцехович Л.Ю.
ст. преподаватель Хомицкая Т.Г.

УДК 624;628;+338:339

ISBN 978-985-493-306-1 (ч. II)

ISBN 978-985-493-304-7

© Издательство БрГТУ, 2014

Экономические проблемы инвестирования и налогообложения

ФОРМИРОВАНИЕ СТОИМОСТИ БРЕНДА

Актуальность настоящей работы заключается в том, что до сих пор в бухгалтерском учёте бренд не учитывается как самостоятельный актив и не имеет способа оценки стоимости. Целью данной работы является разработка метода оценки стоимости бренда и её учёт.

Для признания бренда в бухгалтерском учёте необходим документ, подтверждающий признание торговой марки брендом. В качестве такого документа предлагаем ввести сертификат бренда.

Бренд можно определить как интеллектуальную часть товара, выраженную в свойственных только этому товару названии и дизайне, обладающую устойчивой и сильной положительной коммуникацией с потребителем, в основе которой лежит добавочная ценность для потребителя [1].

В бухгалтерском учёте добавочная ценность бренда не учитывается. Определим стоимость бренда, приняв его к учёту как самостоятельный актив.

В соответствии с Положением Министерства Финансов РБ 12.12.2001г. № 118 Нематериальными активами для целей бухгалтерского учета признаются активы [2]:

- идентифицируемые (имеющие признаки, отличающие данный объект от других, в том числе аналогичных) и не имеющие материально-вещественной (физической) формы;
- используемые в деятельности организации;
- способные приносить организации будущие экономические выгоды;
- срок полезного использования которых превышает 12 месяцев;
- стоимость которых может быть измерена с достаточной надёжностью, то есть имеется документальное подтверждение стоимости, а также затрат, связанных с их приобретением (созданием);
- при наличии документов, подтверждающих права правообладателя.

Согласно международному финансовому стандарту № 38, актив признаётся нематериальным при соблюдении следующих пунктов [3]:

- идентифицируемость;
- подконтрольность компании;
- способность приносить экономические выгоды.

Как мы можем видеть, бренд отвечает всем критериям признания по МСФО 38, но не всем пунктам Положения Министерства Финансов РБ 12.12.2001г. № 118, поэтому для признания бренда нематериальным активом и учёте на счёте 04 необходимо оценить его стоимость и ввести документ, подтверждающий статус бренда.

Для документального подтверждения признания торговой марки брендом предлагаем ввести сертификат. Выдача сертификата бренда должна осуществляться по результатам оценки:

- ✓ качества,
- ✓ доступности,
- ✓ известности,
- ✓ распространённости торговой марки
- ✓ лояльности покупателя.

В сертификате должны указываться следующие реквизиты:

1. Название торговой марки;
2. Торговый знак;
3. Дата выдачи сертификата;
4. Владелец бренда;
5. Стоимость бренда.

Формирование стоимости бренда складывается с момента его признания и изменяется во время жизненного цикла продукта. Представим это в рисунке 1.

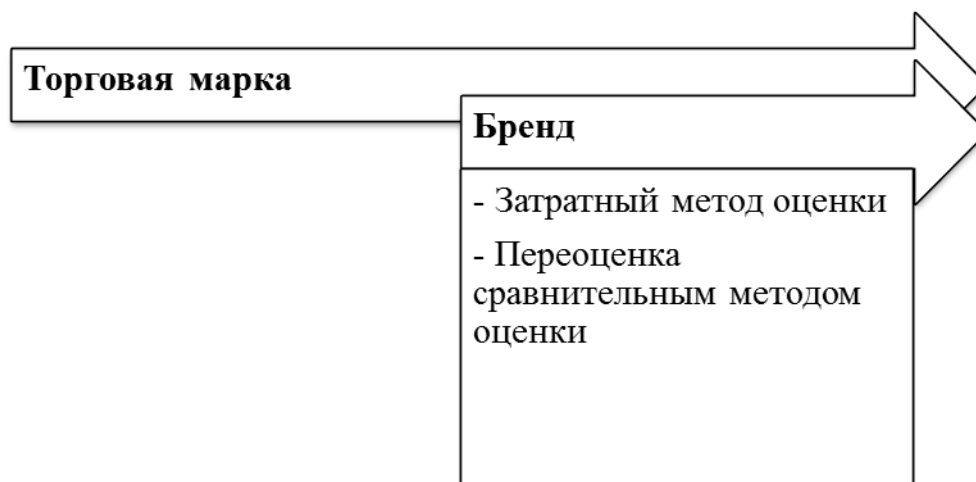


Рисунок 1 – Жизненный цикл торговой марки

Принятие бренда к учёту будет осуществляться на дату, указанную в сертификате по стоимости, определённой затратным методом (формула 1):

$$\text{СтБ} = \text{Реклама} + \text{связь с общественностью} + \text{спонсорство} + \text{маркетинг событий} + \text{социальные факторы} \quad (1)$$

Далее оценка стоимости бренда (СтБ) будет осуществляться с точки зрения конкурентоспособности, это можно выразить следующей формулой (формула 2):

$$\text{СтБ} = \text{Стоимость брендового товара} - \text{Средняя стоимость аналогичных товаров} \quad (2)$$

Из формулы видно, что стоимость бренда находится в следующей зависимости от стоимости конкурентной продукции и предпочтений потребителей (рисунок 2):

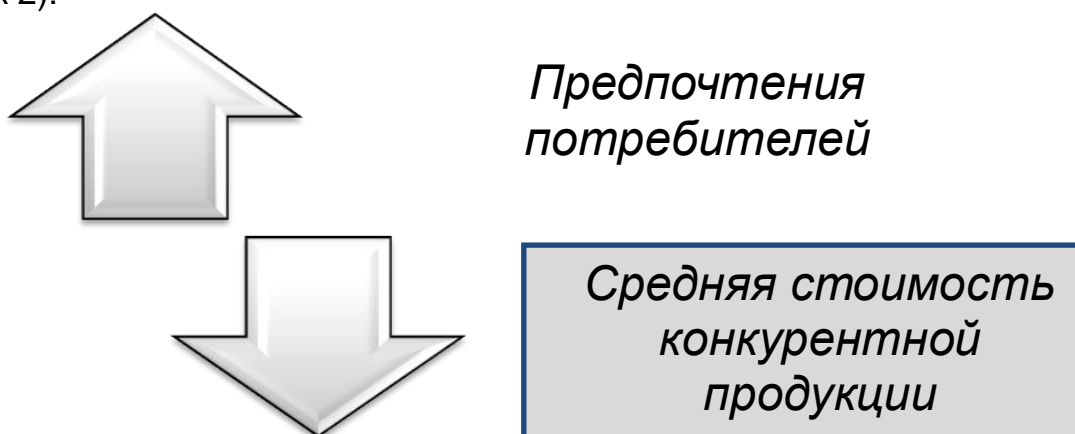


Рисунок 2 – Зависимость стоимости бренда от показателей

Очевидно, что со временем потребуется переоценка стоимости бренда.

Переоценку следует производить ежегодно по результатам анализа доли прибыли предприятия от бренда в общей сумме прибыли. В случае увеличения доли прибыли от бренда по сравнению с предыдущим годом будет производиться дооценка стоимости бренда, отразим её проводкой Д04 К83, в случае уменьшения – уценка Д83 К04.,

На основании имеющейся стоимости бренда можно посчитать выручку от бренда (ВБ) по следующей формуле 3:

$$ВБ = СтБ * \text{объём реализованной продукции} \quad (3)$$

Определим долю выручки от бренда (дВБ) в общей структуре доходов (Д) (формула 4):

$$дВБ = \frac{ВБ}{Д} * 100\% \quad (4)$$

Исходя из этого, можно определить насколько рентабелен бренд, рассчитав рентабельность бренда (Рб) (формула 5):

$$Рб = \frac{С/ст}{ВБ} \quad (5)$$

Данные показатели позволяют оценить какую часть стоимости продукта занимает бренд: чем большую долю он занимает, тем выше доверие покупателей, тем большую прибыль получит предприятие.

Список цитированных источников

1. Проблемы маркетинга // Евразийский международный научно-аналитический журнал. Проблемы современной экономики / С.В. Никифорова, А.В. Никифоров. – 2011. – N 4 (40).

2. О бухгалтерском учете основных средств и нематериальных активов: Положение Министерства Финансов РБ 12.12.2001г. № 118.

3. Нематериальные активы: МСФО 38.

УДК 339.138:657

Выхватенко Н.А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Черноокая Е.В.

БРЕНД КАК ОБЪЕКТ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА

Актуальность исследования заключается в том, что брендовая продукция несёт в себе добавочную стоимость, то есть стоимость бренда. В бухгалтерском учёте отражение этой добавочной стоимости не осуществляется. Целью настоящей работы является выявление бренда как объекта бухгалтерского учёта.

Для того, чтобы отразить бренд в бухгалтерском учёте, необходимо для начала дать этому понятию определение и выявить отличия от других понятий, таких как «торговая марка» и «торговый знак». Сравнение представим в таблице 1.

Таблица 1 – Различия между брендом, торговой маркой, торговым знаком

Торговый знак	Торговая марка	Бренд
Символ	Сочетание: название+ символ + знак + дизайн	Торговый знак + торговая марка
	Графическое оформление	Лояльность покупателя 30-50%
		Добавочная ценность

Как мы видим из таблицы, торговый знак – это элемент торговой марки, символ, специфичное изображение [1].

Боле широкое значение имеет торговая марка. Это "образ" в товаре, его графическое оформления, то есть сочетание названия, символа, знака и дизайна [1].

Бренд можно оценить как интеллектуальную часть товара, выраженную в свойственных только этому товару названии и дизайне, обладающую устойчивой и сильной положительной коммуникацией с потребителем, в основе которой лежит добавочная ценность для потребителя [2].

Таким образом, мы определили, что бренд является торговой маркой, но не каждая торговая марка – бренд. Торговая марка становится брендом в том случае, когда:

- коммуникация Товар-Покупатель конкретного товара становится значительно сильнее и устойчивее по отношению к аналогичным коммуникациям товаров-конкурентов;

- торговая марка имеет четкое отличие от конкурентов в сознании покупателя;

- торговая марка занимает определенную позицию в восприятии;

- отличие торговой марки специально разрабатывается и постоянно поддерживается владельцем бренда.

Сама по себе торговая марка просто обозначает производителя товара или услуги и не обладает никакими ярко выраженными или запоминаемыми отличиями от конкурентов.

Взаимосвязь между торговой маркой, торговым знаком и брендом можно выразить в рисунке 1.

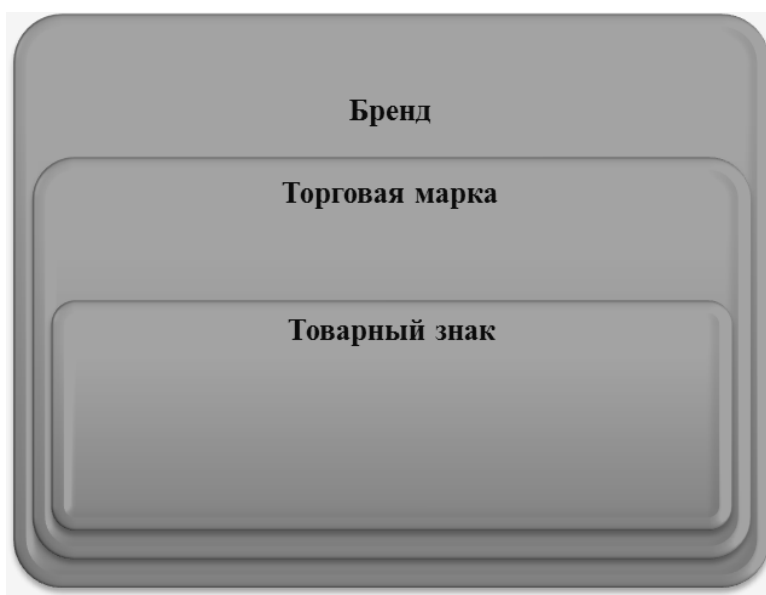


Рисунок 1 – Взаимосвязь показателей

Бренд не является объектом бухгалтерского учёта и не имеет способа оценки стоимости в отличие от торговой марки. Для принятия бренда к бухгалтерскому учёту, определим соответствие критериям Положением Министерства Финансов РБ 12.12.2001г. № 118 признания активов Нематериальными для целей бухгалтерского учета:

- идентифицируемые (имеющие признаки, отличающие данный объект от других, в том числе аналогичных) и не имеющие материально-вещественной (физической) формы;

- используемые в деятельности организации;
- способные приносить организации будущие экономические выгоды;
- срок полезного использования которых превышает 12 месяцев;
- стоимость которых может быть измерена с достаточной надежностью, то есть имеется документальное подтверждение стоимости, а также затрат, связанных с их приобретением (созданием);
- при наличии документов, подтверждающих права правообладателя.

Для того, чтобы бренд учитывался в бухгалтерском учёте, необходимо документальное подтверждение признания торговой марки брендом. В качестве документа, свидетельствующего о присвоении торговой марки статуса бренда, предлагаем ввести сертификат. Выдача сертификата бренда должна осуществляться по результатам оценки:

- ✓ качества,
- ✓ доступности,
- ✓ известности,
- ✓ распространённости торговой марки
- ✓ лояльности покупателя.

В сертификате должны указываться следующие реквизиты:

1. Название торговой марки;
2. Торговый знак;
3. Дата выдачи сертификата;
4. Владелец бренда;
5. Стоимость бренда.

Таким образом, учитываться бренд будет на счёте 04 «Нематериальные активы» на отдельном субсчёте.

Принятие бренда к учёту будет осуществляться на дату, указанную в сертификате по стоимости, определённой затратным методом:

$$\text{СТБ} = \text{Реклама} + \text{связь с общественностью} + \text{спонсорство} + \text{маркетинг событий} \\ + \text{социальные факторы}$$

Список цитированных источников

1. Анатомия бренда // Валентин Перция, Лилия Мамлеева. – 2007. – 288 с.
2. Проблемы маркетинга. Евразийский международный научно-аналитический журнал. Проблемы современной экономики / С.В. Никифорова, А.В. Никифоров. – 2011. – N 4 (40).

УДК [338.242:332.1] (476.7)

Войтеховская Е.В.

Научный руководитель: доцент, к.э.н. Куган С.Ф.

ПРИМЕНЕНИЕ ИНТЕГРАЛЬНОГО ИНДЕКСА ПРИ ОПРЕДЕЛЕНИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА ПРИМЕРЕ РАЙОНОВ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ

За последние десятилетия усиление конкуренции отмечено фактически во всем мире. Очень немногие отрасли экономики сегодня в состоянии противостоять влиянию конкуренции и рынка. Ни одна страна и ни одна компания не могут позволить себе игнорировать объективную необходимость конкуренции.

Оценка региональной конкурентоспособности выявляет, насколько производительно по сравнению с другими регионами используется региональный экономический потенциал, в том числе трудовые ресурсы, производственный, научно-технический и инновационный потенциал [1].

В последние десятилетия стали активно развиваться методики расчета индексов региональной конкурентоспособности. Сейчас индексы используются в качестве сводных показателей, позволяющих быстро сравнить результаты экономической деятельности различных территориальных единиц, определить слабые места и проблемы развития регионов и выработать экономическую политику по стимулированию экономического развития и роста, как на государственном, так и на региональном уровне [2].

Для оценки перспектив развития конкурентоспособности Брестской области автором статьи была произведена оценка конкурентоспособности районов Брестской области.

Брестская область расположена на юго-западе Республики Беларусь в бассейнах рек Западного Буга, Немана и Днепра. Граничит с Польшей и Украиной. Образована 4 декабря 1939 г. Площадь – 32,8 тыс. км². Самым крупным регионом является Столинский район (S=3 342,10 км²), наименьшим – Жабинковский (684,20 км²). Самый густонаселенный район – Березовский (46 жителей на км²), наименьшая плотность населения в Пинском районе (15 жителей на км²).

Городское население составляет 67,8% общей численности населения области. Среди областей республики по численности жителей регион занимает третье место после Минской и Гомельской областей, по численности сельского населения – второе, уступая только Минской области. В области 16 районов, 21 город. Центр – г. Брест. Крупнейшие города области: Брест, Барановичи, Пинск. Предприятия области производят 9% республиканского объема промышленной продукции. Область специализируется на производстве ламп накаливания, кузнечно-прессовых машин, неполноповоротных одноковшовых экскаваторов, электроплит, бытовых неэлектрических приборов для подогрева и приготовления пищи, древесностружечных плит, хлопчатобумажных тканей.

На 1 января 2013 г. площадь сельскохозяйственных земель составила 1 422,5 тыс. гектаров (43,4% территории области). В 2012 году на душу населения в области произведено 1 054 кг зерна, 1 087 кг картофеля, 737 кг сахарной свеклы, 143 кг мяса, 999 кг молока.

Брестская область поддерживает торгово-экономические отношения со 120 странами мира. Экспортирует продукцию молочной и мясной промышленности, рыбопродукты, сахар, газовые плиты, мебель и другие товары. Вклад Брестской области в социально-экономические показатели республики отражен на рисунке 2 [3].

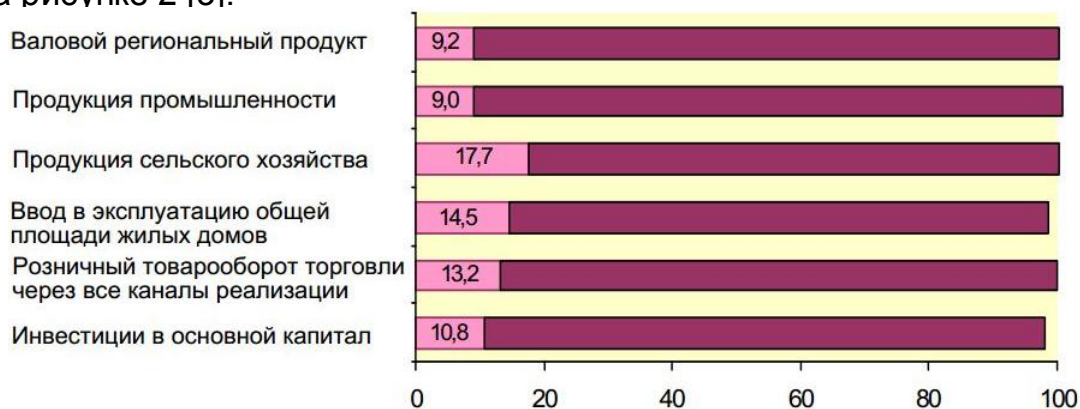


Рисунок 2 – Удельный вес Брестской области в общереспубликанских социально-экономических показателях в 2012 году (в процентах)

Расчет интегрального индекса конкурентоспособности регионов производился на основе сводных данных Национального статистического комитета Республики Беларусь по следующим районам Брестской области: Барановичский (204) (без учета города Барановичи), Березовский (208), Брестский (212), Ганцевичский (216), Дрогичинский (220), Жабинковский (225), Ивановский (230), Ивацевичский (234), Каменецкий (240), Кобринский (243), Лунинецкий (447), Ляховичский (250), Малоритский (252), Пинский (254) (без учета города Пинска), Пружанский (256), Столинский (258). Для удобства в расчетах районы обозначались кодами, которые присвоены им и используются Национальным статистическим комитетом Республики Беларусь. Коды указаны в скобках.

На первом этапе был произведен сбор и анализ данных, расчет необходимых относительных показателей.

На втором этапе полученные показатели были проанализированы, а также выставлены баллы от 1 до 16. Для тех показателей, по которым наибольшее значение означало наихудший результат (например, преступность в регионе), выставлялся наименьший балл. Для показателей, для которых более высокий бал означал более хорошее состояние, выставлялся наивысший балл. Далее показатели были разбиты на группы – экологический компонент (показатели 1-2), человеческий компонент (показатели 3-7), социальный компонент (показатели 8-10), экономический компонент (показатели 11-18). Этим группам были присвоены удельные веса, отображающие относительную важность группы показателей при расчете индекса конкурентоспособности. Эти данные приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Относительная важность показателей в разрезе компонентов оценки уровня конкурентоспособности районов Брестской области

Группа компонентов	Значение	Обозначение
1	2	3
Экономический компонент	0,44	β_1
Человеческий компонент	0,28	β_2
Социальный компонент	0,17	β_3
Экологический компонент	0,11	β_4

На следующем этапе был выполнен расчет сводного индекса по каждой из групп показателей по формуле (1).

$$I_{cb\ ij} = \sum x_i / n, \quad (1)$$

где $I_{cb\ i}$ – сводный индекс i -той группы показателей j -го района,

x_i – позиция j -го региона в рейтинге по показателю x ,

n – количество показателей в i -той группе.

На завершающем этапе расчетов был выполнен расчет интегрального индекса по формуле (2).

$$I_{и\ j} = \sum \beta_i I_{cb\ ij}, \quad (2)$$

где $I_{и\ j}$ – интегральный индекс конкурентоспособности j -го района,

β_i – показатель относительной важности i -той группы,

$I_{cb\ ij}$ – сводный индекс i -той группы показателей j -го района.

На рисунке 2.3 приведены данные полученных индексов.

Наиболее конкурентоспособным районом Брестской области в соответствии с данным индексом, является Каменецкий район (индекс равен 10,38). Лидером этот район являлся по группе человеческих факторов конкурентоспособности (сводный индекс равен 11,4), а также одним из лидеров по экономической составляющей, что и стало определяющим для итоговых значений.

В регионе один из самых низких уровней безработицы (0,5% к численности экономически активного населения в 2012 году), низкие объемы просроченной дебиторской и кредиторской задолженности (6% и 6,8% к сумме общей дебиторской и кредиторской задолженности в 2012 году, для сравнения – данный показатель в Ганцевичском районе достигает 20%). Сальдо внешней торговли в этом районе в среднем за два года (2011 и 2012) составило 41671,40 тыс. долл. США, что также является одним из наибольших показателей среди районов.

Однако по экологическим факторам сводный индекс Каменецкого района равен 0,7, что является одним из самых низких показателей. Не радующие результаты оказались по показателям выброса загрязняющих веществ в атмосферный воздух (1,45 тонн на 1 кв. км), что определило низкую позицию по данному показателю.

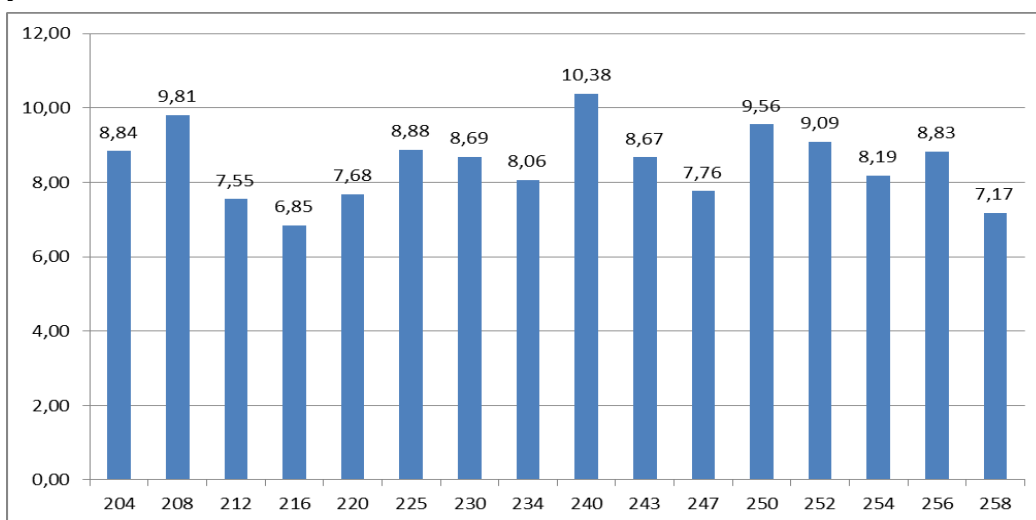


Рисунок 2 – Значение интегрального индекса конкурентоспособности регионов Брестской области

Самым слабым в отношении конкурентоспособности регионом стал Ганцевичский район. Он явился аутсайдером по численности занятого в экономике населения. Также это регион с самой высокой безработицей. Такие низкие показатели не могли не сказаться на объемах промышленного производства и урожайности сельскохозяйственных культур. Однако темпы роста заработной платы в регионе довольно высокие, также отмечается увеличение притока иностранных инвестиций и не самые низкие показатели поступления инвестиций в основной капитал, поэтому вскоре ситуация с занятостью в районе может в корне измениться.

Хотелось бы кратко обозначить направления, на которые и остальным районам следует обратить наиболее пристальное внимание, т.е. показатели, по которым у них были отмечены низкие индексы.

В Барановичском районе были отмечены наиболее низкие затраты на окружающую среду. При недостаточном финансировании, экологическая ситуация в районе может снизиться, что может негативно сказаться на здоровье населения, повышении эмиграции, снижении количества трудоспособного населения и т.д.

В Березовском районе были отмечены самые низкие темпы роста заработной платы. Такая негативная динамика может отразиться на заинтересованности людей в производительном труде, а соответственно произойдет и падение объемов производства.

Одним из регионов с низкой конкурентоспособностью стал Брестский район (самые крупные города области – Брест, Барановичи, Пинск, – в расчете не учитывались). В Брестском районе самый низкий показатель индекса физического объема розничного товарооборота (97,8% в 2012 году по сравнению с 2011), самая высокая преступность по области (157 преступлений на 10 000 человек, для сравнения в Ивановском районе этот показатель составил всего 67 преступлений на 10 000 человек). Сальдо внешней торговли в среднем за 2011 и 2012 годы составило – 22204,95 тыс. долл. США, что также наихудший показатель среди регионов. Также в районе один из самых низких показателей обеспеченности населения жильем.

Список цитированных источников

1. Портер, М.Е. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / М.Е. Портер; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.

2. Точицкая, И. Конкурентоспособность регионов Беларуси: общий обзор / И. Точинская, И. Пелипась [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.research.by/webroot/delivery/files/wp2013r03.pdf>. – Дата доступа: 29.03.2014.

3. Хвалько, Г.Н. Статистический ежегодник Брестской области 2013 / Г.Н. Хвалько, А.Н. Хандошко, Н.П. Шухно, А.М. Плисовский, В.А. Вилавская. – Брест: Издательство «Альтернатива», 2013. – 457 с.

УДК 339.137.025:332.1

Войтеховская Е.В.

Научный руководитель: доцент, к.э.н. Куган С.Ф.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ВЫБОРА ФАКТОРОВ ПРИ РАСЧЕТЕ ИНТЕГРАЛЬНОГО ИНДЕКСА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНОВ

Концепция региональной конкурентоспособности занимает промежуточное положение между тем, как на микро- и макроуровнях определяется данное понятие. Оценка региональной конкурентоспособности выявляет, насколько производительно по сравнению с другими регионами используется региональный экономический потенциал, в том числе трудовые ресурсы, производственный, научно-технический и инновационный потенциал.

При расчете региональной конкурентоспособности можно использовать показатели, разбитые на следующие группы.

Первая группа показателей – **экологические факторы**, включает такие показатели, как показатель объемов выбросов загрязняющих веществ в атмосферу на 1 км² территории района и объем затрат на защиту окружающей среды, также рассчитанный относительно площади территории.

Влияние состояния окружающей среды на развитие и потенциал экономического роста в современном мире никто не станет оспаривать и отрицать. Экологически чистая промышленность более не вопрос роскоши, а скорее вопрос необходимости. Многие промышленные предприятия проводят природо-

охранные мероприятия и выделяют средства на сохранение окружающей среды и природных ресурсов. Таким образом, промышленность не только создает данную проблему, но также становится частью ее решения. Глобальная проблема будущего состоит в том, чтобы совместить такие цели, как экономический рост, эффективные и безопасные энергетические поставки и чистую окружающую среду. Энергетическая политика в этом случае будет ключевым фактором в достижении стабилизированного развития [1].

Естественно, что чем более активное загрязнение окружающей среды наблюдается, тем более весомых затрат на восстановление баланса природы требуется в регионе. Состояние окружающей среды тесно связано со здоровьем населения, качеством и количеством недр, ископаемых и, безусловно, сельскохозяйственной продукции.

Следующая группа – **человеческие факторы**. К ним в разрезе исследования конкурентоспособности можно отнести показатели прироста (убыли) населения и миграции в регионе, численность населения, занятого в экономике, уровень безработицы, темп прироста заработной платы.

Существует несколько подходов к анализу взаимосвязи между ростом населения и экономическим развитием. В основе самого раннего подхода лежит следующая схема: быстрый рост населения понижает рост сбережений и накоплений, увеличивает рост рабочей силы и затрудняет ее использование, понижает качество трудовых ресурсов за счет снижения уровня расходов на образование и здравоохранение, ослабляет технические нововведения, сокращает объем ресурсов на одного человека и в конечном итоге замедляет рост ВВП на душу населения. Другой подход состоит в том, что демографические факторы выступают функцией социального и экономического развития. А. Смит, напротив, считал, что увеличение численности населения может ускорять экономическое развитие, способствуя техническим нововведениям. Богатство, считал он, может вести к увеличению числа детей, но использование их труда может перекрывать расходы на их содержание и воспитание. Данная концепция получила развитие, и в 80-е годы Академией наук США было признано, что такие проблемы, как безработица и недоедание, вызываются многими факторами [2].

Влияние миграции на социально-экономическое развитие страны может быть различным – положительным и отрицательным. К ее положительному влиянию следует отнести то, что мобильность трудовых ресурсов в процессе миграции способствует экономическому росту, свободному передвижению людей не только внутри страны, но и за ее пределами, поиску наиболее выгодного применения профессии, знаний, опыта. Если среди иммигрантов преобладают люди, находящиеся в трудоспособном возрасте, и они находят работу, то меняется соотношение между работающим и неработающим населением. Вместе с тем миграция вызывает отрицательные последствия. Она может создать социальную напряженность в стране или в отдельном ее регионе. Миграция может привести к росту безработицы, обострению жилищной проблемы, увеличению стоимости жилья, значительному увеличению нагрузки на объекты социальной инфраструктуры, прежде всего на государственные дошкольные, школьные и медицинские учреждения, росту цен на товары и услуги, развитию теневой экономики. Миграция может способствовать проникновению наркотиков, торговле оружием и наркотиками, ведению нелегальной деятельности, росту преступности [3].

Внешняя миграция оказывает негативное воздействие на демографическую ситуацию не только в количественном, но и в качественном аспекте. Как правило, эмигранты являются более молодыми людьми с более высоким уровнем образования, нежели прибывающие в Беларусь иммигранты. Неблагоприятные миграционные тенденции происходят на фоне процессов старения, а также неуклонного уменьшения числа населения в трудоспособном возрасте с 2008 года, что еще более увеличивает демографическую нагрузку [4].

Занятость как экономическая категория представляет общественное отношение по поводу включения совокупной рабочей силы в процесс производства. Высокий уровень занятости в условиях эффективного производства обеспечивает не только стабильность индивидуальных доходов, но и рост налоговых поступлений в государственный бюджет и совокупных доходов с общества, создавая возможности для производства большего количества общественных благ, способствующих человеческому развитию.

Проблема безработицы является одной из фундаментальных в развитии и функционировании человеческого общества. Переход к рынку неизбежно вызывает значительный рост уровня безработицы. Существует большое количество типов безработицы и причин её возникновения, а, следовательно, невозможно найти какое-то одно, единственно верное средство борьбы с этим явлением. Несмотря на негативные экономические аспекты безработицы, ликвидировать ее полностью невозможно и нецелесообразно. Определенный уровень безработицы даже полезен для страны. Он обеспечивает возможность более быстрых перемен в структуре производства при изменении ситуации на товарных рынках. Такой приемлемый уровень занятости принято называть естественным уровнем безработицы [5].

Заработная плата – это основная часть средств, направляемых на потребление, представляющая собой долю дохода (чистую продукцию), зависящую от конечных результатов работы коллектива и распределяющуюся между работниками в соответствии с количеством и качеством затраченного труда, реальным трудовым вкладом каждого и размером вложенного капитала. Заработная плата как один из основных источников дохода должна не только способствовать воспроизведению рабочей силы как таковой, но и давать возможность человеку воспользоваться набором социальных благ – медицинские услуги, качественный отдых, получение образования, воспитание детей в системе дошкольного образования и т.д. Кроме того, обеспечить безбедное существование работающего в пенсионном возрасте. Оптимальный размер заработной платы должен побуждать работника к трудовой активности, к максимальной отдаче, повышению эффективности труда. Размер вознаграждения за труд является одним из главных показателей трудового статуса, а его сопоставление с собственными трудовыми усилиями позволяет судить о справедливости оплаты труда. Также заработная плата выполняет функцию установления рациональных пропорций между товарным спросом и предложением и определяет меру участия живого труда (через заработную плату) в образовании цены товара (продукции, услуги), его долю в совокупных издержках производства и в издержках на рабочую силу.

Третьей группой является группа **социальных факторов** – обеспеченность населения врачами-специалистами, обеспеченность жильем, преступность в регионе.

Показатель обеспеченности врачами-специалистами может рассматриваться ввиду необходимости отразить влияние состояния здоровья населения

на экономику региона. Взаимосвязь между здоровьем населения страны, с одной стороны, и экономическим ростом, с другой, признается и медицинской, и экономической науками. В условиях наблюдающегося в последние десятилетия старения населения взаимовлияние здоровья и экономического роста выходит на передний план в качестве компенсаторного механизма поддержания экономического роста при сокращении притока рабочей силы.

Рынок жилья в экономике региона имеет определяющее значение. С ним связаны основные функции местного самоуправления, например доходы местного бюджета, благоустройство территории, обеспечение коммунальными услугами населения, безопасность, защита от стихийных бедствий и т.д. Жилая площадь, качество жилья в значительной степени влияют на возможности человека воспользоваться плодами цивилизации в культурной и образовательных сферах. На экономические факторы влияют: структура потребительского спроса населения зависящая от размеров и качества жилья, которым обладают семьи и граждане муниципального образования; рост структуры экономики за счет повышения степени обеспеченности жильем и его качеством; инвестиционная привлекательность города, которая зависит от состояния жилищного фонда, жилищно-коммунальных услуг и степени развития рынка жилья. Экономическая активность семьи связана, прежде всего, со стремлением иметь достойное жилье [7].

Связь преступности с социальными, политическими, экономическими и культурными условиями человеческого существования действительно не вызывает сомнений. Главной угрозой современности после мировых войн и возможных глобальных катастроф становится транснациональная и национальная преступность. При этом, в отличие от войн и катастроф, преступность – явление не временное, не ограниченное территориально, а постоянно действующее, повседневное и повсеместное. Как и прежде, она продолжает расти быстрее, чем численность населения, мгновенно заполняя любые неконтролируемые или слабо контролируемые правовые ниши. По данным обзоров ООН средний темп прироста преступности в мире достигает 5% в год при темпах прироста населения в 1-1,2%. Преступность все больше организуется, вооружается, коррумпируется, глобализируется, интеллектуализируется и особенно интенсивно «окорыцтвляется», т.е. корысть становится самым главным, доминирующим мотивом современного преступного поведения. Отдельные преступники и особенно организованные преступные образования нередко намного быстрее и эффективнее государственных организаций и легальных коммерческих структур используют различные достижения науки и техники для осуществления своих криминальных целей. Между тенденциями социально-экономического развития и динамикой преступности нет прямой корреляции, тем более высокой или проявляющейся через короткий отрезок времени [8].

Наиболее весомая группа факторов – **экономические факторы**, которая представлена следующими показателями: объемом производства промышленной продукции, урожайностью с/х культур, объемом розничной торговли, уровнем просроченной дебиторской и кредиторской задолженности, уровнем поступления иностранных инвестиций, объемом инвестиций в основной капитал, сальдо внешней торговли.

Объем производства – результат деятельности предприятия по производству какой-либо продукции и представленных производственных услуг. Под экономическим ростом понимаются долговременные изменения реального объема производства. Его сущность проявляется в разрешении и воспроизведении на новом уровне основного противоречия экономики: между ограни-

ченностью производственных ресурсов и безграничностью общественных потребностей. Разрешаться это противоречие может двумя основными способами: за счет увеличения производственных возможностей, за счет наиболее эффективного использования имеющихся производственных возможностей и развития общественных потребностей.

Урожайность – важнейший показатель, отражающий уровень интенсификации сельскохозяйственного производства. От правильного планирования и прогнозирования уровня урожайности сельскохозяйственных культур во многом зависит качество планового экономического уровня таких экономических категорий, как себестоимость, производительность труда, рентабельность и другие экономические показатели. Таким образом, урожайность культур в каждом хозяйстве играет одну из первых ролей, и производитель сельскохозяйственной продукции должен стремиться к постоянному повышению урожайности всех культур. Факторы, определяющие урожайность, можно подразделить на две группы – природные и экономические. Природные факторы характеризуются показателями качества почв и метеорологических условий. Экономические факторы есть следствие уровня развития производительных сил и производственных отношений; они проявляют себя в интенсификации земледелия.

Внешняя торговля – это экспортно-импортные отношения между странами, в основе которых лежит международное разделение труда. Для большинства стран внешняя торговля, т.е. ввоз (импорт) и вывоз (экспорт) товаров и услуг, является главной составляющей внешнеэкономических связей, опосредующей и другие их проявления. Ведущей формой внешней торговли являются коммерческие сделки, оформляемые внешнеторговыми договорами (контрактами). Внешняя торговля страны регулируется государством. Для этого используются такие средства, как таможенные тарифы, лицензирование, контингентирование и другие нетарифные ограничения, а также прямое и косвенное субсидирование экспорта и другие средства.

Список цитированных источников

1. Основы экологии и природопользования: учебное пособие / В.Л. Дикань, А.Г. Дейнека, Л.А. Позднякова, И.Д. Михайлов, А.А. Каграманян. – Харьков: ООО «Олант», 2002. – 384 с.
2. Ломакин, В.К. Мировая экономика / В.К. Ломакин. – 3-е изд., стереотип. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 672 с.
3. Межрегиональная консалтинговая корпорация «ВАЛЕНРУ» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.valenru.ru/index.php>. – Дата доступа: 01.04.2014.
4. Yeliseyeu, Andrei. Response to the Research Report “The impact of labour migration on Belarus: a demographic perspective” (CARIM-East RR 2012/20).
5. Фомина, Т.Б. Занятость и ее влияние на экономический рост / Т.Б. Фомина; Московский педагогический университет. – Москва, 1997. – 160 с.
6. Здоровье населения как составной элемент экономической политики государства / К.А. Самутин // Российское предпринимательство. – 2012. – № 11 (209). – С. 131-136.
7. Экономический портал ЭкоУнивер [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://ecouniver.com/1722-vliyanie-rynka-zhilya-na-socialno-yekonomicheskoe.html>. – Дата доступа: 02.04.2014.
8. Преступность и теневая экономика / В.В. Лунеев // Экономическая наука современной России. – 2005. – №1 (28). – С. 70-73.

ОПТИМИЗАЦИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Транспорт и логистика образуют кровеносную систему современной экономики. Особенно важна эта отрасль для Республики Беларусь, имеющей открытую экономику и выгодное географическое положение на перекрестке важнейших транспортных коридоров. Однако для этого необходимы развитие транспортно-логистической системы внутри страны, а также ее включение в международную транспортно-логистическую систему.

С этой целью необходимо создание условий для улучшения социально-экономического положения страны и освоения новых рынков, повышения конкурентоспособности отечественных товаров за счет снижения транспортных издержек при перевозках автомобильным транспортом и поэтапного развития автомобильных дорог в соответствии с темпами автомобилизации страны [1].

Транспортная инфраструктура Беларуси представлена широкой сетью автомобильных, железных, воздушных дорог. В последние годы важное значение придается созданию сети транспортно-логистических центров [1].

Сегодня Республика Беларусь придает первостепенное значение динамическому развитию логистической системы. Объяснением этого является необходимость сокращения временного интервала между приобретением сырья и поставкой товаров конечному потребителю, что в свою очередь ведёт к минимизации совокупных издержек за счёт оптимизации потоковых процессов [2].

Логистическая система - это совокупность взаимодействия заинтересованных сторон в виде звеньев логистической системы, с определенными потенциальными возможностями и сферой компетентности. Транспортная логистика – это система организации доставки по перемещению каких-либо материальных предметов, веществ и пр. из одной точки в другую по оптимальному маршруту с минимальными затратами и в оптимальные сроки.

В 2007 г. Всемирным банком впервые была разработана методика оценки уровня развития логистики в различных странах. За основу при определении логистического рейтинга эксперты взяли шесть критериев оценки развития логистики в конкретной стране, на основе которых был рассчитан индекс эффективности логистики – LPI (LogisticsPerformanceIndex) [3]:

- эффективность таможенного и пограничного оформления;
- качество торговой и транспортной инфраструктуры;
- простота организации международных перевозок по конкурентоспособным ценам;
- качество и компетентность логистических услуг;
- отслеживание прохождения грузов;
- своевременность поставок грузов.

Индекс эффективности логистики для каждой страны рассчитывается на основе опросов международных, национальных и региональных логистических операторов, транспортно-экспедиторских компаний, предоставляющих услуги по организации перевозок грузов различных видов транспорта.

Мы предлагаем свою качественную методику, учитывающую технологический (производственный) потенциал той или иной территории, позволяющую эффективно оценить текущее состояние логистической отрасли страны.

Выявлено, что перспективы развития транспортной составляющей белорусского рынка логистических услуг в определяющей степени зависят от следующих факторов:

- Густота транспортных коммуникаций, проходящих по территории.
- Наличие крупных транспортных узлов.
- Наличие транспортных предприятий, станций, портов и т.д.
- Структура грузопотоков.
- Интенсивность грузопотоков.
- Соответствие республиканских и региональных органов власти в области транспорта и логистики мировым тенденциям.
- Уровень логистического сервиса.
- Уровень развития существующей нормативно-правовой базы в области транспорта и логистики.
- Наличие крупных республиканских автомагистралей и железнодорожных линий и др.

На основе анализа указанных факторов были систематизированы показатели логистического потенциала по блокам – дорожное хозяйство, грузооборот, институциональные факторы, инфраструктура.

Были выявлены основные показатели: протяженность дорог с твёрдым покрытием, наличие грузовых транспортных средств у предприятий, протяжённость ж/д путей, грузооборот ж/д транспорта, грузооборот автотранспорта, гостиницы, станции технического обслуживания, автозаправки, объекты общественного питания и др.

Выбор показателей для расчета логистического потенциала нами был произведен с помощью корреляционного анализа. В результате были отобраны показатели, имеющие наибольшую связь с результирующим – валовая добавленная стоимость.

Логистический потенциал – это способность реализовывать логистические функции и операции с максимально возможным конечным результатом и минимальными необходимыми затратами.

Расчёт логистического потенциала предлагаем производить по формуле:

$ЛП = \sqrt[n]{\prod J}$, где n-количество темпов роста, J-темпов роста по каждому показателю, раскрывающей такие составляющие как дорожное хозяйство, грузооборот, инфраструктура, институциональные факторы.

Далее был рассчитан логистический потенциал по годам. На Снижение потенциала повлияло ухудшение показателей грузооборота, институциональные факторы. Несмотря на некоторое затем улучшение в настоящее время этот уровень развития не удовлетворяет потребности экономики.

Далее проводили факторный анализ. Влияние факторов в факторном анализе рассчитали по последним 2 годам, используя метод цепных подстановок, которые показали отрицательное влияние двух блоков: грузооборот и институциональные условия.

Решения по совершенствованию логистической системы требуют комплексного обоснования и расчетов не только экономических показателей, характеризующих ЛП, но и анализ логистических рисков.

Далее мы составляли SWOT-анализ угроз: где представлены угрозы логистической системы в разрезе вероятности реализации и их последствия.

Более тёмным цветом выделены угрозы, которые имеют наиболее тяжёлые последствия, такие как конфискация товара, сложность, длительность таможенных процедур, низкая пропускная способность автомобильных дорог, устаревшая нормативно-правовая база, сложность выполнения формальностей при экспорте/импорте груза, несоответствие уровня логистического сервиса мировым стандартам и др.

Рекомендации по развитию логистического потенциала региона:

1. Дорожное хозяйство:

– реконструкция автомобильных дорог.

2. Грузооборот:

– сокращение времени, стоимости и сложности выполнения формальностей при экспорте/импорте груза;

– доступность и экономичность при организации международных перевозок.

3. Инфраструктура:

– расширение пропускной способности оборудования электросвязи для обеспечения пропускной способности европейского, российского и азиатского трафика сети передачи данных;

– востребованность транспортного логистического сервиса, соответствующего мировым стандартам;

– развитие сети придорожного сервиса.

4. Институциональные условия:

– простота и эффективность проведения таможенных процедур;

– внедрение «электронной таможни»: электронное декларирование, электронный документооборот;

– создание определённых структур, позволяющих обеспечить комплексное обслуживание процесса доставки товаров от производителя или покупателя до конечного получателя;

– совершенность нормативно-правовых актов;

– развитие законодательства в области обеспечения транзита.

Под каждый риск разработаны рекомендации для облегчения принятия решения, представленные в виде матрицы.

Список цитированных источников

1. О транспортно-экспедиционной деятельности: Закон Респ. Беларусь, 13.06.2006 г. № 124 – З: в ред. Закона Респ. Беларусь от 23.06.2006 г. // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2013.

2. О Программе развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2015 года: Закон Респ. Беларусь, 29.08.2008 г. № 1249 – З: в ред. Закона Респ. Беларусь от 29.08.2008 г. // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2013.

3. Фразелли, Эдвард Мировые стандарты складской логистики / Эдвард Фразелли. М.: Альпина. – 2012. – 330 с.

УДК 338

Макаревич Е.В.

Научный руководитель: доцент Зазерская В.В.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

Транспорт является важнейшим фактором эффективного развития экономики. Становление рыночных отношений усиливает эту роль транспорта, так как при его непосредственном участии формируются региональные товарные рынки.

Беларусь является наиболее оптимальным связующим звеном между странами СНГ и Евросоюза. Значение этого преимущества будет усиливаться

по мере углубления интеграционных процессов в рамках таможенного союза Беларуси, России, Казахстана, начавшего действовать в 2010 году, и формирования единого экономического пространства между ними.

Сегодня Республика Беларусь придаёт первостепенное значение динамическому развитию логистической системы. Объяснением этого является необходимость сокращения временного интервала между приобретением сырья и поставкой товаров конечному потребителю, что в свою очередь ведёт к минимизации совокупных издержек за счёт оптимизации потоковых процессов [1].

Транспорт является важнейшим фактором эффективного развития экономики. Становление рыночных экономических отношений усиливает эту роль транспорта, так как при его непосредственном участии формируются региональные товарные рынки. Выявлено, что перспективы развития транспортной составляющей белорусского рынка логистических услуг в определяющей степени зависят от следующих факторов: густота транспортных коммуникаций, проходящих по территории, уровень развития производственно-технической базы, интенсивность грузопотоков, уровень логистического сервиса и др. [2].

Важнейший аспект логистики – возможность влиять на стратегию и тактику работы предприятия и на создание новых конкурентных преимуществ для фирмы на рынке, то есть на ее конечные цели. Применение логистики ускоряет процесс получения информации, повышает уровень сервиса. Логистика координирует деятельность всего предприятия в целом.

В Республике Беларусь в настоящее время логистика используется недостаточно эффективно и широко, так как является относительно молодой наукой и сферой бизнеса, только проходящей этап своего становления.

По форме толкования всю совокупность определений логистики можно разделить на два направления.

Первое сводится к трактовке логистики как области хозяйственной деятельности по управлению материальными и информационными потоками в сферах производства и обращения.

Второе представляет логистику как междисциплинарное научное направление, имеющее прагматический характер и связанное с поиском новых возможностей повышения эффективности потоковых процессов любого характера.

Логистическая система – система товаропроводящих функций (закупки, сбыт, транспортировка, производство), обеспечивающая высокую надежность и полноту удовлетворения потребительского спроса, а также оптимальность издержек за счет системного подхода.

Логистическая система предприятия представляет собой систему, включающую в себя нижеперечисленные товаропроводящие функции, реализация которых выполняется на системном уровне:

- закупочная деятельность или снабжение;
- процессы таможенного оформления;
- планирование производства и сам производственный процесс;
- складирование материалов, готовой продукции, полуфабрикатов;
- транспортировка материалов, готовой продукции, полуфабрикатов;
- дистрибуция готовой продукции и обслуживание рекламаций.

Представляя предприятие в качестве логистической системы, рассмотрим её основные составляющие.

Отдельные функциональные цели логистики снабжения (поставок):

– расчет потребности в материальных ресурсах в соответствии с программой производства;

- правильный выбор поставщиков, сведение их количества к минимуму;
- заблаговременный запрос на материалы;
- использование единых контейнеров на протяжении длительного времени;
- минимизация запасов;
- достижение снабжения «по требованию»;
- гарантия безошибочного размещения материалов;
- интеграция снабжения и производства.

Для производственной логистики:

- сокращение простоев оборудования;
- оптимизация запасов;
- улучшение использования производственных и складских площадей;
- повышение качества продукции, обязательное устранение брака;
- устранение нерациональных внутризаводских перевозок.

Отдельные функциональные цели логистики сбыта (распределительной):

– поставка готовой продукции в соответствии с заявками клиентов (время, качество, цена);

- качественное складирование с минимальными затратами;
- повторное использование тары;
- обеспечение высокого уровня сервиса;
- сквозное управление изготовлением заказов до сбыта включительно.

Для транспортной логистики:

- разработка оптимальных маршрутов и графиков движения транспорта;
- совместное планирование работы различных видов транспорта;
- координация работы транспорта со складскими и производственными

звеньями;

- выбор вида транспортных средств;
- создание транспортных коридоров и транспортных цепей.

Для информационной логистики:

- сопровождение и обслуживание материального потока;
- нахождение (размещение);
- время прибытия и (или) отправки в пункт (из пункта) размещения;
- система транспортировки;
- резервирование.

Отдельные функциональные цели логистики утилизации:

- планирование переработки и утилизация отходов;
- сортировка отходов;
- быстрая переработка материалов, которые могут повторно использоваться;
- экологически безопасное складирование отходов, которые не могут использоваться повторно.

В индустриально развитых странах, кроме отдельных видов деятельности, законодательно обуславливаются ограничения относительно переработки отходов, что вызвано требованиями экологии. Поэтому логистика утилизации должна охватывать планирование, управление и физическую обработку отходов до допустимых норм.

В процессе управления материальным потоком внутри предприятия в основном решаются задачи производственной логистики. Специфика этой структуры управления заключается в том, что основной объем работ по проведению потока выполняется в пределах территории предприятия. Поток идет не в результате заключенных договоров, а в результате решений, принимаемых

системой управления предприятием. Сфера производственной логистики тесно соприкасается со сферами закупок материалов и распределения готовой продукции. Однако основной круг задач в этой области – управление материальными потоками в процессе осуществления именно производства.

Организация процесса распределения продукции. При управлении материальными потоками в процессе реализации готовой продукции решаются задачи распределительной логистики. Реализация функции распределения на предприятиях осуществляется отделом сбыта продукции. В сферу внимания этой структуры управления материальный поток попадает еще находясь в производственных цехах. Это означает, что вопросы тары и упаковки, размера изготавливаемой партии и времени, к которому эта партия должна быть изготовлена, а также много других вопросов, существенных для процесса реализации, начинают решаться на более ранних стадиях управления материальным потоком.

В целостной стратегии распределительной логистики предприятия выделяются две основополагающие стороны: во-первых, изучение потребностей рынка и, во-вторых, способы и методы наиболее полного удовлетворения этих потребностей путем эффективной организации транспортно-экспедиционного обслуживания.

Под сбытовой деятельностью понимается процесс движения товара на рынок и организация товарного обмена с целью извлечения прибыли. Цели сбыта – максимизация прибыли за счет расширения сбытовой сети.

Сбытовая логистика - неотъемлемая часть общей логистической системы, обеспечивающая наиболее эффективную организацию распределения произведенной продукции. Она охватывает всю цепь системы распределения: маркетинг, транспортировку, складирование и др. Развитие маркетинга связано с обострением проблемы реализации продукции и ростом требований к отделам сбыта и материально-технического снабжения. Прежде всего возникает необходимость совершенствования сбытовой политики в целях формирования рынка и значительного улучшения планирования реализации продукции предприятия. Сюда включаются конкуренция, спрос на рынке, доступность рынка и ряд других факторов.

Функциональные области логистики предприятия. Взаимодействие подразделений службы снабжения предприятия осуществляется на основе функциональных связей. Одним из звеньев организации материально-технического снабжения является складское хозяйство, основная задача которого заключается в приеме и хранении материалов, их подготовке к производственному потреблению, непосредственном снабжении цехов необходимыми материальными ресурсами. Склады подразделяются на материальные, производственные, сбытовые. Принятые материалы хранятся на складах по номенклатурным группам; сортам, размерам, нумеруются с указанием индексов материалов. Завоз материалов и работа складов организуются на основе оперативно-заготовительных планов с привлечением транспортного цеха. При управлении материальными потоками на транспортных участках решаются специфические задачи транспортной логистики. Так же как и другие функциональные области логистики, транспортная логистика четко очерченных границ не имеет.

Значительная часть логистических операций на пути движения материального потока от первичного источника сырья до конечного потребителя осуществляется с применением различных транспортных средств. Транспортная составляющая участвует во множестве задач логистики, к которым следует от-

нести обеспечение технической и технологической сопряженности участников транспортного процесса, согласование их экономических интересов, а также использование единых систем планирования. Методы транспортной логистики применяются при организации любых перевозок. Основой выбора вида транспорта, оптимального для конкретной перевозки, служит информация о характерных особенностях различных видов транспорта и о разновидности грузов.

Становится более актуальной *главная задача транспорта* – ускорение оборота материальных ценностей, доставки готовой продукции, перевозки людей, ибо это затрагивает экономические интересы как производителей, так и потребителей.

С этой целью необходимо создание условий для улучшения социально-экономического положения страны и освоения новых рынков, повышения конкурентоспособности отечественных товаров за счет снижения транспортных издержек при перевозках автомобильным транспортом и поэтапного развития автомобильных дорог в соответствии с темпами автомобилизации страны.

На основе анализа указанных факторов были систематизированы показатели логистического потенциала по блокам – дорожное хозяйство, грузооборот, институциональные факторы, инфраструктура.

Были выявлены основные показатели: протяженность дорог с твердым покрытием, наличие грузовых транспортных средств у предприятий, протяженность ж/д путей, грузооборот ж/д транспорта, грузооборот автотранспорта, гостиницы, станции технического обслуживания, автозаправки, объекты общественного питания и др.

Логистический потенциал (ЛП) – это способность реализовывать логистические функции и операции с максимально возможным конечным результатом и минимальными необходимыми затратами

Расчёт логистического потенциала предлагаем производить по формуле:

$$ЛП = \sqrt[n]{\prod J},$$

где n – количество темпов роста, J – темп роста по каждому показателю, раскрывающей такие составляющие, как дорожное хозяйство, грузооборот, инфраструктура, институциональные факторы.

Решения по совершенствованию логистической системы требуют комплексного обоснования и расчетов не только экономических показателей, характеризующих ЛП, но и анализ логистических рисков.

Риск – это возможность возникновения неблагоприятной ситуации или неудачного исхода деятельности организации в той или иной области.

Основные причины возникновения логистического риска: неопределенность, случайность, противодействие.

Под каждый риск разработаны рекомендации для облегчения принятия решения, представленные в виде матрицы.

Рекомендации по развитию логистического потенциала региона:

- Реконструкция автомобильных дорог.
- Сокращение времени, стоимости и сложности выполнения формальностей при экспорте/импорте груза.
- Расширение пропускной способности оборудования электросвязи для обеспечения пропуска европейского, российского и азиатского трафиков сети передачи данных.
- Востребованность в транспортном логистическом сервисе, соответствующем мировым стандартам.
- Развитие сети придорожного сервиса.

- Простота и эффективность проведения таможенных процедур.
- Внедрение «электронной таможни»: электронное декларирование, электронный документооборот.

Список цитированных источников

1. О Программе развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2015 года: Закон Респ. Беларусь, 29.08.2008 г. № 1249 – З: в ред. Закона Респ. Беларусь от 29.08.2008 г. // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2013.

2. Транспорт и логистика Республики Беларусь: справочник / Министерство транспорта и коммуникаций Республики Беларусь; Н.В. Горбанева, А.В. Орлович; под редакцией И.И. Карбановича – Минск, 2012.

УДК 331.467

Луковская Н.С.

Научный руководитель: доцент Кивачук В.С.

БУХГАЛТЕРСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ПОТЕРЬ ПРЕДПРИЯТИЯ, СВЯЗАННЫХ С ПРОИЗВОДСТВЕННЫМ ТРАВМАТИЗМОМ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМИ ЗАБОЛЕВАНИЯМИ, И ПРАВОВАЯ ОСНОВА ОХРАНЫ ТРУДА

Целью настоящей работы является рассмотрение отражения в бухгалтерском учете операций по исчислению и выплате пособий по временной нетрудоспособности в связи с несчастным случаем на производстве и профессиональным заболеванием, а также рассмотрение проблемы сокрытия несчастных случаев на производстве.

От несчастных случаев не застрахован никто. Производственную травму может получить и офисный работник. При этом важно заметить, что при несчастном случае на производстве предусмотрены более существенные компенсации, чем выплаты при бытовой травме.

Главное отличие травмы от несчастного случая на производстве в том, что травма – термин медицинский (телесное повреждение), а несчастный случай на производстве – правовой. Бытовая травма – это травма, которую работник может получить по любой причине, кроме несчастного случая, связанного с работой. К бытовым травмам относят несчастные случаи, вызвавшие временную утрату трудоспособности, если они произошли в быту, по пути на работу или с работы (если пострадавший ехал не на служебном транспорте, а также не на личном, используемом в служебных целях). При этом обязанность классификации полученной работником травмы лежит на работодателе (а не на медработнике) [1].

При бытовой травме основанием для назначения пособия является листок нетрудоспособности. Назначение, исчисление и выплата пособий по временной нетрудоспособности осуществляется в соответствии с Положением "О порядке обеспечения пособиями по временной нетрудоспособности и по беременности и родам", утвержденным Постановлением Совета Министров РБ от 30.09.1997 г. №1290, с изменениями и дополнениями от 4.04.2002 г. №421 и от 12.12.2003 г. №1606.

По всем случаям временной нетрудоспособности (в том числе и по бытовой травме) пособие назначается с первого дня утраты трудоспособности до ее восстановления или установления инвалидности. Пособие назначается в

размере 80% среднедневного (среднечасового) заработка за рабочие дни (часы) по графику работы работника, приходящиеся на первые 6 календарных дней нетрудоспособности, и в размере 100% заработка за последующие дни непрерывной временной нетрудоспособности.

Пособие по временной нетрудоспособности в связи с бытовой травмой назначается комиссией по назначению пособий предприятия, организации. Комиссия, выяснив обстоятельства получения травмы, принимает решение о назначении пособия, которое оформляется протоколом заседания. В случае получения травмы, причиной которой явилось употребление алкоголя, наркотических или токсических веществ, пособие назначается в размере 50% от пособия [2].

Профессиональное заболевание. Профессиональным называется такое заболевание, которое развивается в результате воздействия на работающего специфических для данного работника производственных факторов при длительном периоде работы в условиях его воздействия.

Факторами риска профессиональных заболеваний являются шум, вибрация, запыленность рабочих мест, нервно-эмоциональные перегрузки, перегрузки отдельных групп мышц, высокая монотонность труда и др. К производственно-обусловленным заболеваниям относятся большинство обычных болезней любой группы (простудные, сердечно-сосудистые, желудочно-кишечного тракта, болезни печени и почек и др.), которые отягощаются неблагоприятными условиями труда [3].

На данный момент обязательства перед работниками предприятий за несчастный случай выполняет только фонд социальной защиты населения, так как в 2004 г. было введено обязательное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний.

Таблица 1 – Отражение в бухгалтерском учете операций по исчислению и выплате пособий по временной нетрудоспособности в связи с несчастным случаем на производстве и профессиональным заболеванием [4]

Содержание операции	Дебет	Кредит
1	2	3
Начислено пособие по временной нетрудоспособности в связи с несчастным случаем на производстве	76	70
Начислены страховые взносы по обязательному страхованию от несчастных случаев и профессиональных заболеваний в Белгосстрах на оплату труда сотрудников (за исключением суммы пособий)	20, 23, 25, 26, 44	76
Произведено удержание подоходного налога из суммы начисленного пособия по временной нетрудоспособности в связи с несчастным случаем на производстве и профессиональным заболеванием	70	68
Начислена доплата до среднемесячного заработка сотрудника в связи с повреждением здоровья в результате страхового случая и переводом на более легкую нижеоплачиваемую работу	76	70
Выплачено (произведена доплата) пособие по временной нетрудоспособности в связи с несчастным случаем на производстве	70	50,51
В случае исчисления пособия по временной нетрудоспособности и доплаты до среднемесячного заработка с нарушением законодательства <i>сторнируется</i> начисление за счет Белгосстраха	76	70
Начисленные (с нарушением законодательства) суммы относятся за счет собственных средств нанимателя	91 (84)	70
Получена дотация от Белгосстраха в случае, когда суммы начисленных обязательных страховых взносов недостаточно для выплаты пособий	51	76
Произведен возврат в случае излишне уплаченных сумм обязательных страховых взносов в Белгосстрах	51	76

Важно анализировать проблему сокрытия несчастных случаев на производстве. Существующая статистика в Республике Беларусь, как и в других странах, искажается на величину несчастных случаев, скрывааемых работодателями в силу различных причин. За внешне относительно благополучными данными может стоять сокрытие несчастных случаев с легким исходом. Это ведет к снижению объемов и эффективности профилактической работы.

Как показывает практика, имеют место факты сокрытия со стороны нанимателей, большинство из которых раскрывается. В основном это случаи, повлекшие смертельный исход. Намного меньше выявляется фактов сокрытия производственных травм и увечий. **Основными причинами несчастных случаев со смертельным исходом, происшедших в 2013 году явились:**

- 1) нарушение потерпевшими трудовой и производственной дисциплины, инструкций по охране труда, в результате чего погибло 58 человек, что составляет 18,9 процентов от общего числа погибших в республике;
- 2) невыполнение руководителями и специалистами обязанностей по охране труда – 65 человек, что составляет 21,2 процента;
- 3) недостатки в обучении и инструктировании потерпевших по охране труда – 25 человек, что составляет 8,1 процента;
- 4) нахождение потерпевших в состоянии алкогольного опьянения, наркотическое или токсическое отравление – 22 человека, что составляет 7,2 процента [5].

Несчастные случаи со смертельным исходом, несчастные случаи с тяжелым исходом, а так же групповые несчастные случаи подлежат специальному расследованию. **Круг лиц, имеющих право на получение страховых выплат в случае смерти застрахованного:** нетрудоспособные лица, состоявшие на иждивении умершего или имевшие на день его смерти право на получение от него содержания; ребенок умершего, родившийся после его смерти; один из родителей, супруг (супруга) либо другой член семьи независимо от его трудоспособности, неработающий и занятый уходом за состоявшими на иждивении умершего его детьми, внуками, братьями и сестрами, не достигшими возраста 14 лет либо достигшими указанного возраста, но по заключению МРЭК или врачебно-консультативной комиссии признанными нуждающимися по состоянию здоровья в постоянном постороннем уходе; лица, состоявшие на иждивении умершего и ставшие нетрудоспособными в течение 5 лет после его смерти [6].

В государственном стандарте Республики Беларусь СТБ ISO 9004-2010 «Менеджмент для достижения устойчивого успеха организации» говорится о том, что организация может достичь устойчивого успеха за счет последовательного сбалансированного удовлетворения потребностей и ожиданий всех заинтересованных сторон в течение длительного времени. **Потребности и ожидания со стороны персонала организации следующие:**

- Безопасная производственная среда;
- Гарантия стабильной занятости;
- Признание и вознаграждение.

При управлении персоналом большое внимание уделяется безопасной производственной среде. Организация должна обеспечить, чтобы ее производственная среда отвечала соответствующим законодательным и другим обязательным требованиям, а также учитывались требования соответствующих стандартов [7].

Заключение. Правовой основой охраны труда является совокупность государственных мероприятий, закрепленных в правовых нормах (законах и

подзаконных актах) и осуществляемых в целях улучшения условий труда и быта людей, сокращения производственного травматизма, общих и профессиональных заболеваний. Также широко используются корпоративные системы управления (менеджмента) качеством, создаваемые на основе международных стандартов серии ISO 9000 Международной организации по стандартизации (ISO).

Список цитированных источников

1. Несчастный случай на производстве – или бытовая травма? / Ольга Кондратьева [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.zdorovieinfo.ru/socialny_voprosy/stati/neschastnyy_sluchay_na_proizvodstve_ili_bytovaya_travma. – Дата доступа: 09.06.2013.

2. Бытовая травма – за свой счет? // Медицинский вестник [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.zdorovieinfo.ru/socialny_voprosy/stati/neschastnyy_sluchay_na_proizvodstve_ili_bytovaya_travma. – Дата доступа: 09.06.2013.

3. Асаенок, И.С. Основы экологии и экономика природопользования: учеб. пособие к практ. занятиям для студентов экон. спец. БГУИР всех форм обуч. / И.С. Асаенок, Т.Ф. Михнюк. – Мн.: БГУИР, 2005.

4. Все о пособиях / Л.И. Капыльская [и др.] – Минск: Изд-во Гревцова, 2007. – 184 с. – (Серия «Консультант бухгалтера»).

5. Оперативные данные Департамента государственной инспекции труда о производственном травматизме со смертельным исходом в организациях республики за 2013 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://mintrud.gov.by/ru/news_ru/view/operativnye-dannye-departamenta-gosudarstvennoj-inspektsii-truda-oproizvodstvennom-travmatizme-so-smertelnym-ixodomv-organizatsijah-respubliki-za-2013-god_2261/. – Дата доступа: 08.03.2014.

6. Правила расследования и учета несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний, утвержденные постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 15.01.2004 № 30 (с изменениями и дополнениями).

7. Государственный стандарт Республики Беларусь СТБ ISO 9004-2010 «Менеджмент для достижения устойчивого успеха организации», утвержденный и введенный в действие постановлением Госстандарта Республики Беларусь от 20 мая 2010 г. № 23.

УДК 331.46: 614.8

Луковская Н.С.

Научный руководитель: доцент Кивачук В.С.

БУХГАЛТЕРСКОЕ ОТРАЖЕНИЕ И МЕТОДИКА АНАЛИЗА ПОТЕРЬ, СВЯЗАННЫХ С ТРАВМАТИЗМОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Целью настоящей работы является выделение наиболее значимых показателей, позволяющих оценивать состояние травматизма на производстве и основных отраслей, где высок риск получить травму.

Производственный травматизм – сложное явление современной жизни. Причины его чрезвычайно многообразны, а точная оценка затруднена. И, тем не менее, необходимы показатели, позволяющие оценивать состояние травматизма на производстве.

Можно выделить **четыре главные отрасли, где высок риск получить травму** – сельское хозяйство, промышленная отрасль, строительство, предприятия транспорта и связи. На диаграмме можно увидеть, что во всей численности (1 столбец) наибольший удельный вес пострадавших в промышленности (3 столбец). Немного меньше в сельском хозяйстве (2 столбец), строительстве (4 столбец), а также на транспорте и связи (5 столбец).

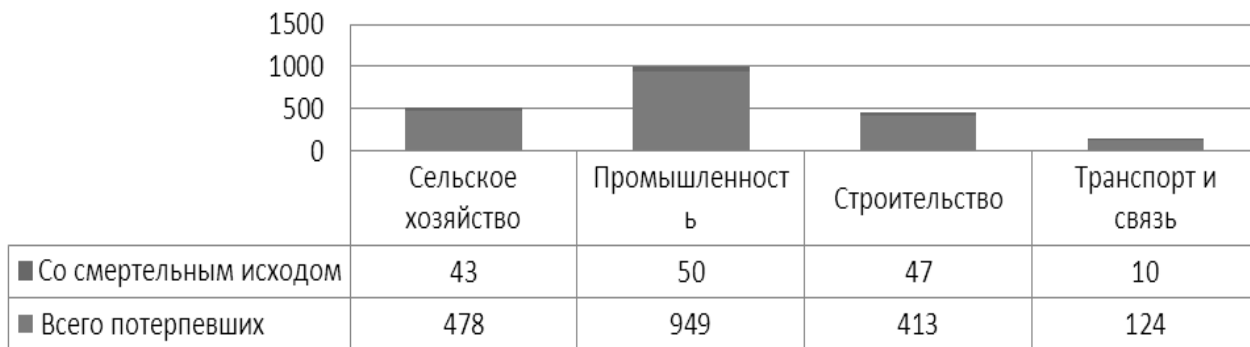


Рисунок 1 – Численность пострадавших на производстве по видам экономической деятельности в Республике Беларусь за 2013 год

Источник: собственная разработка на основе [1]

Рассмотрим наиболее значимые **показатели, позволяющие оценивать состояние травматизма на производстве.**

Потери рабочего времени растут как за счет травматизма, так и за счет заболеваемости рабочих и служащих. Чаще всего потери из-за заболеваемости превышают потери рабочего времени в результате травм.

Показатель потерь рабочего времени (K_n) характеризует состояние травматизма на предприятии:

$$K_n = \frac{Д * 1000}{P},$$

где $Д$ – общее число рабочих дней, потерянных за отчетный период;

P – среднесписочное число работающих за отчетный период.

Можно определить также **полную сумму потерь** ($П_{T_1}$), связанных с последствиями каждой травмы:

$$П_{T_1} = C_a + C_k + C_{пз} + C_v + C_б + C_p + C_o + \dots + C_n,$$

где C_a – стоимость амбулаторного лечения, млн. рублей,

C_k – стоимость клинического лечения, млн. рублей,

$C_{пз}$ – сумма произведенной заработной платы за период лечения, млн. рублей,

C_v – убытки в виде недополучения государством суммы налогов с необлагаемой части дохода (выплат по больничному листу), млн. рублей;

$C_б$ – сумма выплат по больничному листу, млн. рублей,

C_p – стоимость расследования несчастного случая, млн. рублей,

C_o – стоимость испорченного оборудования или затраты на его ремонт, млн. рублей,

C_n – стоимость валовой продукции, недополученной вследствие травмы, млн. рублей [2].

Потери рабочего времени могут привести к снижению выпуска продукции, т.к. показатели рабочего времени тесно связаны с показателями производительности труда. Это является основой снижения эффективности работы предприятия в целом.

Производительность труда – важнейший экономический показатель, характеризующий эффективность затрат труда в материальном производстве как отдельного работника, так и коллектива предприятия в целом.

В настоящее время в Республике Беларусь наблюдается тенденция уменьшения производительности труда по ВВП, что говорит о том, что на предприятиях имеют место потери рабочего времени, в том числе по профессиональным травмам и заболеваниям.

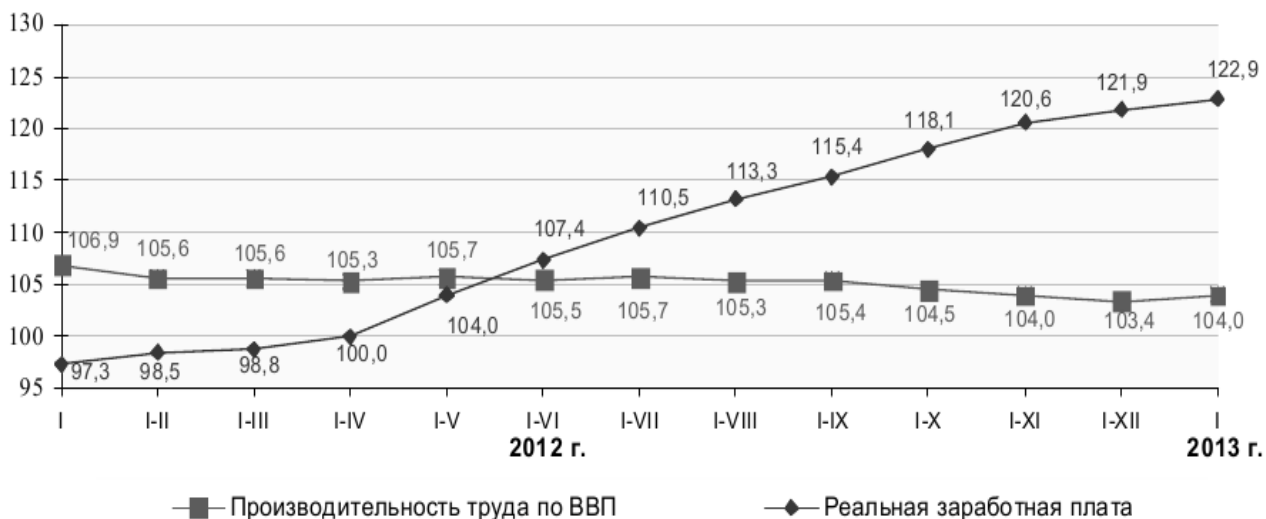


Рисунок 2 – Производительность труда по ВВП в % к соответствующему периоду предыдущего года (Республика Беларусь) [3]

Внедрение мероприятий по охране труда и снижению травматизма приводит к росту среднегодовой выработки одного работающего и экономии средств по социальному страхованию, сокращению трудовых потерь.

После работы в течение не менее одного года в новых условиях с улучшенными условиями труда и повышенной его безопасностью подсчитывают **экономическую эффективность мероприятий по охране труда**.

В завершение определяют **общую экономию** (\mathcal{E}_o) после проведения мероприятий по охране труда (млн. рублей) по формуле:

$$\mathcal{E}_o = \Pi_{тз1} - \Pi_{тз2},$$

где $\Pi_{тз1}$ – потери из-за травм и заболеваний в базисном году, млн. рублей,

$\Pi_{тз2}$ – потери из-за травм и заболеваний после проведения мероприятий по охране труда, млн. рублей [3].

Заключение. Результаты расчетов, позволяющие оценивать состояние травматизма на производстве, эффективность, внедрения безопасных условий труда и экономических последствий травматизма и заболеваемости, следует ежегодно анализировать и обсуждать специалистами с целью исключения появляющихся недочетов и более эффективного планирования последующих мероприятий по охране труда.

Внедрение мероприятий по охране труда и снижению травматизма приводит к росту среднегодовой выработки одного работающего и экономии средств по социальному страхованию, сокращению трудовых потерь на предприятии, на котором высок риск получить травму. Это является основой эффективной работы предприятия в целом.

Список цитированных источников

1. Труд и занятость в Республике Беларусь: статистический сборник / Председатель редакционной коллегии – Е.И. Кухаревич. – Минск 2014.

2. Охрана труда и травматизм на производстве [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://5854081.ru/statyi/staty_oh_trud/travmatizm.htm. – Дата доступа: 08.03.2014.

3. Социально-экономическое положение Республики Беларусь в январе-феврале 2014 г. – Валовой внутренний продукт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://belstat.gov.by/homep/ru/indicators/doclad/2014_2.php. – Дата доступа: 08.03.2014.

УДК 629

Левонюк В.Н.

Научный руководитель: доцент Зазерская В.В.

ОРГАНИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ДЛЯ ЦЕЛЕЙ УПРАВЛЕНИЯ

Главной целью управленческого учета является обеспечение руководителей и менеджеров необходимой информацией для принятия решений и эффективного управления предприятием.

Основными задачами организации управленческого учета являются ориентация на достижение заранее определенной цели предпринимательства, необходимость обеспечения альтернативных вариантов решения поставленной задачи, участие в выборе оптимального варианта и в расчетах нормативных параметров его исполнения, ориентация на выявление отклонений от заданных параметров исполнения, интерпретация выявленных отклонений от заданных параметров исполнения, интерпретация выявленных отклонений и их анализ.

Со временем круг задач управленческого учета заметно расширился. В настоящее время выделяют следующие задачи учета для управления [1]:

1. Учет наличия и движения материальных, финансовых и трудовых ресурсов и представление информации по ним менеджерам;

2. Учет затрат и доходов и отклонений по ним от установленных норм, стандартов и смет по организации в целом, структурным подразделениям, центрам ответственности, группам изделий, технологическим решениям и другим позициям;

3. Исчисление различных показателей фактической себестоимости продукции (работ, услуг) и отклонений от нормативных и плановых показателей (полной производственной себестоимости, неполной производственной себестоимости, полной себестоимости реализованной продукции, себестоимости реализованной продукции по зонам реализации и др.);

4. Определение финансовых результатов деятельности отдельных структурных подразделений по центрам ответственности, новым технологическим решениям, реализованным изделиям, выполненным работам и услугам и другим позициям;

5. Контроль и анализ финансово-хозяйственной деятельности организации, ее структурных подразделений и других центров ответственности;

6. Планирование финансово-хозяйственной деятельности организации в целом, ее структурных подразделений и других центров ответственности;

7. Прогнозирование и оценка прогноза (представление заключения) о воздействии ожидаемых в будущем событий на основе анализа прошлых событий и их количественная оценка для целей планирования);

8. Составление управленческой отчетности и ее представление управленческому персоналу и специалистам для управления производством и принятия решений на перспективу.

Система управленческого учета в организации действует посредством ряда функций [2]:

1. Планирование – центральный элемент управления. Руководство организации устанавливает цели на перспективу и определяет приоритетность решаемых задач для их достижения. В оперативном планировании они разбиваются на части по всей структуре управления организацией, соответственно распределяется и ответственность. Каждый менеджер отвечает за достижение цели, вносит вклад в решение общих задач организации, а система управленческого учета обеспечивает необходимую информацию для планирования и нормирования, для контроля выполнения плана.

2. Организация внутреннего управления. Каждый менеджер в соответствии со своей частью плана знает о том, что от него ожидают. Вместе со своим руководителем он определяет график и последовательность решения поставленных задач, следит за их выполнением. Организация выполнения плановых задач основана на самоконтроле и отчете перед непосредственным руководителем. Управленческий учет обеспечивает обмен информацией между различными звеньями управления, который позволяет контролировать последовательность выполнения задач, уточнять график выполнения, принимать необходимые организационные, оперативные меры.

3. Учет и контроль обеспечивают функцию обратной связи в системе управления организацией. Учет является системообразующим элементом управленческого учета. Управленческий учет отражает фактическую информацию о выполнении планов, бюджетов и смет. Как правило, это постоянно повторяющийся учет однородных массовых операций. Его ведут на счетах бухгалтерского учета. Однако многие данные в системе управленческого учета не носят массового характера, они индивидуальны и их фиксируют оперативно без отражения на счетах. Для принятия большинства решений данные внутреннего контроля необходимо дополнять информацией из внешних источников, поэтому управленческий учет отличается от финансового учета разнообразием источников информации и методов ее обработки.

4. Стимулирование. Эта функция управления теснейшим образом связана с системой управленческого учета. Именно стимулирование приводит в действие систему и постоянно поддерживает в ней необходимое равновесие. Управленческий учет меняет схему компенсации за труд менеджеров всех уровней. Он позволяет устанавливать оплату труда, премирование в зависимости от успехов каждого менеджера. Управленческий учет содержит полноценную информацию для оценки работы менеджеров и ее справедливой оплаты.

5. Координация и обмен информацией. Управленческий учет как информационная система используется в качестве координирующего механизма в работе менеджеров всех уровней, содействует координации через планирование всех задач сверху донизу и обмену информацией между звеньями системы управления. При выполнении общих задач руководители подразделений вынуждены согласовывать свои действия друг с другом.

В системе управленческого учета существует три формы обмена информацией:

- информация о задачах, поставленных менеджерам, и информация от менеджеров вышестоящему руководителю о выполнении задач;
- периодическое составление отчетных сводок и обзоров, характеризующих общее состояние выполнения планов;
- неформальное обсуждение состояния дел и хода выполнения поставленных задач.

Процесс производства на предприятии представляет собой взаимодействие трех основных факторов: трудовых ресурсов и средств производства, которые в свою очередь можно разделить на средства труда и предметы труда. Совокупность затрат труда представляет собой издержки производства, которые являются необходимым условием осуществления хозяйственной деятельности предприятия [3].

Понятие «затраты» может использоваться для разных способов производства в любых условиях хозяйственной деятельности.

Экономическая сущность понятия «затраты» может рассматриваться по-разному, в зависимости от конкретных целей и задач исследования.

Так, «затраты» часто определяются как показатель в денежном выражении количества ресурсов, использованных для достижения определенной цели. Понятие «затрат» также употребляется для решения более широкого круга задач, прежде всего для обоснования управленческих решений. Для целей налогообложения «затраты» представляют собой величину, на которую уменьшаются суммы доходов, подлежащих налогообложению, и т.д.

Иногда для определения различных аспектов экономической сущности «затрат» используются термины «расходы», «издержки».

В экономике предприятия эти понятия рассматриваются как равные, а под затратами понимается денежное выражение использования производственных факторов, в результате которого осуществляется производство и реализация продукции.

Также можно сказать, что затраты – это уменьшение экономических выгод в виде выбытия активов или увеличение обязательств, которые приводят к уменьшению собственного капитала (за исключением уменьшения капитала за счет его изъятия или распределения собственниками).

Объекты калькулирования имеют экономическую связь с калькуляционными единицами, которые представляют собой единицу измерения калькуляционного объекта. Последний не может подменить объект калькулирования, а служит средством измерения потребительской стоимости продукта, связанной с их физическими и другими свойствами. На практике существуют следующие группы калькуляционных единиц.

Разнообразие подходов к определению сущности понятия «затраты» нашло отражение в выделении различных видов затрат, которое проводится исходя из следующих признаков.

Роль в процессе производства и управления:

- а) производственные затраты;
- б) непроизводственные (административные) затраты.

Экономическое содержание (экономическая однородность затрат):

- а) экономические элементы;
- б) статьи калькуляции.

Таким образом, при решении разных вопросов учитываются разные виды затрат. Для оценки запасов и определения величины доходов используется один подход к исчислению затрат; для планирования и контроля – другой; для определения величины налоговых платежей – третий и т.д.

Список цитированных источников

1. Панков, Д.А. Бухгалтерский учет и анализ за рубежом. – М.: Новое знание, 2005. – 251 с.
2. Кондраков, Н.П. Бухгалтерский (финансовый, управленческий) учет: учеб. – М.: Проспект, 2009. – 448 с.
3. Экономика организации: учеб. пособие / В.П. Волков, А.И. Ильина, В.И. Станкевич [и др.]; под общ. ред. А.И. Ильина, В.П. Волкова. – М.: Новое знание, 2006. – 672 с.

УДК 336.71

Кулеша Д.Ю.

Научный руководитель: ст. преподаватель Кот Н.Г.

ПРОБЛЕМЫ И ОПТИМИЗАЦИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО СТРАХОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Введение

Производственная деятельность многих предприятий наносит тот или иной ущерб окружающей природной среде, а потому и здоровью людей. Все мы постоянно сталкиваемся с выбросами различных вредных веществ в атмосферу, сбросами их в реки и т.д. Еще чаще о подобных случаях сообщают средства массовой информации. В чем причины подобных действий предприятий и государственных экологических органов? Их несколько.

Во-первых, многие применяемые в настоящее время технологические процессы не могут не наносить вред окружающей природной среде. Достаточно вспомнить о металлургических и химических заводах. Избавиться от этого вреда можно в настоящее время только одним способом, а именно: закрыв подобные предприятия.

Все мы знаем, что проектируются новые экологически чистые технологии, ведется работа по выводу экологически опасных предприятий из густонаселенных районов, но все это – на долгую перспективу.

Хорошо известно, что городской воздух больше всего загрязняют выхлопные газы автомобилей. Можем ли мы запретить ими пользоваться? В перспективе – да, перейдя на экологически чистые электромобили, работающие от аккумуляторов, но не сейчас. Запрет на использование автомобилей вызвал бы полный паралич хозяйственной и общественной жизни.

Исходя из принципа «загрязнитель платит», постоянный экологический риск, вызванный необходимостью постоянной выдачи государственными экологическими органами разрешений на загрязнение окружающей природной среды, сочетается с взиманием установленных законодательством экологических налогов.

Во вторых, предприятия, увы, отнюдь не всегда стремятся повысить свою экологическую безопасность. Ведь модернизация очистных сооружений, разработка и внедрение экологически чистых технологий требует средств, и немалых. **Актуальность** исследования заключается в необходимости разработки и внедрения механизмов, в том числе экономических, для предупреждения и гарантированной ликвидации вреда, причиняемого окружающей среде.

Цель экологического страхования состоит в наиболее полной компенсации нанесенного экологического ущерба и в экономическом стимулировании снижения степени экологического риска.

Основная часть

Экологическое страхование – это страхование ответственности объектов источников повышенного экологического риска вследствие внезапного и непреднамеренного загрязнения окружающей среды [1].

Экономическая сущность экологического страхования определяется в аккумулировании денежных средств в специально созданных страховых фондах и в перераспределении их между страхователями для компенсации причиненных им убытков в случае реализации факторов экологического риска (наступлении страховых случаев).

В состав экологического налога включены четыре объекта налогообложения: выбросы загрязняющих веществ в атмосферный воздух, сбросы сточных вод, хранение и захоронение отходов производства и ввоз на территорию Республики Беларусь озоноразрушающих веществ.

В соответствии со ст. 204 НК плательщиками экологического налога признаются организации и индивидуальные предприниматели, за исключением бюджетных организаций и организаций, применяющих УСН. Этот налог уплачивается лишь теми субъектами, которые осуществляют выброс вредных веществ. Однако каждый из нас может внести вклад в улучшение экологической обстановки в стране. На мой взгляд, кроме экологического налога, можно было бы ввести минимальное удержание из заработной платы на природоохранные мероприятия (порядка 0,1%), уплачиваемое каждым работающим лицом. Однако в таких условиях необходимо сократить выплаты по другому налогу из прибыли. Эта практика действует в некоторых зарубежных странах (страны Северной Европы).

Если на те средства, которые будут удерживаться ежемесячно из заработной платы, сократить выплату по подоходному налогу, получим:

При средней заработной плате в РБ 5,48 млн. руб.:

Размер удержания для 1 работника = 5,48 млн. руб. * 0,1/100 = 5480 руб.

Подоходный налог = 5,48 * 0,12 = 652120 руб.

При среднем количестве занятых в РБ 4,5 млн. чел. на охрану окружающей среды в месяц можно получить:

Общая сумма = 4,5 млн. чел. * 5480 руб. = **24,66 млрд. руб.**

В год эта сумма будет равна 24,66 * 12 = **295,92 млрд. руб.**

Данная сумма может быть потрачена, например, на развитие альтернативных источников энергии, в целях уменьшения выбросов углекислого газа.

Таким образом подоходный налог в какой то степени замещается экологический налогом.

В налоговой системе РБ существует ряд проблем, в частности, при уплате экологического налога, можно выделить следующие:

Невысокие ставки экологического налога, их символичность.

Проанализировав доходы консолидированного бюджета за 2006-2012 го-

ды, можно заметить, что с каждым годом доля выплат экологического налога в ВВП постепенно уменьшается. Так, в 2012 г. доля экологического налога в ВВП составила 0,11 %. На рисунке приведена динамика выплат экологического налога для Республики Беларусь, Российской Федерации, Украины и Казахстана. Несложно заметить, что наименьшая доля налога в ВВП приходится на Беларусь. Также лишь в Республике Беларусь график имеет нисходящий вид, что заставляет задуматься, не стоит ли совсем отказаться от этого налога, ведь доходы от него в бюджете слишком малы, а мониторинг загрязнений является дорогостоящим мероприятием.

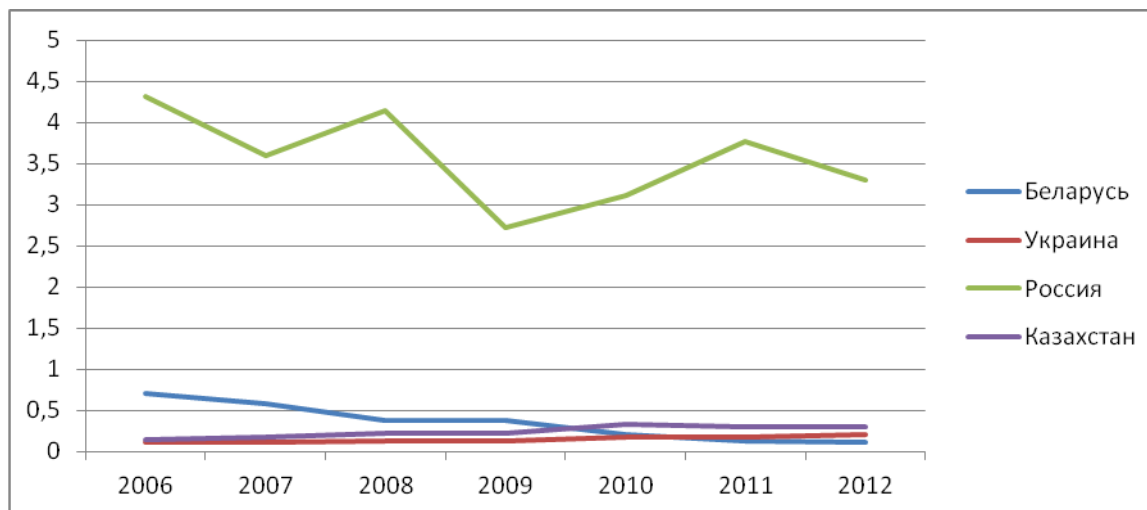


Рисунок – Динамика уплаты экологического налога
 Источник: собственная разработка на основании [2]

Несоответствие ставок экологического налога темпам инфляции.

Завышение лимитов допустимых объемов загрязнений.

Недостаточный административный контроль над процессом расчета экологического налога.

Выполнение экологическим налогом в большей степени фискальной функции.

Недостаточное выполнение экологическим налогом стимулирующей функции.

В целом, сложившаяся на сегодняшний день практика платности природопользования в Беларуси показывает, что предприятиям заплатить экологический налог становится выгоднее, чем устанавливать более дорогое природоохранное оборудование. Экологический налог является своего рода правом на загрязнение и не выполняет своей стимулирующей функции.

Выводы

Беларусь могла бы рассмотреть возможность перенятия зарубежного опыта экологического страхования. В некоторых странах Запада применяется схема залогов – возмещений. Согласно этой схеме залог взимается с экологически грязных и нежелательных продуктов и возмещается, как только этот продукт надлежащим образом уничтожается. Залоговые вклады на возмещение экологического ущерба позволяют также избежать нелегальных сбросов загрязнителей, ибо залог больше расходов на захоронение отходов.

Эти схемы использовались много лет и широко применяются в государствах – членах Европейского Союза (ЕС), особенно для контейнеров напитков, для отходов упаковки. Некоторые схемы принудительны, другие включают

добровольные схемы ответственности производителя, например – Немецкая "зеленая точка" – схема утилизации отходов упаковки, где изготовители упаковочных материалов установили общенародную систему для сбора и переработки упаковочных материалов. Налог может быть наложен на контейнеры для спиртных напитков, если они – не часть системы возмещения залогов, если они не используются повторно или если минимальный процент не рециклируется. Это привело к существенному увеличению в использовании систем возмещения платежей (залоговых платежей) в течение последнего десятилетия. Эти схемы вообще очень эффективны и могут достигать 80-100 % возвращения отходов упаковки и используемых контейнеров.

Великобритания ввела систему Торговли сертификатами для рециркуляции / переработки упаковок. Сертификаты служат подтверждением достижения целей рециркуляции и переработки для отходов упаковки.

В ЕС есть ряд экономических инструментов, позволяющих извлекать из обращения с отходами прибыль:

Налоги на вывоз /удаление отходов – были введены в нескольких государствах – членах ЕС, обычно для полигонов захоронения отходов. Основная цель таких налогов состоит в том, чтобы препятствовать удалению / захоронениям отходов. Доходы от таких налогов часто идут на решение специальных задач.

Плата, заложенная в Продукции, добавлена к цене некоторых продуктов, которые, как предполагается, вызывают неблагоприятные воздействия на природную среду в течение их изготовления, использования или размещения /удаления. Такие платежи могут быть найдены в большинстве стран ЕС.

При введении такого налога в Республике Беларусь, объектами обложения могли бы стать одноразовые бритвы, одноразовые камеры, батарейки, упаковки напитков, бумажные и полиэтиленовые пакеты, строительные материалы, одноразовые тарелки и столовые приборы и пластмассовые окна и дверные коробки.

В Финляндии применяется налог на использование одноразовой тары, который привел к тому, что около 95% емкостей используется повторно. В Италии действует жесткий налог на пластиковые пакеты, не поддающиеся разложению. В количественном отношении он составляет пятикратную цену самого пакета.

В целях привлечения организаций к участию в природоохранных мероприятиях РБ также может позаимствовать зарубежный опыт. К примеру, Компенсационный банк Германии предоставляет льготные кредиты фирмам и местным властям, которые осуществляют природоохранные инвестиции, способствует реализации экологических программ. Аналогичный опыт имеет Япония.

Также можно было бы перенять опыт Дании, где за счёт средств, поступивших от уплаты экологического налога, действует специальная схема по сбору устаревших и вышедших из употребления автомобилей. В рамках этой схемы владельцам транспортных средств, потребление которых связано с существенной нагрузкой на окружающую природную среду (такowymi считаются автомобили, срок службы которых превышает 10 лет), выплачивается за их «сбор» специальная премия. Несмотря на то, что выбросы от мобильных источников с 2012 года налогом не облагаются, такой приём мог бы улучшить экологическую обстановку в Республике Беларусь.

В государственной экологической политике Республики Беларусь возможно использовать такие инструменты, как:

- льготные ставки по косвенным налогам на продажу экотехники либо освобождение ее от налога;
- налоговые льготы на доходы от природоохранных программ частных предприятий;
- льготные тарифы фирмам на очистку стоков на муниципальных очистных сооружениях.

Список цитированных источников

1. Фишберн, П. Теория полезности для принятия решений. М.: Наука, 2008. – С. 425.
2. Статистический ежегодник 2012. – Мн., 2012.

УДК 330.36

Кулеша Д.Ю.

Научный руководитель: ст. преподаватель Кот Н.Г.

ПЕРСПЕКТИВЫ ВВЕДЕНИЯ ЕДИНОЙ ВАЛЮТЫ В РАМКАХ ЕврАзЭС

Введение

В результате развития процессов глобализации валютная сфера становится одной из главных сфер мировой экономики. Ее роль при этом уже не ограничивается обеспечением внешнеэкономических сделок.

В 1961 году Роберт Манделл в работе «A Theory of Optimum Currency Areas» (Теория оптимальных валютных зон) писал, что вряд ли возможен отказ от национальных валют в пользу какой-либо иной договоренности в валютной сфере [1].

Однако мировой опыт последних лет показал, что такие договоренности становятся реальностью. Свидетельство тому – прежде всего создание Европейского валютного союза. Кроме того, ряд стран серьезно рассматривают возможность использования режима «валютного комитета».

Анализ деятельности Европейского валютного союза, осуществленный специалистами Комиссии ЕС, к тому же показал, что использование единой валюты сокращает транзакционные издержки на 0,5-1,0 % ВВП в год. Сокращение же транзакционных издержек и усиление связей между странами уменьшает и процентные ставки в связи со снижением их рисковых компонент. В долгосрочной перспективе это может составить 5-10 % ВВП [2]. Взаимная торговля в рамках Союза может вырасти в 1,5 раза [2].

Основная часть

В регионе Содружества независимых государств (СНГ) Евразийское экономическое сообщество (ЕврАзЭС) – одно из таких, причем наиболее перспективных, интеграционных образований. На пути к созданию реального экономического союза образованное по Договору пяти государств СНГ: Беларуси, Казахстана, Кыргызстана, России, Таджикистана 10 октября 2000 г. Евразийское экономическое сообщество является международной организацией – субъектом международного права, ставящей своей целью осуществление глубокой интеграции национальных хозяйств стран-членов ЕврАзЭС, в том

числе за счет развития надгосударственных функций управления экономическими и социальными процессами в Сообществе.

Практика использования единой валюты становится актуальной в рамках договоренностей между странами Евразийского экономического сообщества, предусматривающих формирование общего финансового рынка и развитие валютной интеграции.

Основания для реализации таких возможностей создают:

– двусторонние соглашения о взаимной конвертируемости и стабилизации курсов национальных валют, а также соглашения об устранении двойного налогообложения, заключенные между странами ЕврАзЭС;

– формирование национальных валютных рынков, на которых курсы национальных валют определяются на основе спроса и предложения;

– мероприятия по обеспечению допуска банков-нерезидентов государств Сообщества на национальные рынки.

На уровне глав Правительств государств – членов ЕврАзЭС одобрено соглашение о сотрудничестве в области организации интегрированного валютного рынка, которым предусматривается обеспечение банкам-резидентам стран ЕврАзЭС права проведения межбанковских конверсионных операций на условиях не менее благоприятных, чем для банков-резидентов.

Но для реального объединения национальных валютных систем необходимы, по крайней мере, два условия.

Во-первых, необходимо обеспечить взаимодействие платежных систем, биржевых площадок и либерализовать и унифицировать законодательство, регулирующее движение валют между странами Сообщества. В настоящее время государствами подписаны соответствующие соглашения и ведется работа по унификации и гармонизации законодательства о валютном регулировании, банковской деятельности и рынке ценных бумаг.

Во-вторых, необходим анализ экономических предпосылок и последствий валютной интеграции стран, а также возможных форм унификации валютных систем. С одной стороны, введение единой валюты позитивно влияет на торговлю между странами, стимулирует взаимные инвестиции, уравнивает условия конкуренции и уменьшает валютные риски. С другой стороны, в настоящее время в расчетах между странами ЕврАзЭС существует некоторая практика, когда часть расчетов осуществляется или в долларах или в российских рублях. Введение единой валюты потребует ее пересмотра и может привести к потерям в сеньораже у стран, отказавшихся от своих валют.

Автором предлагается методика валютной котировки новой валюты – Азико, которая состоит из трех этапов:

1. На первом этапе определяются факторы, влияющие на валютную котировку, в качестве которых выступают: золотовалютный резерв, ВВП, денежная масса, экспорт и реальная ставка.

2. На втором этапе определяется курс единой валюты формуле (1):

$$\text{Курс Азико} = \text{Средний курс} * (1 + \text{общая ставка}/100) \quad (1)$$

Исходя из проведенных расчетов курс Азико составил **0,704772** росс.руб.

3. На третьем этапе анализируются последствия введения единой валюты для стран участниц ЕврАзЭС (таблица).

Таблица – Результат введения единой валюты для стран-участниц ЕврАзЭС

Показатели	РФ	РБ	Казахстан	Кыргызстан	Таджикистан
ВВП (в национальной валюте)	51,261 трл.руб.	845,282 трил. бел. рубл.	23,188 трл. тенге	282,06 млрд. сомов	25,15 млрд. сомони
ВВП (в долларах США), млрд. долл.	2117,236	105,2	167,6	6,6	7,5
ВВП (расчётное), млрд. долл.	3313,768	193,77	320,296	12,32	10,853
Темп прироста, %	56,51	84,19	91,11	86,67	44,71

Источник – собственная разработка автора

Выводы: Исходя из представленных расчетов можно сказать, что с принятием единой валюты в рамках ЕврАзЭС произойдет удешевление доллара по отношению к национальным валютам стран-участниц, т.е. дедоларизация национальной экономики стран ЕврАзЭС.

Список цитированных источников

1. Манделл, Роберт. A Theory of Optimum Currency Areas // American Economic Review 51: 657-665.
2. Статистический ежегодник 2012. – Мн., 2012.

УДК 339.187.2

Корделюк О.Л.

Научный руководитель: ст. преподаватель Голец О.В.

ТРЕНД – ВАШ ДРУГ

Основным из постулатов технического анализа является то, что движение цен подчинено тенденциям. И главное правило этой стратегии звучит так: «Тренд – Ваш друг» [1]. Весь инструментарий, который используется при техническом анализе: уровни поддержки и сопротивления, ценовые модели, скользящие средние значения, линии тренда и прочее, предназначены для решения одной сверхзадачи. С их помощью определяется и измеряется изменение рыночных тенденций прошлого для возможного определения их в будущем, предсказывается спрос на услуги и товары, происходит оценка их потребности, а также прогнозируется системы сбыта. Метод, используемый для данного определения и измерения рыночных тенденций, называется трендовым анализом.

Слово «тренд» было заимствовано из английского языка в XX веке в значении курс, направление, тенденция. С 90-х годов прошлого века оно всё чаще используется в значении «основная тенденция». В самых общих чертах, тренд – это направление, в котором движется рынок. Прежде всего, в реальной жизни ни один рынок не движется в каком-либо направлении строго по прямой. Динамика рынка представляет собой серию зигзагов, которые напоминают череду волн: то подъем, то падение и снова – подъем, падение [2].

Именно направление динамики этих подъемов и падений и образует тенденцию рынка. Понятие тренда является наиважнейшим на рынке. Это в первую очередь связано с умением правильно и своевременно выявлять ранние стадии тенденции, действовать строго в рамках существующего тренда, что, в конечном итоге, позволяет делать самые точные прогнозы.

Исходя из основных постулатов технического анализа, выделяют три направления тренда:

1. Восходящий тренд (нарастающий тренд, бычий тренд) – это ситуация, когда исследуемые индикаторы устремляются вверх. Каждый последующий максимальный подъем выше предыдущего и аналогично каждый последующий максимальный спад выше предыдущего.

Если провести через минимальные значения спадов линию, которая будет своего рода опорой для движения тренда, в этом случае говорят, что это «линия поддержки». Обычно здесь внимание уделяют именно границе снизу, так как при таком движении, акцент уделяется именно росту индикатора. Если значение индикатора пересекает линию поддержки, а потом снова быстро устремляется вверх, это значит что происходит тестирование проведенной линии поддержки на прочность. Это может быть сигналом, предупреждающим о том, что доминирующая тенденция уже слабеет или даже меняет свое направление.

2. Нисходящий тренд (descending trend, медвежий тренд) – ситуация на рынках, когда исследуемые индикаторы устремляются вниз. Каждый последующий максимум ниже предыдущего и соответственно каждый последующий спад ниже предшествующего. Линия тренда проводится через максимальные пики, что служит ограничением движения индикаторов сверху. Данная линия называется «линия сопротивления». Пересечение линии сопротивления говорит об аналогичных будущих изменениях на рынке, что и в случае с линией поддержки.

3. Ситуация на рынках, при которой в целом не видно четкого направления, или отрезок числового ряда, на котором разница начальных и конечных значений ряда существенно меньше колебаний значений внутри отрезка, называется боковой тренд (флэт, пила или боковик). В боковом тренде четкого направления движения цен не происходит. Он двигается как бы придерживаясь горизонтального положения. Однако линии поддержки и сопротивления тут также работают. Схематично данные типы направлений трендов отображены на рис. 1 [3].



Рисунок – 1 Типы направлений тренда

По длительности во времени выделяют три типа трендов:

1. Первичный тренд. Его продолжительность обычно составляет от одного года до двух лет. Данный вид тренда отражает оценки инвесторами внутренних процессов экономики, которые лежат в основе цикла деловой активности.

2. Промежуточный тренд. Данный вид тренда обычно находится в противофазе первичного тренда и отражает изменения цен в периоды времени от 3 недель до 6 месяцев.

3. Краткосрочный тренд. Период длительности данного тренда от 1 до 3-4 недель. Данный тренд отражает реакции на случайные текущие события и находится в противофазе промежуточному тренду.

Каждый тренд, как любой процесс длящийся во времени имеет свои жизненные фазы: зарождение, развитие и завершение. Еще Чарльз Доу в своих работах отметил, что основной тренд можно разделить на три фазы, которые характеризуют не только этапы ценового движения, но и изменение в психологическом состоянии основной массы участников рынка. Фазы тренда наделены определенными свойствами, которые проявляются в результате действий участников рынка. Другими словами – именно психология поведения этих участников формирует тренд.

Первая фаза тренда называется «зарождение». Зарождение тренда происходит, как правило, под воздействием каких-либо новостей, которые готовы поступить на рынок. Новостей еще нет, но некоторый круг участников либо предугадывает их появление, либо знает, что они с большой вероятностью должны появиться. Таковыми новостями могут быть положительный прогноз экономического развития эмитента, какое-либо корпоративное событие и т.п. Как правило, такая информация должна быть «долгоиграющей», т.е. факторы, лежащие в ее основе, должны действовать довольно долго [2].

Информацией о возможности поступления этих новостей или вероятности осуществления тех или иных событий обладает достаточно узкий круг инвесторов, которые, как правило, и получают основной доход от реализации будущего тренда. Итак, они начинают открывать позиции по будущему тренду. Если новости или события носят явно позитивный характер, они начинают покупать бумаги и открывают длинные позиции. Этим изменяется рыночный баланс спроса и предложения. Если баланс спроса и предложения изменяется достаточно резко, это не проходит мимо внимания других инвесторов, которые опираются в своих наблюдениях на технические индикаторы. Естественно, последние включаются в игру и усиливают движение начального момента. Таким образом, перед формированием тренда часто наблюдается сильное движение в направлении его будущего развития.

Далее начинается следующая фаза – «роста тренда». Все новые и новые инвесторы постепенно проникаются идеей тренда, принимают сторону большинства и приходят на рынок, тем самым обеспечивают увеличение цены. Данный процесс может длиться достаточно долго. Кроме экономических и финансовых предпосылок развития тренда особое влияние оказывает психология участников рынка. Важная психологическая черта подавляющего большинства людей – стремление сбиваться в массу. Когда все покупают одну и ту же акцию, когда о том, как эта акция выросла за вчерашний день, за прошедшую неделю, за истекший месяц, достаточно много говорят, большинство участников рынка поддаются соблазну и тоже покупают данную акцию, тем самым они также увеличивают стоимость данной акции и тренд достигает своего максимума. Данная фаза тренда называется «пик тренда».

Последней стадией тренда является завершение (старение, спад). Как правило, данная фаза связана с устранением дисбаланса спроса и предложения. До тех пор пока существует дисбаланс спроса и предложения, существует и тренд. Именно этот постоянный дисбаланс толкает цены вверх, в случае преимущества покупателей над продавцами или вниз – в случае превосходства продавцов над покупателями. В последней стадии завершения восходящего тренда его развитие очень часто приобретает взрывной или экспоненциальный характер. Участники рынка, заметив падение спроса, начинают продавать свои акции, тем самым создают нисходящий тренд. Цены продолжают падать, а участники рынка продолжают продавать, так как на рынке нет никаких положительных новостей, и продолжать держать акции становится невыгодным. Данная фаза длится до тех пор, пока все плохие новости не утихнут. Затем данный жизненный цикл тренда повторяется снова, начиная с фазы зарождения тренда. Схематичное отображение жизненных фаз представлено на рис. 2 [3].



Рисунок 2 – Жизненные фазы тренда

Необходимость изучения информации о тренде заключается в том, что тренд является неотъемлемой частью технического анализа, с помощью его изучения и анализа совершаются операции на фондовых рынках. Для совершения выгодных фондовых операций необходимо знать три основных направления тренда: восходящий, нисходящий и боковой. Следует помнить о линиях «поддержки» и «сопротивления», которые соответственно соединяют точки максимумов либо минимумов. По длительности во времени также выделяют три вида тренда: первичный, вторичный и краткосрочные тренды, которые отличаются периодом продолжительности действия одинаковых значений цен. Самое ценное умение, которым должен обладать каждый участник рынка, это выявление жизненных фаз тренда. Выделяют четыре фазы тренда: зарождение, рост, пик тренда и его старение. С помощью правильного определения соответствующей фазы тренда и своевременного совершения операций участники рынка могут получить значительную прибыль и избежать потерь.

Список цитированных источников

1. Internet resource for investing education, personal finance, market analysis and free trading simulators. [Electronic resource] – Canada, June 1999. Mode of access: <http://www.investopedia.com/university/technical/techanalysis>
2. Анализ биржи. Лаборатория Форекс [Электронный ресурс] – 2013. Режим доступа: http://forexaw.com/TERMs/Theory_of_market/Market_Analysis/Technical_Analysis
3. Межрыночный технический анализ. Получение прибыли от глобализации рынков / Д.Д. Мерфи. – М., 2004. – 353 с.

УДК 338.27

Корделюк О.Л.

Научный руководитель: ст. преподаватель Голец О.В.

ТЕХНИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КАК МЕТОД ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ЦЕН

Целью данной статьи является изучение технического анализа, как одного из основных методов анализа финансовых рынков, рассмотрение его основных принципов, графиков, индикаторов, методов анализа и правил, а также сравнение данного метода с другим не менее популярным методом прогнозирования фундаментальным анализом.

В настоящее время, с развитием компьютерной техники и систем электронной торговли создаются возможности получать значительную прибыль на фондовых рынках, задействуя при этом лишь небольшие начальные вложения. Однако для того, чтобы воспользоваться данной возможностью, необходимо владеть достаточными знаниями о методах планирования и прогнозирования, так как именно владение информацией о будущих изменениях на рынках – ключ к получению наибольшего дохода. На сегодняшний день, наиболее актуальным и широко применяемым способом предсказания вероятных изменений на фондовых рынках является технический анализ. Данный анализ относится к математическим методам прогнозирования рынка, его методы основываются на выявлении рыночных тенденций за счет анализа цен и объемов торгов предыдущих периодов. Благодаря тому, что технический анализ зародился в то время, когда компьютеров еще не существовало, большинство его методов являются достаточно несложными и интуитивно понятными, что также способствовало их распространению.

Что же такое технический анализ сегодня? Известный аналитик, автор и управляющий капиталом Джон Мерфи дает следующие определение данному термину: «технический анализ – это исследования динамики рынка, чаще всего посредством графиков, с целью прогнозирования будущего направления движения цен». Технический анализ отражает психологический момент, столь необходимый для адекватной оценки рыночной ситуации, является важным компонентом «дисциплинированной» торговли, позволяет определять точки входа в рынок и выхода из него, устанавливать соотношение риска и доходности. Технический анализ учит инвестора правильно оценивать риски и рационально управлять капиталом [1].

Основной целью данного метода является прогнозирование направления изменений цен финансовых инструментов и определение рекомендаций по выбору стратегии работы на рынках данных инструментов с целью повышения доходности операций и снижения риска, обусловленных этими измене-

ниями. Главной задачей является исследование текущего состояния рынка, определение главенствующей тенденции, а также ключевых ценовых уровней.

Технический анализ имеет широкое применение, он может применяться для акций, индексов, товаров, фьючерсов или для любого стандартизированного торгового инструмента, цена на который формируется естественным путем в результате взаимодействия спроса и предложения.

Основоположником современного технического анализа принято считать Чарльза Доу. На основе его многочисленных записей были определены три основных постулата современного технического анализа:

- рыночная цена учитывает все;
- рынок подчиняется тенденциям;
- рынок закономерен.

«Рыночная цена учитывает все» – данный постулат основан на том, что любой фактор, который влияет на цену финансового инструмента, будь то политический, экономический, психологический или социальный, уже учтен рынком и включен в цену товара. Поэтому изучение инвестором графика цены инструмента – это все, что необходимо для прогнозирования дальнейшего движения цены товара. «Рынок подчиняется тенденциям» – суть данного постулата заключается в том, что на рынке существуют определенные периоды времени, когда цена инструмента движется в одном направлении. Согласно проведенным психологическим исследованиям, человек является общественным индивидуумом, который не может существовать вне общества. Это определяет тенденцию поведения людей, которая усиливается при массовых проявлениях, например, на фондовом рынке.

«Рынок закономерен – история повторяется» – суть данного постулата заключается в неизменности действия законов физики, экономики и психологии в различные периоды исторического развития. Соответственно, правила, которые действовали в прошлом, действуют и сегодня, и будут продолжать действовать в будущем. Данный постулат главным образом основан на поведении участников рынка, другими словами, эти участники практически всегда реагируют одинаково на рыночные изменения с течением времени, т.е. их поведение может быть предсказано на основе изучения их поведения в прошлом. Минусом данного постулата технического анализа является то, что каждый момент истории индивидуален (не бывает двух одинаковых рыночных ситуаций). Однако рынок, хотя и всегда обладает какой-нибудь особенностью, в целом подчиняется закономерностям.

Одной из главных характеристик технического анализа является анализ графиков цен финансовых инструментов. Большинство инвесторов предпочитают анализировать именно графики, поскольку легче анализировать графическую информацию, нежели цифровую или текстовую.

В настоящий момент основными видами графиков, применяемых для технического анализа, являются следующие:

- линейный график (line charts);
- столбиковый график (bar charts);
- пункто-цифровой график (point-figure);
- японские свечи (candlestick);
- гистограмма (histogram).

Кроме данных видов графиков, некоторые аналитические компании, брокерские конторы, инвестиционные компании разрабатывают новые виды графиков.

Самыми популярными являются линейные и столбиковые графики (бары). Хотя можно выделить некоторые территориальные предпочтения трейдеров

разных стран. Например, американские трейдеры наиболее часто используют в своем анализе графики – «крестики-нолики», а европейские и японские трейдеры – «японские свечи». Выбор конкретного вида графика является одной из важнейших задач и целиком основан на потребностях того, кто его использует [2].

Основной задачей графиков в техническом анализе является отображение трендов. Тренд – направленная тенденция в изменении уровня цен, ограниченная определенным временным интервалом.

Технический анализ выделяет три типа направлений трендов:

– «бычий» тренд. При бычьем тренде цены финансового инструмента движутся вверх. Определение «бычий» возникло по аналогии с быком, поднимающим вверх на рогах цену;

– «медвежий» тренд. При медвежьем тренде цены инструмента движутся вниз. В указанной ситуации медведь как бы подминает под себя цену, наваливаясь на нее сверху своим телом;

– «боковик». В данном случае определенного направления движения цены нет, ни вверх, ни вниз. Трейдеры такое движение называют «флэт» (flat), реже – «уипсоу» (whipsaw). Можно отметить тот факт, что долгий флэт является предвестником ценового урагана на фондовом рынке, т.е. сильного движения цен вверх или вниз.

Наряду с этими тремя направлениями трендов в техническом анализе существуют три классификации трендов, относительно их продолжительности:

- первичный (primary);
- промежуточный (intermediate);
- краткосрочный (short-term).

Первичный тренд длится обычно от 1 до 2 лет и является отражением оценок инвесторами внутренних процессов экономики, лежащих в основе цикла деловой активности. По статистике, цикл деловой активности от впадины до впадины длится примерно 3-6 лет, из чего следует, что тренд роста или падения продолжается от 1 до 2 лет. Цены не движутся по прямой линии, и движения в основном направлении прерываются рядом возвратных движений – реакций. Такого рода тренды, находящиеся в противофазе первичному тренду, в техническом анализе называются промежуточными (среднесрочными) изменениями цен. Длятся они от 3 недель до 6 и более месяцев. Краткосрочные тренды, длящиеся от 1 до 3-4 недель, прерывают движение в направлении среднесрочного тренда, точно так же, как те прерывают движение в направлении первичного тренда. Обычно это реакция на случайные текущие события, и выявлять их сложнее, чем первичный и промежуточный [2].

Умение выделять и различать тренды – это самые необходимые навыки в трендовом анализе, который в свою очередь является стержнем технического анализа. Для того, чтобы использовать трендовый анализ, необходимо помнить главное правило – «the trend is your friend» («тренд – Ваш друг»). Если совершать операцию против тренда, то надо быть готовым к любым неожиданностям.

Основной задачей при анализе трендовых линий и моделей будет не только выявление направления тренда, но и его жизненного цикла.

Существует несколько важнейших правил анализа тренда цен:

- для сильного тренда подтверждение необязательно;
- для тренда средней силы необходимо обязательно получить хотя бы одно подтверждение;
- для слабого тренда инвестору обязательно наличие не менее двух подтверждений выводам.

Под подтверждением, в целях настоящего анализа, понимается либо аналогичный вывод, полученный в последующий промежуток времени при анализе того же индикатора, либо аналогичный вывод, полученный в этот же промежуток времени при анализе другого индикатора [2].

Направление динамики тренда можно определить, проанализировав индикаторы технического анализа. В настоящее время существует множество различных индикаторов, самыми известными из которых являются:

- классические трендовые линии и модели;
- динамика простых и сложных средних;
- динамика линейной MACD;
- линия РТР;
- линии Bollinger.

Также проанализировать динамику тренда можно используя осцилляторы. Это индикатор, обычно основанный на ценах и имеющий тенденцию колебаться (осциллировать) в некоторых фиксированных или достаточно жестко ограниченных пределах. Осцилляторы характеризуются нормализацией диапазона и удалением долговременных трендов уровня цен – информация извлекается осцилляторами из таких эфемерных показателей, как импульс и перенапряжение. Самыми известными осцилляторами в настоящее время являются осциллятор Momentum, CCI, ROC, Стохастик (Stochastic, Stochastic slow (PKS), Stochastic fast (PKF) и осциллятор RSI.

Просуммировав все выводы от анализа данных показателей и отбросив ложные сигналы, можно получить чистое направление текущего тренда и оценить, в каком периоде жизненного цикла тренда анализируемая цена на товар сейчас находится [3].

И в заключение, в целях определения положительных и отрицательных сторон применения технического анализа как метода прогнозирования, сравним данный анализ с другим, не менее популярным методом прогнозирования – фундаментальным анализом. По отношению к исследуемым факторам, которые влияют на цены финансовых активов, технический анализ использует «внутреннюю» рыночную информацию (данные об исторических изменениях рыночных параметров: цен активов, объемов сделок, размеров открытых позиций и пр.), в то время как фундаментальный анализ пользуется «внешней» информацией (данные о деятельности компаний, отраслевые данные, общеэкономическая и политическая информация, сезонные циклы и пр.). Следовательно, можно сделать вывод о том, что технический анализ использует информацию, которая легкодоступна, и практически все необходимые данные публикуются и могут быть получены всеми инвесторами либо бесплатно, либо за относительно небольшую плату. Доступ к информации, используемой в фундаментальном анализе, значительно ограничен для существенных групп инвесторов, а также требуются значительные временные затраты для получения и анализа данной информации. Еще одним значительным отличием является период прогнозирования: фундаментальный анализ рассчитан на долгосрочные прогнозы, в то время как технический анализ – на краткосрочные. Однако технический метод прогнозирования может предсказать конкретную дату будущих изменений. Фундаментальный анализ специализируется на анализе одного или нескольких рынков, в то время как применяемый к техническому анализу подход является общим (с некоторыми особенностями) для всех рынков, что позволяет техническим аналитикам работать с большим числом финансовых инструментов.

Сопоставив данные методы, можно сделать вывод, они оба имеют свои плюсы и минусы, однако при современных темпах развития инфраструктуры, наиболее популярным считается технический анализ, так как время – это самый ограниченный ресурс, а именно технический анализ позволяет быстро и без значительных затрат делать прогнозы на рынках.

Список цитированных источников

1. Технический анализ. Полный курс / Джек Швагер – М.: Альпина Паблшер, 2001. – 768 с.
2. Internet resource for investing education, personal finance, market analysis and free trading simulators. [Electronic resource] – Canada, June 1999. Mode of access: <http://www.investopedia.com/university/technical/techanalysis>
3. Межрыночный технический анализ. Получение прибыли от глобализации рынков./ Д.Д. Мерфи. – М., 2004. – 353 с.

УДК 336.761

Концевая А.А.

Научный руководитель: доцент Макарук Д.Г.

ЭМИССИЯ АКЦИЙ БЕЛОРУССКИХ ЭМИТЕНТОВ НА МЕЖДУНАРОДНЫХ РЫНКАХ НА ОСНОВЕ ДЕПОЗИТАРНЫХ РАСПИСОК

Целью настоящей работы является изучение проблемы эмиссии акций белорусских эмитентов на международных рынках на основе депозитарных расписок.

Объект исследования – белорусский рынок ценных бумаг, как элемент международного рынка финансового капитала.

Предмет исследования – депозитарные расписки как инструмент размещения белорусских эмиссионных ценных бумаг на зарубежных финансовых рынках.

Развитие мирового финансового рынка в целом оказывает значительное влияние на развитие экономики отдельных стран. За последние десятилетия произошло значительное увеличение объёмов проведения операций с финансовыми инструментами, существенно расширились возможности выхода на зарубежные фондовые рынки. Так, всё большую популярность набирает такой способ выхода на зарубежные рынки, как выпуск депозитарных расписок.

Депозитарная расписка – это эмиссионная вторичная ценная бумага, выпускаемая банком-депозитарием, удостоверяющая право собственности её владельца на определенное количество акций или облигаций иностранного эмитента, депонированных в стране нахождения эмитента. В современном мире, где активно проходят процессы интеграции финансовых систем и интернационализации финансовых рынков, депозитарные расписки являются одним из инструментов, позволяющих преодолеть национальные границы фондового рынка.

Так как выпуск депозитарных расписок обеспечивает выход компании на иностранный фондовый рынок, то выпуск американских депозитарных расписок (далее – АДР/ADR) и глобальных депозитарных расписок (далее – ГДР/GDR) даёт множество преимуществ для эмитентов локальных ценных бумаг из развивающихся стран [1]:

- 1) позволяет привлекать иностранный капитал;
- 2) даёт возможность получить эффект в разнице масштабов между развитыми рынками и рынком развивающейся страны;

- 3) позволяет уменьшить зависимость компании от конъюнктуры национального фондового рынка;
- 4) улучшает имидж и узнаваемость компании;
- 5) приводит к повышению доверия к эмитенту;
- 6) способствует увеличению ликвидности ценных бумаг на местном рынке;
- 7) может способствовать привлечению зарубежных инвесторов для реализации инвестиционных проектов;
- 8) может способствовать увеличению спроса на акции и, как следствие, росту курсовой стоимости ценных бумаг на внутреннем рынке;
- 9) может косвенно привлечь внимание иностранных потребителей к продукции или услугам, предлагаемым эмитентом.

Т.к. существует ряд преимуществ выхода компании на зарубежные развитые рынки при помощи выпуска депозитарных расписок, с каждым годом всё большее число компаний-эмитентов из развивающихся стран продолжают реализовывать на американский и европейский рынки программы депозитарных расписок на ценные бумаги своих компаний.

Механизм эмиссии ADR. ADR бывает четырех уровней. Чем выше уровень, тем требования жестче [2, 3].

ADR первого уровня (торговая форма) выпускаются на уже обращающиеся на вторичном рынке акции. Эти депозитарные расписки могут котируются только на внебиржевом рынке. Финансовая отчетность компании-эмитента может осуществляться по национальным стандартам и для выпуска указанных ADR требуется минимальный набор документов.

ADR второго уровня (листинговая форма) также выпускаются на уже обращающиеся акции. Эти депозитарные расписки котируются на бирже/ От эмитентов требуется внутренний аудит, регулярная публикация отчетности/

Третий уровень спонсируемых ADR (форма предложения) позволяет выпускать депозитарные расписки на новые эмиссии акций. Таким образом, компания-эмитент имеет возможность увеличить свой капитал, получая инвестиции в твердой валюте, за счет размещения депозитарных расписок среди инвесторов США и других стран. Требования к ADR третьего уровня такие же, как к ADR второго уровня. ADR третьего уровня делятся на публично размещаемые и ADR частного размещения. Публично размещаемые ADR котируются на фондовых биржах США и никаких ограничений на их покупку не существует. ADR частного размещения (RADR) предполагают размещение среди ограниченного круга лиц. При этом инвесторы должны иметь статус квалифицированного институционального покупателя. ADR частного размещения называют *четвертым уровнем спонсируемых ADR (форма частного размещения)* [3].

Механизм эмиссии самих депозитарных расписок на ценные бумаги эмитентов из различных стран во многом базируется на доверии, поэтому выпуском могут заниматься только крупнейшие банки с мировым именем, такие как J.P. Morgan, TheBankofNewYork, DeutscheBank, CitiBank.

Одним из наиболее важных решений, которое должен принять эмитент депозитарных расписок, является решение о том, где проходить листинг. Листинг на признанной фондовой бирже является важной частью деятельности любой крупной компании. Важные факторы, такие как ликвидность акции, открытость, затраты на листинг и финансовые требования, следует тщательно проанализировать, прежде чем выбрать наиболее подходящую для эмитента биржу.

Изучив современное состояние рынка американских и глобальных депозитарных расписок, можно сделать вывод, что всё большее число эмитентов из различных стран выходит на зарубежные фондовые рынки в форме выпуска

программ АДР и ГДР. Это позволяет судить о том, что данный рынок всё ещё находится на этапе развития и в ближайшей перспективе продолжит свое дальнейшее развитие.

Что касается Республики Беларусь, то реализация программы выпуска депозитарных расписок на ценные бумаги эмитента дает ему возможность получить доступ к зарубежным рынкам капитала, привлечь крупных инвесторов позволяет повысить уровень ликвидности, расширить деловые связи, сформировать позитивную корпоративную историю на мировых биржевых торговых площадках. Размещение акций эмитентов Республики Беларусь на зарубежных фондовых рынках с использованием депозитарных расписок требует наличия определенной нормативно-правовой базы [4]. С этой целью разработан соответствующий проект Указа Президента Республики Беларусь. Критерии выхода акционерных обществ на международный рынок капитала [5, 6]:

- 1) наличие финансовой отчетности за последние годы (как правило, 3 года), составленной в соответствии с требованиями международных стандартов;
- 2) наличие в свободном обращении от 15 до 25% акций;
- 3) акции не должны иметь ограничений на свободное обращение и должны иметь возможность быть предложенными определенному кругу лиц;
- 4) безубыточное финансовое положение на протяжении последних лет (как правило, 3 года);
- 5) высокие показатели экономической эффективности;
- 6) организация системы менеджмента в соответствии с международными стандартами.

Несмотря на ряд факторов, сдерживающих использование депозитарных расписок для привлечения иностранных инвестиций, принятие Указа может стать значимым шагом на пути выхода белорусских эмитентов на международный рынок капитала. В качестве «пилотного» проекта по выпуску международных депозитарных расписок белорусского эмитента правительство Беларуси рассматривает одного из лидеров международного рынка карьерных самосвалов ОАО «БелАЗ».

Список цитированных источников

1. IPO вчера, сегодня, завтра... / А. Потемкин // ММВБ. – 2012. – №5 (19) – С. 35-44.
2. Гвардин, Сергей. IPO: стратегия, перспективы и опыт российских компаний. – Москва: Вершина, 2013. – 264 с.
3. Официальный сайт Ernst & Young // Тенденции процедуры IPO [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Presentation_CHN_cross_border_listings_trends/\\$FILE/Presentation_ENG_cross%20border%20listings%20trends.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Presentation_CHN_cross_border_listings_trends/$FILE/Presentation_ENG_cross%20border%20listings%20trends.pdf)
4. О ценных бумагах и фондовых биржах: Закон Респ. Беларусь, 12 мар. 1992 г., № 1512-XII: Принят Палатой представителей 10 янв. 1992г.: одобр. Советом Респ. 09 фев. 1992 г.: в ред. Закона Респ. Беларусь от 04.03.2012г., №134 // Консультант Плюс: Беларусь [Электрон. ресурс] / ООО"ЮрСпектр", Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2012.
5. Тертыйный, С.А. Рынок ценных бумаг и методы его анализа. – Санкт Петербург: Питер, 2010. – 224 с.
6. Харрисон, М. Искусный инвестор. Управляйте своими инвестициями профессионально: пер. с англ. – Москва: Олимп-Бизнес, 2008. – С. 328.

УДК 336.761

Концевая А.А.

Научный руководитель: доцент Макарук Д.Г.

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ РЫНКА АМЕРИКАНСКИХ И ГЛОБАЛЬНЫХ ДЕПОЗИТАРНЫХ РАСПИСОК

Целью настоящей работы является проведение анализа современного состояния рынка американских и глобальных депозитарных расписок.

Объект исследования – эмитенты и биржевые площадки, осуществляющие размещение депозитарных расписок.

Предмет исследования – мировой рынок американских и глобальных депозитарных расписок.

По данным на январь 2013 года, на мировом фондовом рынке обращаются депозитарные расписки на акции эмитентов из 85 стран, среди которых значительное место занимает Россия. За последний год число стран, вышедших на рынки АДР и ГДР, возросло на 15%. Если к концу 2011 года число программ АДР и ГДР, выпущенных российскими эмитентами, составляло 204, среди которых 7 программ было неспонсируемых, то на начало 2013 года число программ увеличилось до 230, при этом до 8 увеличилось число неспонсируемых программ. В целом российские программы представлены серьёзными капитализированными компаниями [1].

Однако если на конец 2011 года Россия занимала шестое место по количеству выпущенных программ депозитарных расписок, уступая Индии, Великобритании, Японии, Китаю и Австралии, и представляла собой 6% от общемирового числа программ (рисунок 1), то на начало 2013 года Россия занимает седьмое место, уступив также место Гонконгу, и теперь представляет собой 5% от общемирового количества программ (рисунок 2).

Уменьшение доли выпущенных программ депозитарных расписок российскими эмитентами (наиболее близких по качественным показателям к белорусским эмитентам) связано с тем, что число программ американских и глобальных депозитарных расписок на ценные бумаги ряда стран возросло в большей степени, чем на ценные бумаги российских эмитентов. Так, например, число программ АДР и ГДР, выпущенных Великобританией, увеличилось на 124 (на 46%); Австралией – на 87 (на 41%); Японией – на 71 (на 28%); И лишь на 26 (на 13%) увеличилось число программ АДР и ГДР на ценные бумаги российских эмитентов [3].

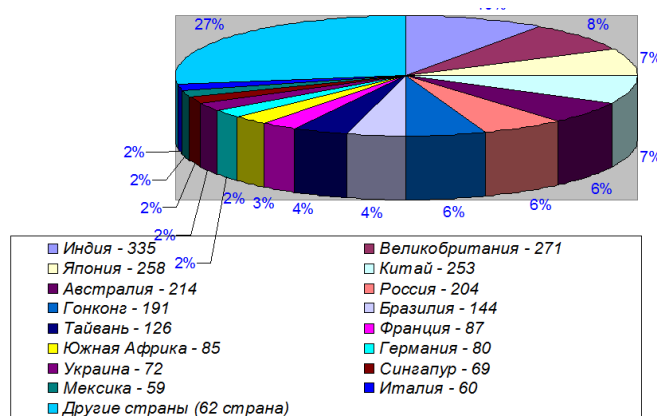


Рисунок 1 – Доли стран в общем количестве программ АДР и ГДР (на декабрь 2011 года) [2]

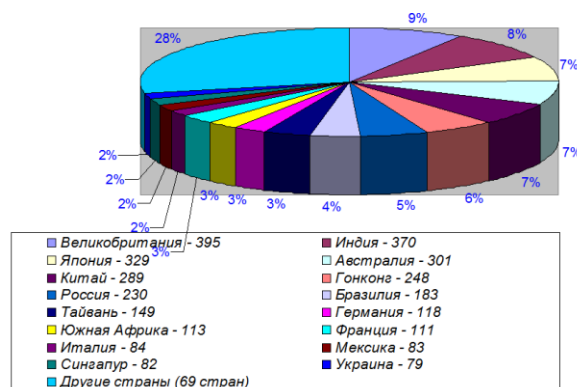


Рисунок 2 – Доли стран в общем количестве программ АДР и ГДР (на январь 2013 года) [2]

В целом по рынку АДР и ГДР доля спонсируемых программ за год уменьшилась и составила 64% (2822 из 4407), в то время как на конец 2011 года доля спонсируемых программ составляла 66% (2277 из 3444). Это говорит об увеличении числа неспонсируемых выпусков АДР и ГДР. Что касается доли спонсируемых программ, выпущенных российскими эмитентами, то она по-прежнему составляет 97%, так как из 230 выпущенных программ АДР и ГДР лишь 8 программ являются неспонсируемыми (на ценные бумаги ОАО АНК «Башнефть», ОАО «Энергосбыт Ростовэнерго», ОАО «Мобильные ТелеСистемы», ОАО «Балтика») [2].

На конец 2011 года российский рынок спонсируемых программ депозитарных расписок представлял собой 9% от их общемирового количества (рисунок 3), однако на начало 2013 года доля российских выпусков неспонсируемых программ АДР и ГДР составляет чуть меньше, 8% (рисунок 4). Уменьшилась и доля Индии с 15 до 13%. Это связано с увеличением числа реализуемых спонсируемых программ другими странами, например Великобританией и Австралией [1].

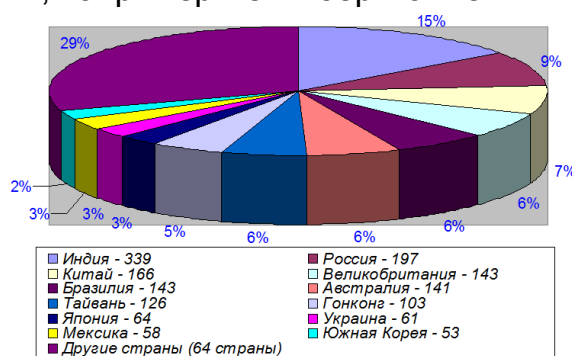


Рисунок 3 – Количество выпущенных спонсируемых программ АДР и ГДР в различных странах (на декабрь 2011 года) [1]

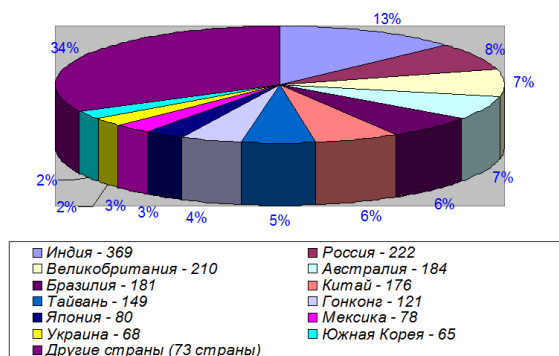


Рисунок 4 – Количество выпущенных спонсируемых программ АДР и ГДР в различных странах (на январь 2013 года) [1]

Механизм эмиссии самих депозитарных расписок на ценные бумаги эмитентов из различных стран во многом базируется на доверии, поэтому выпуском могут заниматься только крупнейшие банки с мировым именем, такие как J.P. Morgan, The Bank of New York, Deutsche Bank, CitiBank [3].

Доля крупнейших депозитариев в выпуске депозитарных расписок (на январь 2013 года) представлена на рисунке 5.

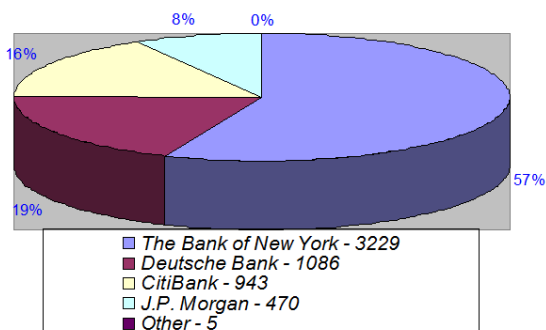


Рисунок 5 – Доля крупнейших депозитариев в выпуске депозитарных расписок по состоянию на январь 2013 года [3]

Несомненным лидером среди банков-депозитариев, выпускающих депозитарные расписки, является The Bank of New York, который выпускает 57% всех программ АДР и ГДР. На втором месте Deutsche Bank, доля которого составляет 19% всех выпусков. Доля CitiBank равна 16%, а J.P. Morgan занимает всего 8% рынка.

Количественную характеристику выпущенных крупнейшими банками-депозитариями программ депозитарных расписок на ценные бумаги российских эмитентов (на январь 2013 года) представим на рисунке 6.

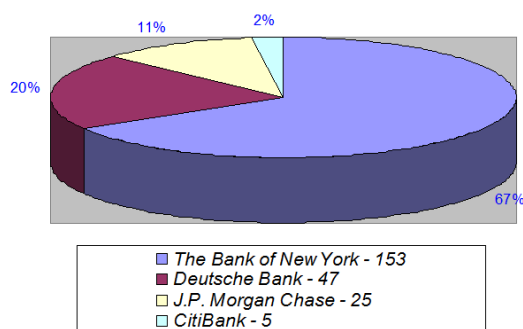


Рисунок 6 – Количество выпущенных крупнейшими банками-депозитариями программ депозитарных расписок на ценные бумаги российских эмитентов по состоянию на январь 2013 года [3]

В случае с депозитарными расписками на ценные бумаги российских компаний так же несомненным лидером является The Bank of New York, который является эмитентом 67% выпусков АДР и ГДР на акции российских эмитентов. 20% программ депозитарных расписок обслуживает Deutsche Bank. За 2012 год число программ, выпущенных Deutsche Bank, уменьшилось с 51 до 47, а доля сократилась на 5% [1].

Говоря об остальных банках-депозитариях, в России, в отличие от общемирового соотношения, банк J.P. Morgan (11%) занимает более весомое место, чем CitiBank (2%). При этом число выпусков АДР и ГДР банком J.P. Morgan за

последний год увеличилось с 14 до 25, в связи с чем доля данного банка-депозитария в выпуске депозитарных расписок на ценные бумаги российских эмитентов возросла на 4% [1].

Одним из наиболее важных решений, которое должен принять эмитент депозитарных расписок, является решение о том, где будет проходить листинг. Листинг на признанной фондовой бирже является важной частью деятельности любой крупной компании. Важные факторы, такие как ликвидность акции, открытость, затраты на листинг и финансовые требования, следует тщательно проанализировать, прежде чем выбрать наиболее подходящую для эмитента биржу.

Рассмотрим ситуацию с российскими эмитентами, вышедших на рынки АДР и ГДР. Интересен тот факт, что рынок депозитарных расписок на ценные бумаги российских эмитентов сконцентрирован в основном на европейской площадке. На рисунке 7 отразим основные торговые площадки АДР и ГДР российских эмитентов (на январь 2013 года).

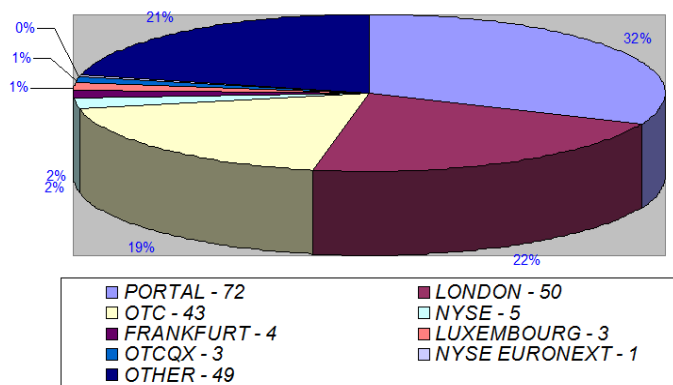


Рисунок 7 – Основные торговые площадки АДР и ГДР российских эмитентов по состоянию на январь 2013 года [2]

Значительную долю в торговле депозитарными расписками на акции российских компаний занимает торговая система PORTAL – закрытая система электронных торгов для крупных институциональных инвесторов (частные размещения, вторичный рынок и торговля с помощью автоматизированных связей). Эта система предназначена для обеспечения рынка частной торговли ценными бумагами и доступна для инвесторов. В данной системе торгуются такие российские компании, как ОАО «Мегафон», ОАО НК «Роснефть», ОАО «Банк ВТБ», ОАО «Северсталь», ОАО «ЭСК РусГидро» и многие другие. На Лондонской бирже (LSE) торгуются такие российские компании, как Группа компаний «Интегра», ОАО «Лукойл», ОАО «Мегафон», ОАО «НОВАТЭК», ОАО НК «Роснефть» и многие другие. На Франкфуртской бирже представлены: ОАО «Аэрофлот – российские авиалинии», ОАО «АВТОВАЗ». Многие российские эмитенты представлены так же в виде АДР и на американском внебиржевом рынке Over-The-Counter (OTC). Среди них ОАО «Ростелеком», ОАО «Татнефть» и многие другие.

Проанализировав современное состояние рынка американских и глобальных депозитарных расписок, можно сделать вывод, что всё большее число эмитентов из различных стран выходит на зарубежные фондовые рынки в форме выпуска программ АДР и ГДР. Это позволяет судить о том, что данный рынок всё ещё находится на этапе развития и в ближайшей перспективе продолжит свое дальнейшее развитие.

Список цитированных источников

1. IPO вчера, сегодня, завтра... / А. Потемкин // ММВБ. – 2012. – №5 (19) – С. 35-44.
2. Гвардин, Сергей. IPO: стратегия, перспективы и опыт российских компаний. – Москва: Вершина, 2013. – 264 с.
3. Официальный сайт Ernst & Young // Тенденции процедуры IPO [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: [http://www.ey.com/Publication/-vwLUAssets/Presentation_CHN_cross_border_listings_trends/\\$FILE/Presentation_ENG_cross%20border%20listings%20trends.pdf](http://www.ey.com/Publication/-vwLUAssets/Presentation_CHN_cross_border_listings_trends/$FILE/Presentation_ENG_cross%20border%20listings%20trends.pdf)

УДК 339:33:657/658

Козлова В.А.

Научный руководитель: доцент Аверина И.Н.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ БУХГАЛТЕРСКОГО И УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ

Целью настоящей работы является изучение характеристик бухгалтерского и управленческого учета в оптовой торговле.

Управленческий учет имеет большое значение в работе любого предприятия. Он представляет собой информационную базу, объединяющую совокупность форм и методов планирования учета, контроля и анализа, направленную на формирование альтернативных вариантов функционирования предприятия. Основное предназначение управленческого учета – предоставление информации руководителям. Данный вид учета невозможен без бухгалтерского учета, поскольку именно данные бухгалтерского учета являются наиболее организованной, достоверной и систематической частью информационного обеспечения предприятия, и они могут быть основой для принятия управленческих решений. Это единственный поставщик документально обоснованной и системно обеспеченной экономической информации о фактическом наличии и использовании имущества и ресурсов организации, о хозяйственных процессах и результатах деятельности. Современная целевая ориентация БУ в системе управления нацелена на создание информационно-аналитической базы для принятия конкретных решений [1].

Несмотря на то, что управленческий учет является логическим следствием бухгалтерского учета, можно отметить наиболее существенные различия между ними. Управленческий учет выступает составной частью информационной системы предприятия. Эффективность управления производственной деятельностью обеспечивается информацией о деятельности структурных подразделений, служб, отделов предприятия. Управленческий учет формирует такую информацию для руководителей разных уровней управления внутри предприятия с целью принятия ими правильных управленческих решений. Содержание управленческого учета определяется целями управления, оно может быть изменено по решению администрации в зависимости от интересов и целей, поставленных перед руководителями внутренних подразделений. Наиболее существенные различия бухгалтерского и управленческого учета приведены в таблице 1.

Таблица1 – Сравнительная характеристика бухгалтерского и управленческого учета

Характеристика	Бухгалтерский учет	Управленческий учет
1. Обязательность ведения учета	Обязателен по общепринятым стандартным формам, независимо от того, считает ли руководитель эти данные полезными или нет	По усмотрению руководства, безотносительно к нормам и юридическим требованиям. Главное – ценность (полезность) информации для принятия решений не должна быть ниже затрат на ее получение
2. Цель ведения учета	Составление финансовых документов для пользователей вне предприятия. Документы составлены, и цель считается достигнутой	Для внутреннего управления предприятием, средство обеспечения планирования, регулирования и контроля
3. Пользователи информации	Акционеры, финансово-кредитные учреждения, органы гос.контроля.	Менеджеры различных уровней управления, руководители предприятия
4. Базисная структура	Основополагающее балансовое уравнение: Активы = Капитал + Обязательства	Соотношения элементов разделов баланса должны информировать о диспропорциях капитала, влияющих на ликвидность, платежеспособность, устойчивость и фин.независимость
5. Привязка во времени	Прошрое и настоящее – бух.проводки выполняются после совершения соответствующих операций. Данные носят исторический характер. Цель – показать, «как это было»	Настоящее и будущее – наравне с информацией «исторического характера», оценки и планы на будущее. Цель – показать, «как это должно быть»
6. Тип информации	Денежное выражение	Денежное и натуральное выражение
7. Степень точности информации	Максимальная точность	Ослабление требований точности в пользу скорости получения информации – приближенные и примерные оценки
8. Периодичность отчетности	Полный отчет – по итогам года, квартала	Различные сроки – детализированные отчеты; в больших предприятиях – ежемесячно; отчеты по опред. видам деятельности – еженедельно
9. Объект отчетности	Организация как единое целое	Подразделения, выделенные по отдельным производствам, видам деятельности, центрам ответственности
10. Ответственность за неправильное ведение учета	Наложение штрафных санкций налоговой инспекцией за неправильное формирование финансового результата в целях налогообложения. Кредиторы, акционеры могут подать в суд при искажении информации	Дисциплинарная – причиной привлечения к ответственности могут быть только сами решения или действия, а не данные управленческого учета

Источник: Системы управленческого учета и анализа Г.И. Пашигорев, О.С. Савченко, Санкт-Петербург 2002

Объектом исследования являются аспекты бухгалтерского учета и управленческого учета в оптовой торговле. Согласно Закону РБ «О торговле» от 28.07.2003 №231-3 оптовая торговля – вид торговли, осуществляемой в целях последующего использования товаров в предпринимательской деятельности или иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним потреблением и иным подобным использованием. Государственный контроль в области торговли осуществляется Советом Министров Республики Беларусь, Комитетом государственного контроля Республики Беларусь, иными уполномоченными государственными органами в пределах их компетенции (далее – контролирующие органы) в соответствии с настоящим Законом и иными законодательными актами.[2]

Законодательство Республики Беларусь в области торговли и общественного питания основывается на: Конституции Республики Беларусь, Налоговом кодексе Республики Беларусь и других нормативно-правовых актах, основными из которых являются:

1. Закон Республики Беларусь от 18.10.1994 N 3321-XII "О бухгалтерском учете и отчетности"

2. Закон РБ «О торговле» от 28.07.2003 №231-3, других актов законодательства Республики Беларусь.

3. Инструкция о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета, утвержденной Постановлением Министерства финансов РБ от 29.06.2011 №50

4. Инструкция по бухгалтерскому учету запасов, утвержденной Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 12.11.2010 N 133

5. Инструкция по бухгалтерскому учету доходов и расходов, утвержденной Постановлением Министерства финансов РБ от 30.09.2011 №102

В соответствии с Инструкцией о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета, утвержденной Постановлением Министерства финансов РБ от 29.06.2011 №50 (далее Инструкция №50) оприходование товаров и тары отражается по дебету счета 41 "Товары" в корреспонденции с кредитом счета 60 "Расчеты с поставщиками и подрядчиками".

При признании в бухгалтерском учете выручки от реализации товаров их стоимость списывается со счета 41 "Товары" в дебет счета 90 "Реализация".

Аналитический учет по счету 41 "Товары" ведется по ответственным лицам, наименованиям (сортам, партиям, кипам), а в необходимых случаях и по местам хранения товаров.

В оптовой торговле учет товаров ведется по стоимости их приобретения (пункт 8 Инструкции по бухгалтерскому учету запасов, утвержденной Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 12.11.2010 N 133). Согласно ст. 11 Закона Республики Беларусь от 18.10.1994 N 3321-XII "О бухгалтерском учете и отчетности" при принятии активов и обязательств на бухгалтерский учет их стоимость определяется в соответствии с настоящим Законом, а также иными нормативными правовыми актами по бухгалтерскому учету и отчетности.

Таким нормативным правовым актом по учету товаров является Инструкция N 133.

Согласно п. 3 Инструкции N 133 товары относятся к запасам.

Пунктами 6, 7 Инструкции N 133 установлено, что запасы принимаются к бухгалтерскому учету по фактической себестоимости.

Фактическая себестоимость запасов, приобретенных за плату, определяется в сумме фактических затрат организации на приобретение.

К фактическим затратам на приобретение запасов относятся:

- стоимость запасов по ценам приобретения;
- таможенные сборы и пошлины;
- вознаграждения, уплачиваемые посреднической организации, через которую приобретены запасы;
- затраты по заготовке и доставке запасов до места их использования, включая расходы по страхованию;
- затраты по доведению запасов до состояния, в котором они пригодны к использованию в предусмотренных в организации целях;
- транспортно-заготовительные и иные затраты, непосредственно связанные с приобретением запасов.

При этом п. 8 Инструкции N 133 установлена особенность учета товаров, приобретенных организацией для реализации: товары, приобретенные организацией для реализации, оцениваются по стоимости их приобретения.

Таким образом, указанные расходы должны относиться на счет 44 "Расходы на реализацию", который согласно Инструкции №50, предназначен для обобщения информации о расходах, связанных с реализацией продукции, товаров, работ и услуг. Транспортные расходы, связанные с приобретением товаров, могут либо формировать фактическую себестоимость приобретенных товаров, либо включаться в состав расходов на реализацию. Вариант учета, принятый в организации с применением профессионального суждения, закрепляется в учетной политике (п.3, 6-8 Инструкции N 133).

При включении указанных транспортных расходов в состав расходов на реализацию, они учитываются по дебету счета 44 «Расходы на реализацию» (п.35 Инструкции №50) Суммы расходов на реализацию, учтенные торговыми организациями на счете 44, ежемесячно списываются в дебет счета 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности (субсчет 90-6 «Расходы на реализацию) согласно п.12 Инструкции по бухгалтерскому учету доходов и расходов, утвержденной Постановлением Министерства финансов РБ от 30.09.2011 №102, за исключением транспортных затрат, связанных с приобретением товаров и относящихся к товарам, оставшимся на конец месяца нереализованными.

Вычет налога на добавленную стоимость

Налоговыми вычетами признаются суммы налога на добавленную стоимость, предъявленные продавцами, состоящими на учете в налоговых органах Республики Беларусь и являющимися плательщиками, к оплате плательщику при приобретении им на территории Республики Беларусь товаров (работ, услуг), имущественных прав.

Суммой налога на добавленную стоимость, уплаченной при приобретении на территории Республики Беларусь товаров (работ, услуг), имущественных прав, признается уплаченная сумма налога на добавленную стоимость, выделенная продавцом покупателю.

Необходимо учитывать, что налоговые вычеты производятся на основании первичных учетных и расчетных документов установленного образца, полученных в установленном законодательством порядке продавцами и выставленных ими при приобретении плательщиком товаров (работ, услуг), имущественных прав (пункт 5 статьи 107 НК).

Отражение в бухгалтерском учете реализации товара.

На основании Инструкции №50 счет 90 "Реализация" предназначен для обобщения информации о доходах и расходах, связанных с видами деятельности, указанными в уставе организации, а также для определения финансового результата по ним.

Сумма выручки от реализации товаров, продукции, работ, услуг отражается в бухгалтерском учете на момент ее признания в соответствии с учетной политикой организации.

Список цитированных источников

1. Пашигорева, Г.И. Системы управленческого учета и анализа / Г.И. Пашигорева, О.С. Савченко. – Санкт-Петербург, 2002.

2. О торговле: Закон РБ от 28.07.2003 №231-3 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2013.

УДК [657:339:33]:004.42

Козлова В.А.

Научный руководитель: доцент Аверина И.Н.

ОПТИМИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ НА БАЗЕ 1С

Целью настоящей работы является доработка средств автоматизации для ведения управленческого учета в оптовой торговле в типовой конфигурации «1С: Бухгалтерия 7.7».

Основными программными продуктами, используемыми для автоматизации бухгалтерского учета в малом бизнесе, являются разработки фирмы «1С». А в Брестском регионе популярнее всего типовая конфигурация в разработке ОДО «Юкола-Инфо». Большинство предприятий используют только конфигурацию «1С: Бухгалтерия», и только некоторые могут позволить себе параллельное ведение двух информационных баз – ведение отдельной базы для учета торговых операций в конфигурации «1С: Торговля и склад». Использование комплексной конфигурации стоит слишком дорого для субъектов малого бизнеса. Поэтому актуальным является ведение единой информационной базы торгового предприятия для целей как бухгалтерского, так и управленческого учета. В связи с этим требуется доработка и расширение функционала используемой типовой конфигурации «1С: Бухгалтерия» исходя из потребностей задач управленческого учета. Следует отметить, что данный вид учета невозможен без бухгалтерского учета, поскольку именно данные бухгалтерского учета являются наиболее организованной, достоверной и систематической частью информационного обеспечения для принятия управленческих решений. Это единственный поставщик документально обоснованной и системно обеспеченной экономической информации о фактическом наличии и использовании имущества и ресурсов организации, о хозяйственных процессах и результатах деятельности.

Так, на исследуемом нами малом торговом предприятии учетной политикой определено, что транспортные расходы, связанные с приобретением товаров, включаются стоимость приобретенных товаров.

«Стоимость товаров, приобретенных за плату, определяется путем суммирования стоимости товаров, указанной в первичных учетных документах, и фактически произведенных затрат, связанных с их приобретением, в том числе осуществляемых другими лицами на основании договоров.

Фактическая себестоимость импортных товаров включает:

– контрактную стоимость товара: стоимость товаров, приобретенных за иностранную валюту, определяется в белорусских рублях путем пересчета иностранной валюты по официальному курсу, установленному Национальным банком Республики Беларусь, действующему на дату оприходования товара на склад;

– транспортные расходы: расходы по доставке товаров, выполняемые сторонней организацией (индивидуальным предпринимателем), участвующие в расчете таможенной пошлины, относятся на увеличение стоимости приобретенных товаров; не участвующие при определении суммы таможенной пошлины – в состав расходов на реализацию;

– таможенный сбор;

– таможенная пошлина;

– иные расходы в соответствии с законодательством, без осуществления которых товар не может быть выпущен в свободное обращение на территории Республики Беларусь.

При получении товаров нескольких наименований, услуги по доставке товаров до пункта назначения, таможенный сбор и таможенная пошлина подлежат распределению между данными товарами. Если данные расходы нельзя прямо распределить между видами поступивших товаров, то с целью их включения в стоимость товаров они распределяются:

– расходы по доставке товара – между группами кодов ТН ВЭД товаров пропорционально весу брутто импортируемых товаров, внутри групп товаров пропорционально их стоимости;

– таможенная пошлина включается по импортной декларации согласно коду ТН ВЭД;

– таможенный сбор за таможенное оформление и иные расходы по импорту – пропорционально стоимости товара» [Источник: учетная политика торгового предприятия.]

В соответствии с Инструкцией о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета, утвержденной Постановлением Министерства финансов РБ от 29.06.2011 №50, оприходование товаров и тары отражается по дебету счета 41 "Товары" в корреспонденции с кредитом счета 60 "Расчеты с поставщиками и подрядчиками".

В оптовой торговле учет товаров ведется по стоимости их приобретения (пункт 8 Инструкции по бухгалтерскому учету запасов, утвержденной Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 12.11.2010 N 133).

Пунктами 6, 7 Инструкции N 133 установлено, что запасы (товары) принимаются к бухгалтерскому учету по фактической себестоимости.

Фактическая себестоимость запасов, приобретенных за плату, определяется в сумме фактических затрат организации на приобретение.

К фактическим затратам на приобретение запасов относятся:

– стоимость запасов по ценам приобретения;

– таможенные сборы и пошлины;

– вознаграждения, уплачиваемые посреднической организации, через которую приобретены запасы;

- затраты по заготовке и доставке запасов до места их использования, включая расходы по страхованию;
- затраты по доведению запасов до состояния, в котором они пригодны к использованию в предусмотренных в организации целях;
- транспортно-заготовительные и иные затраты, непосредственно связанные с приобретением запасов.

При этом в п. 8 Инструкции N 133 установлена особенность учета товаров, приобретенных организацией для реализации – товары, приобретенные организацией для реализации, оцениваются по стоимости их приобретения.

Таким образом, указанные расходы должны относиться на счет 44 «Расходы на реализацию», который согласно Инструкции по применению Типового плана счетов бухгалтерского учета, утвержденной Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 30.05.2003 N 89, предназначен для обобщения информации о расходах, связанных с реализацией продукции, товаров, работ и услуг. Транспортные расходы, связанные с приобретением товаров, могут либо формировать фактическую себестоимость приобретенных товаров, либо включаться в состав расходов на реализацию. Вариант учета, принятый в организации с применением профессионального суждения, закрепляется в учетной политике (п.3, 6-8 Инструкции N 133).

При включении указанных транспортных расходов в состав расходов на реализацию, они учитываются по дебету счета 44 «Расходы на реализацию» (п.35 Инструкции о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета, утвержденной Постановлением Министерства финансов РБ от 29.06.2011 №50). Суммы расходов на реализацию, учтенные торговыми организациями на счете 44, ежемесячно списываются в дебет счета 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности (субсчет 90-6 «Расходы на реализацию)» согласно п.12 Инструкции по бухгалтерскому учету доходов и расходов, утвержденной Постановлением Министерства финансов РБ от 30.09.2011 №102, за исключением транспортных затрат, связанных с приобретением товаров и относящихся к товарам, оставшимся на конец месяца нереализованными.

Исходя из изложенного, указанные транспортные расходы, связанные с доставкой приобретенных товаров, необходимо распределить между реализованными товарами и остатками нереализованных товаров. Методика распределения транспортных расходов законодательно не закреплена. В связи с этим торговым организациям необходимо разработать ее самостоятельно с применением профессионального суждения и закрепить в учетной политике. (п.5 ст.9 Закона №57-3) [1]

При этом торговая организация вправе за основу взять методику распределения, рекомендованную подп. 5.3 Методических указаний по составу и учету издержек обращения (производства), финансовых результатов деятельности организаций торговли и общественного питания, утвержденной Приказом Министерства торговли РБ от 20.09.2002 №86. Организация вправе предусмотреть в учетной политике порядок распределения транспортных расходов пропорционально стоимости товаров по покупным(продажным) ценам, по ценам с учетом НДС или без него, но при обязательном соблюдении одинакового принципа при оценке реализованных товаров и товаров, оставшихся нереализованными на конец месяца. возникает необходимость в определении реальной себестоимости товара и среднего процента наценки.

При определении в учетной политике включать транспортные расходы в стоимость приобретенных товаров возникает необходимость в определении

реальной стоимости приобретенного товара и среднего процента наценки. Руководитель или бухгалтер-аналитик может быть заинтересован в отчете следующего вида. Формулу расчета средней наценки представлена ниже:

$$\text{Средний \% наценки} = \left(\frac{\text{Цена реализации} \text{ Сндс} - \text{НДС}}{\text{Себестоимость}} - 1 \right) \cdot 100\%$$
$$\text{Гр9} = \left(\frac{\text{Гр6} - \text{Гр7}}{\text{Гр8}} - 1 \right) \cdot 100\%$$

Как известно, достоинством разработок «1С» является возможность их конфигурирования на встроенном объектно-ориентированном языке программирования. В режиме конфигуратора мы разработали внешний отчет для управленческих целей [2].

Для формирования этого отчета требуется ведение аналитического учета сумм ТЗР по наименованиям номенклатуры. Добиться этого можно, если в используемой типовой конфигурации «1С: Бухгалтерия»:

1) в План счетов добавить дополнительный забалансовый счет с аналитикой и количественным учетом по номенклатуре;

2) при поступлении импортного товара в таможенной декларации, где расписываются доли транспортных затрат, приходящихся на соответствующий объем каждой позиции, а общая сумма дополнительных расходов на приобретение относится на 44 счет, параллельно разделять сумму ТЗР между поступившей номенклатурой пропорционально выбранному на предприятии способу (по количеству, по весу, по стоимости) и формировать дополнительные проводки на забалансовый счет.

Одним из условий нашей доработки было по минимуму затрагивать используемую конфигурацию. Таким образом, мы доработали:

1) план счетов;

2) организовали механизм дополнительных проводок;

3) создали новый отчет в виде внешнего отчета, который хранится в отдельном файле и запускается в рабочем режиме конфигурации командой Файл – Открыть.

Создание внешнего отчета осуществлялось в три этапа. 1 этап – разработка экранной формы диалога (рисунок 1).

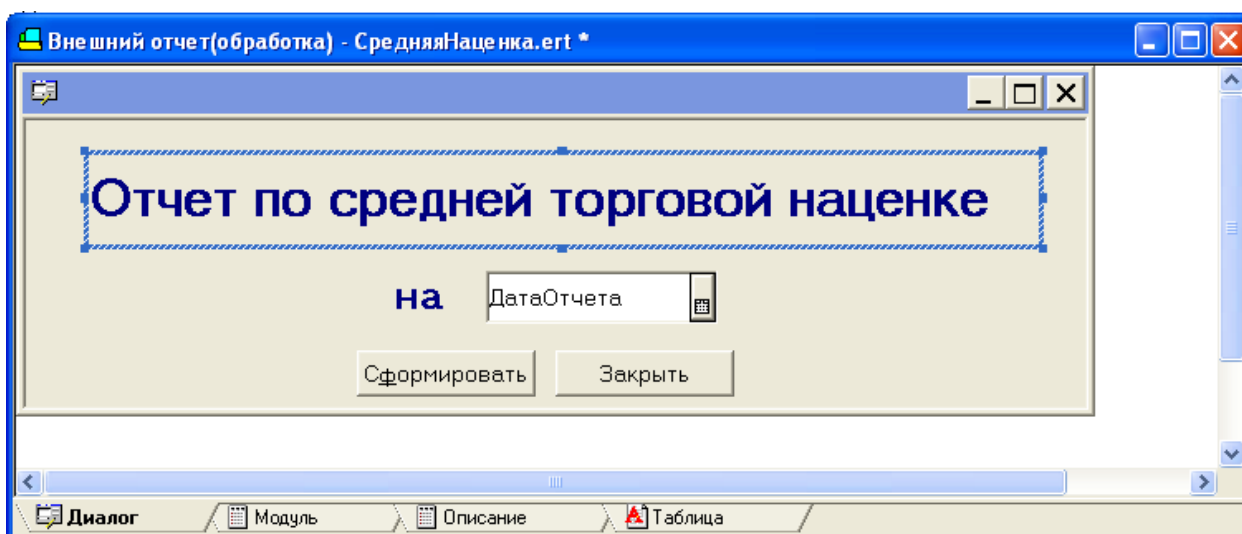


Рисунок 1 – Диалоговое окно отчета

2 этап – разработка выходной печатной формы.

Механизм распределения ТЗР по товарным позициям автоматизирован при заполнении декларации в «1С», которые изначально задаются общей суммой. Общая сумма ТЗР отражается этим документом на 44 счете. При отражении соответствующего документа в «1С» предлагается добавить в операцию формирование дополнительной проводки на забалансовом счете ТЗР по каждой товарной позиции (рисунок 2).

№ п/п	Наименование	Код ТНВЭД или штрихкод	Ед. изм.	Кол-во	Цена учетная (сч.41.1)	Цена реализации с НДС	НДС %	Себестоимость реализованных товаров (41.1+44.4)	ТЗР	Средний % наценок
1	Стир. порошок Визир абсолют для цв 6 кг 180509	00000915	шт	14	34 952	54 400	20	35 829	12 283	26.53
2	Стир. порошок Ариэль для бел 3 кг 180509	00000955	шт	100	20 177	32 030	20	20 683	50 643	29.05
3	Стир. порошок Ариэль м-зим 5 для бел 0,4 кг 180509	00000956	шт	200	4 147	6 600	20	4 251	20 817	29.38
4	Стир. порошок Бонюкс Актив для бел 0,4 кг 180509	00000959	шт	300	2 300	3 650	20	2 358	17 318	29.01
5	Стир. порошок Бонюкс Аква для цв 4 кг 180509	00000961	шт	60	17 005	26 750	20	17 432	25 610	27.87

Рисунок 2 – Выходная печатная форма отчета

3 этап – разработка программного модуля. Для написания программного модуля были использованы методы таких объектов, как Бухгалтерские Итоги и Запрос.

Благодаря тому, что отчет сохранен как внешний файл, выполненная разработка может применяться при необходимости теми организациями, у которых вид деятельности – торговля и которые используют типовую конфигурацию Юкола Инфо.

Список цитированных источников

1. О торговле: Закон РБ от 28.07.2003 №231-3: // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2013.

2. Ражиков, М.Ю. 1С: Практика настройки оперативного учета. – М.:КУДИЦ-ОБРАЗ. – 2003.

УДК 338.48

Горун Е.В.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Обухова И.И.

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ХОЗЯЙСТВЕННОГО МЕХАНИЗМА ТУРИСТИЧЕСКОЙ ФИРМЫ

Туризм как специфическая форма деятельности возник сравнительно недавно, но корни его уходят в древние времена, когда люди отправлялись в путешествия для открытия новых территорий, с торговыми, дипломатическими, военными, религиозными и иными миссиями. В античные времена основными мотивами путешествий были торговля, образование, паломничество, лечение. В Древней Греции зародились спортивные поездки (Олимпийские игры). В средние века среди путешествий усилился религиозный фактор — паломники устремлялись к христианским и мусульманским святыням. В эпоху Ренессанса

ослабились религиозные мотивы и усилилась образовательная направленность поездок, которые, в основном, носили индивидуальный характер.

Массовый туризм XX века характеризуется появлением специализированных предприятий по производству туристических услуг и быстрым развитием туристической индустрии. Зарождению массового туризма способствовало развитие промышленности, появление оплачиваемых отпусков, расширение сети дорог и другие факторы. Создание бюро путешествий, активное развитие туристических фирм во второй половине XX века, повсеместное строительство гостиниц и увеселительных заведений привели к росту европейского и выездного туризма.

Туризм сегодня – это глобальный компьютеризированный бизнес, в котором участвуют крупнейшие авиакомпании, гостиничные цепочки и туристические корпорации всего мира. На современном этапе туризм как крупная межотраслевая система обеспечивает отдых и оздоровление людей, а также является важным источником доходов государственного бюджета. В настоящее время туристские услуги в Республике Беларусь оказывают более 350 туристских организаций, причем около 4% из них относятся к государственной форме собственности. И хотя многие из них работают на внешний рынок, сохраняется тенденция преобладания выездного туризма над въездным [1].

В Беларуси создано Национальное агентство по туризму, которое обеспечивает сертификацию и стандартизацию туристских услуг, а также переподготовку кадров. Государственное регулирование сферы туризма направлено на формирование современного высокоэффективного и конкурентоспособного комплекса, обеспечивающего широкие возможности для удовлетворения потребностей отечественных и зарубежных граждан в туристских поездках, а также значительный вклад туризма в национальную экономику. Основные направления развития туризма и механизмы их реализации определены в Национальной программе развития туризма Республики Беларусь.

В городе Бресте действует около 35 туристических фирм, которые отличаются формой собственности и размерами, списком предлагаемых туров и услуг, кругом обслуживаемых клиентов и т.д. Одной из них является туристическая фирма ООО «Глобус-К». Она обладает полной хозяйственной самостоятельностью в вопросах определения формы управления, принятия хозяйственных решений, сбыта услуг, установления цен на оказываемые услуги, оплаты труда, распределения прибыли, то есть самостоятельно осуществляет свою деятельность, распоряжается полученной прибылью, оставшейся в ее распоряжении после уплаты налогов и других обязательных платежей. Данная фирма имеет общую систему налогообложения.

Основным видом деятельности ООО «Глобус-К» является туристическая деятельность, результаты которой прямо влияют на финансовое состояние организации. Для оценки финансового состояния фирмы определим показатели, предусмотренные Постановлением Совета Министров РБ от 12 декабря 2011 г. № 1672 "Об определении критериев оценки платежеспособности субъектов хозяйствования".

Согласно данному Постановлению, в качестве показателей для оценки платежеспособности субъектов хозяйствования необходимо использовать следующие коэффициенты, дифференцированные по видам экономической деятельности:

– коэффициент текущей ликвидности, характеризующий общую обеспеченность субъекта хозяйствования собственными оборотными средствами

для ведения хозяйственной деятельности и своевременного погашения срочных обязательств;

– коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами, характеризующий наличие у субъекта хозяйствования собственных оборотных средств, необходимых для его финансовой устойчивости;

– коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами, характеризующий способность субъекта хозяйствования рассчитываться по своим финансовым обязательствам после реализации активов.

Результаты анализа платежеспособности ООО «Глобус-К» приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Оценка платежеспособности ООО «Глобус-К» в 2013 году

№ п/п	Наименование показателя	На начало периода	На момент установления платежеспособности	Нормативное значение коэффициента
1	2	3	4	5
1	Коэффициент текущей ликвидности (k_1):	1,15	1,40	$k_1 \geq 1,15$
2	Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами (k_2):	0,13	0,29	$k_2 \geq 0,15$
3	Коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами (k_3):	0,71	0,56	$k_3 \leq 0,85$
4	Коэффициент абсолютной ликвидности (k_4)	1,10	1,27	$k_4 \geq 0,2$
5	Коэффициент финансовой независимости (k_5):	0,29	0,44	$k_5 \geq 0,4 - 0,6$

Исходя из того, что коэффициент текущей ликвидности и коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами на конец отчетного периода (конец 2013 года) имеют величину, превышающую нормативные значения коэффициентов, мы можем признать ООО «Глобус-К» платежеспособным. Следовательно, данная фирма имеет достаточный потенциал для дальнейшего развития туристической деятельности в направлении увеличения экспортной составляющей туристических услуг.

Совершенствование этого вида деятельности требует определенных финансовых ресурсов, главным источником которых, на наш взгляд, должна стать прибыль организации. Для того чтобы наиболее рационально использовать денежные средства, предлагается использовать разработанную на предыдущих этапах исследования модель обеспечения сбалансированности рынка туристических услуг [2]. Прежде всего, произведем анализ фактических данных об обслуживании фирмой резидентов и нерезидентов Республики Беларусь (таблица 2).

Согласно отчетным данным, ООО «Глобус-К» в 2013 году обслужило всего 1 923 туриста, в том числе 537 иностранных туристов, то есть 27.93% от общего числа клиентов. Среднегодовой темп роста численности иностранных туристов составляет 105,8 %. Следовательно, каждый год турфирма обслуживает в среднем на 5,8% больше иностранных туристов по сравнению с предыдущим годом.

Используя разработанную ранее модель сбалансированного рынка, на котором будет обеспечено равенство доли иностранных туристов и граждан Республики Беларусь, обслуживаемых фирмой, рассчитаем период времени,

необходимый для этого при сохранении выявленных темпов динамики (формула 1):

$$n = \frac{\lg \frac{50\%}{d_m}}{\lg \bar{T}} = \frac{\lg \frac{50\%}{27.93\%}}{\lg 1.058} = 10.33 \quad (1)$$

Расчеты показали, что для достижения сбалансированности выездного и внутреннего туризма данной организации потребуется более 10 лет, то есть лишь к 2023 году ООО «Глобус-К» сможет обслуживать равное количество туристов-резидентов и туристов-нерезидентов (по 50% от общего числа).

Таблица 2 – Численность клиентов ООО «Глобус-К»

Показатели	2011 год	2012 год	2013 год
Численность туристов, чел. – всего	1799	1848	1923
В том числе граждан Республики Беларусь	1350	1371	1428
граждан из иностранных государств	449	477	537
удельный вес иностранных туристов, %	24.96	25.10	27.93
темп роста, %	–	103.4	102.8
среднегодовой темп роста, %		105.8	

Для того чтобы сократить этот период времени, используем предложенную ранее методику распределения денежных средств. В качестве их основного источника примем сумму чистой прибыли, полученную в 2013 году – 7 887,6 тыс. руб. Если половину чистой прибыли направить на обеспечение желаемого прироста числа туристов-нерезидентов (3944 тыс. руб.), организация сможет уже в 2014 году достичь равенства туристов. Так как ООО «Глобус-К» в 2013 году обслужила 27,93% интуристов, для увеличения их доли до 50% необходимо достичь прироста удельного веса в размере 22.07%. Следовательно, на 1% прироста иностранных туристов надо вложить $3944 : 22.07\% = 178,7$ тыс. рублей.

Основными мероприятиями по использованию выделенного финансирования, на наш взгляд, могут являться мотивация персонала в виде бонусной системы и активизация рекламной деятельности. Условно разделим показатель финансирования на две составляющие – премирование работников (44%) и расходы на рекламу (56%). При этом прибыль будет распределена в равном соотношении для развития экспортного и внутреннего сегментов рынка. Из суммы чистой прибыли, направляемой на сбалансирование деятельности фирмы, на премирование работников надо направить 1 765,6 тыс. руб., на рекламу – 2 178,4 тыс. руб. (таблица 3).

Таблица 3 – Распределение прибыли ООО «Глобус-К»

Направления развития	Уд. вес интуристов	Желательный уровень	Финансирование, тыс. руб.
Материальное стимулирование работников фирмы	12,5 %	22,38 %	1 765,6
Расходы на рекламу	15,43 %	27,62 %	2 178,4
Итого	27,93 %	50 %	3 944

Таким образом, использование предложенной методики распределения денежных средств позволит уже в 2014 году обеспечить равный удельный вес обслуживаемых фирмой иностранных и отечественных туристов, что приведет к увеличению валютных доходов ООО «Глобус-К» и будет способствовать достижению сбалансированности белорусского рынка туристических услуг.

Список цитированных источников

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://belstat.gov.by>. – Дата доступа: 22.03.2014
2. Горун, Е.В. Пути развития рынка туристических услуг в Республике Беларусь // Сб. конкурсных науч. работ студентов и магистрантов / Брест. гос. техн. ун-т ГТУ. – Брест, 2013.

УДК 06.81.30

Боярчук А.В.

Научный руководитель: ст. преподаватель Кот Н.Г.

ИМИДЖ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ СТОИМОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Введение

Современный этап развития рыночных отношений характеризуется обострением конкурентной борьбы за лидерство на том или ином сегменте рынка. Одними из наиболее важных факторов, обуславливающих успешную рыночную деятельность в подобных условиях, являются имидж и репутация как самой фирмы, так и товаров или услуг, которые она предоставляет. Сформированные спонтанно или целенаправленно, именно эти характеристики оказывают наибольшее воздействие на потенциальных покупателей и клиентов, что позволяет рассматривать их как важнейшие конкурентные преимущества в рыночной борьбе. Формирование имиджа организации в современное время находится в достаточно сложных и жестких условиях конкуренции, но и является залогом успеха. Имидж организации – это не только её облик, но и история, характер отношений с обществом, её философия, внутренняя культура, отношение в конкуренции, умение вести бизнес.

Его значимость в системе маркетинговых коммуникаций организации важна тем, что он несет не только информационное влияние на внешнюю и внутреннюю среду коммерческой организации, а так же и эмоционально-психологическое воздействие, таким образом повышая ее социальные и экономические позиции на рынке.

Основная часть

Имидж организации – это важный элемент развивающейся структуры корпорации, которая ищет оптимальные направления своего развития и, в первую очередь, именно получения своего собственного лица. Определяется корпоративная культура в системе взаимодействия, отношений, что обеспечивает правильное и успешное ведение дел и воплощения необходимых планов в жизнь, имидж влияет на формирование отношения сотрудников к работе, их мотивацию, взаимоотношения. Формирование имиджа организации есть очень важный рычаг для развития, что должен понимать любой руководитель.

Доказано, что благоприятное представление о фирме способствует большему спросу на ее товары и услуги. И он является универсальным в плане применения его к любому объекту, персонажу, социальной позиции, группе людей и так дальше.

Есть два совершенно противоположных представления о том, как складывается имидж организации. Стихийный, т.е. такой, который складывается в процессе существования организации, ее деятельности, оценки происходящих в ней процессов в реальной среде.

Искусственный, который создается целенаправленно организацией, используя разнообразные средства, что зачастую часто отличается от реальности того, что может происходить в самой структуре организации. Руководитель любой успешной компании прекрасно понимает важную роль формирования имиджа в организации.

Задачи, решаемые при помощи имиджа, представлены на рисунке 1.

Несмотря на всю значимость имиджа, в настоящее время отсутствует единая методика определения данной категории.

Наиболее подходящим методом, позволяющим в полной мере учесть влияние нематериальных активов на стоимость компании, является метод избыточной прибыли, используемый в рамках доходного подхода.

В основе метода избыточной прибыли лежит допущение о том, что часть прибыли компании, превышающая «нормальную» рентабельность материальных активов, производится за счёт активов нематериальных.

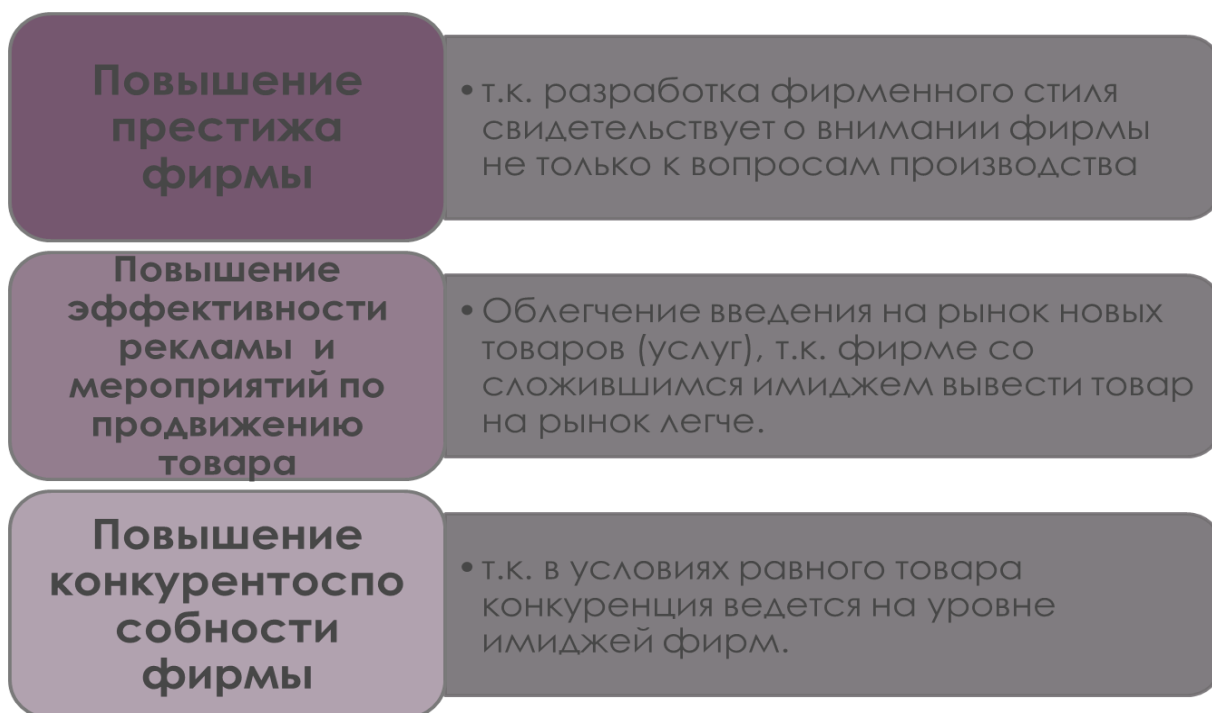


Рисунок 1 – Задачи, решаемые при помощи имиджа
Источник: собственная разработка на основании [1]

Рассчитанная «избыточная» прибыль при успешном ходе может быть реализована в неосязаемые активы (гудвилл). Этот метод отличается простотой и доступен для применения не только профессиональным оценщикам.

Поскольку данный метод даёт довольно приблизительные результаты, зависящие от субъективного мнения оценщика, его можно использовать для того, чтобы понять диапазон стоимости компании [2].

Метод избыточной прибыли включает 4 этапа:

1. Определение стоимости материальных активов.

Для этого необходимо произвести корректировку балансовой стоимости материальных активов и обязательств компании, т.е. рассчитать реальную рыночную стоимость основных средств и операционных активов. Неоперационные активы и пассивы должны быть исключены из баланса.

2. Задачей второго этапа является определение текущей доходности компании.

Необходимо изучить данные о доходах за последние несколько лет, исключив неоперационные статьи (т.е. доходы и расходы, не представляющие собой необходимые для нормальной деятельности компании), а также непериодические доходы и издержки.

Также прогнозируются ожидаемые в будущем отклонения в уровне доходов и расходов по сравнению с прошлыми показателями. Полученный таким образом показатель прибыли называется репрезентативным.

3. На третьем этапе определяется доля репрезентативной операционной прибыли, производимой за счёт инвестиций в материальные активы, т.е. необходимо рассчитать ставку дохода на общий капитал, которая зависит от общего уровня инвестиционного риска.

4. Теперь необходимо преобразовать избыточную прибыль в стоимость нематериальных активов, выбрав подходящую ставку капитализации для оцениваемого бизнеса.

Нематериальные активы (имидж, товарные знаки, технологии, ноу-хау, маркетинговые разработки) оказывают существенное влияние на эффективность и конкурентоспособность бизнеса и приносят дополнительные доходы.

При балансовой оценке активы фирмы равны пассивам плюс чистый собственный капитал: $A = П + ЧСК$

При рыночной оценке прибавляются неосязаемые активы (ценность гарантии, страховки, лицензии, клиентская база, взаимоотношения с поставщиками, ценность доброго имени компании):

$$СК = (A + НА) - П = (A - П) + НА,$$

где СК – собственный капитал;

А – активы;

НА – неосязаемые активы;

П – пассивы.

В большинстве случаев балансовая оценка собственного капитала и его экономическая ценность не совпадают, т.к. существует скрытый, внебалансовый капитал, образующийся за счёт разницы в балансовой и рыночной стоимости активов и учёта внебалансовых позиций (НА).











Необходимо вкладывать средства в имидж, так как он позволяет:

- назначать более высокую цену за товар, потому что люди готовы платить за то, что им близко по духу;
- запускать новые товары на рынок с меньшими расходами, потому что люди уже привыкли брать товары данной марки;
- снижать издержки на привлечение новых покупателей, потому что данный брэнд более дружелюбен и приятен в представлении, чем простой товар;
- быстрее окупать издержки на разработку новой продукции, потому что есть отзывчивая лояльная аудитория покупателей;
- более надёжно контролировать каналы дистрибуции, потому что известная и уважаемая компания является для дилеров гарантом стабильности;
- подбирать более качественные кадры, потому что люди стремятся работать в престижной компании.

Если посмотреть на данные ТОП-100 брэндов 2012 года, опубликованные компанией Millward Brown Optimor, то сюда входят те компании, коммуникационная технология с потребителем которых строится на принципах экономики впечатлений (таблица).

Таблица – ТОП-100 брендов 2012 года, опубликованные компанией Millward Brown Optimor

BrandZ™ Top 100 Most Valuable Global Brands 2012

#	Category	Brand	Brand Value 2012 (\$M)	Brand Contribution Index	Brand Momentum Index	% Brand Value Change 2012 vs 2011	Rank Change
1	Technology		182,951	4	10	19%	0
2	Technology		115,985	4	5	15%	1
3	Technology		107,857	4	5	-3%	-1
4	Fast Food		95,188	4	8	17%	0
5	Technology		76,651	4	8	-2%	0
6	Soft Drinks		74,286	5	7	1%	0
7	Tobacco		73,612	3	7	9%	1
8	Telecoms		68,870	3	5	-1%	-1
9	Telecoms		49,151	3	7	15%	4
10	Telecoms		47,041	4	9	-18%	-1

Источник: [3]

В то же время данные того же рейтинга ТОП -100 подтверждают, что устойчивая положительная репутация компаний и имидж, будучи с одной стороны нематериальными активами, влияют на финансовые результаты деятельности компании, создавая ее стоимость.

Выводы

Подводя некоторые итоги, следует повториться, что имидж и репутация компании являются реальными активами, создающими стоимость, а коммуникации – реальными инвестициями, влияющими на объемы продаж, прибыль и стоимость привлеченного капитала.

Существует серьезная проблема, характерная для многих белорусских предприятий: не отрицая важности имиджа, руководитель готов инвестировать в имидж и репутацию бизнеса только в случае, если он сможет оценить финансовую отдачу этих инвестиций. Руководитель хочет точно знать, какая часть стоимости компании создана за счет репутации, и, пока он этого не знает, он весьма осторожно оценивает возможность долгосрочных инвестиций в программу построения имиджа, репутации.

Оценить влияние репутации на бизнес компании и на ее стоимость возможно проводя детальные экономические, социальные и даже психологические исследования.

Список цитированных источников

1. Алешина, И.В. Корпоративный имидж // Маркетинг. – 2008. – № 1. – 94 с.
2. Харитонова, Е.В. Имидж организации – миссия выполняема // Со-Общение. – 2011. – № 11. – 88 с.
3. Jones, K The Retail Environment / K. Jones, J. Simmons. – N.Y., 2013. – 295 p.

ВЫЯВЛЕНИЕ ОПТИМАЛЬНОЙ СТАВКИ НАЛОГА НА ПРИБЫЛЬ ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА

Введение

В условиях постоянно меняющейся экономической среды инвесторам достаточно сложно принимать оптимальные финансовые решения. Одним из немаловажных факторов является влияние налога на прибыль. Включение налогов в инвестиционный анализ значительно изменяет выводы относительно финансовой привлекательности рассматриваемых проектов. Кроме того, существуют некоторые оптимальные налоговые условия для того, чтобы проект инвестором был принят и реализован.

Со стороны государства также достаточно важно регулировать налоговые ставки и льготы в целях повышения инвестиционной активности предприятий. Использование государством оптимальных налоговых ставок позволяет предприятиям развивать свой бизнес наиболее высокими темпами, что, в свою очередь, положительно влияет на экономику страны в целом.

В таких условиях становятся актуальными следующие вопросы:

1. Как изменение налоговых ставок влияет на финансовую привлекательность инвестиционных проектов?
2. Как определять оптимальные налоговые ставки, при которых инвестиционные проекты будут наиболее прибыльными?
3. Как влияет амортизация на финансовую привлекательность инвестиционных проектов в условиях налоговых выплат предприятий?

В настоящей статье решаются обозначенные вопросы в условиях налоговых выплат предприятий по налогу на прибыль.

Основная часть

С этой целью прежде всего следует определить, какой инвестиционный денежный поток предприятию следует анализировать для того, чтобы выяснить, будет выгодным конкретный инвестиционный проект или нет. Предлагается для этой цели анализировать сальдо реальных денег по трем видам деятельности: 1) инвестиционной, 2) операционной и 3) финансовой. Величину инвестиций в рамках инвестиционной деятельности определить не составляет труда. Вычисление сальдо финансовой деятельности хотя и является достаточно трудоемким процессом, но все же разрешимым при грамотном планировании соответствующих этому виду деятельности денежных потоков.

В рамках настоящей статьи акцентируем внимание на величине сальдо операционной деятельности. В методических рекомендациях оно называется чистым притоком от операций и состоит из двух слагаемых: проектируемый чистый доход, т.е. чистая прибыль предприятия, и амортизация зданий и оборудования. На каждое из этих слагаемых оказывает влияние величина ставки налога на прибыль.

Инвестора, принимающего решение о реализации инвестиционного проекта, интересует прежде всего величина денег, которую он получит, если осуществит проект. Поскольку он принимает решение в настоящий момент времени, ему необходимо оценить современную стоимость денег, т.е. чистого

притока от операций. С этой целью наиболее целесообразно рассчитывать показатель чистого приведенного дохода (NPV) [1]:

$$NPV = - I_0 + \sum (CF_t(1-T) + T \times AfA_t) / (1+i_t)^n,$$

где I_0 – капитальные вложения в момент $t = 0$;

CF_t – возвратный поток от инвестиций в момент t , т.е. величина балансовой прибыли;

AfA_t – сумма амортизационных отчислений в момент t ;

T – ставка налога на прибыль;

$i_t = i \cdot (1-T)$ – расчетная ставка процента с учетом налога на прибыль;

i – процентная ставка по инвестированию и заимствованию в условиях совершенного рынка капитала, т.е. когда ставка по инвестированию равна ставке по заимствованию;

n – срок проекта.

Осуществив преобразования, получим:

$$NPV = - I_0 + \sum (CF_t(1-T) + T \times AfA_t) / (1+i(1-32,9T))^n$$

$$NPV = - I_0 + \sum (CF_t(1-T) + T \times AfA_t) / (1+i(1-32,9T))^n$$

$$32,9 = 1,4CP = 1,4 \cdot 23,5\%$$

Вычислим NPV проекта для разных ставок налога на прибыль в пределах от 0 до 100%. Решим задачу для случая, предусматривающего $I = 150$ млн. руб., $CF_1 = 35$ млн. руб., $CF_2 = 75$ млн. руб., $CF_3 = 95$ млн. руб., $i = 45,55\%$ и $n = 3$ года.

В таблице представлен расчет NPV при использовании линейного и нелинейного методов начисления амортизации.

Таблица – Расчет NPV при начислении амортизации двумя методами

Начисление амортизации линейным способом											
T, %	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100
NPV	-59,7	2,8	177,3	1034,4	31848,1	-9287,8	-499,5	-227,9	-186,4	-175,0	-170,5
Начисление амортизации нелинейным способом											
T, %	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100
NPV	-59,7	2,8	177,3	1034,4	31848,1	-9287,8	-499,5	-227,9	-186,4	-175,0	-170,5

Как видно из таблицы, повышение ставки налога на прибыль увеличивает инвестиционную привлекательность проекта. Наибольшая выгода для инвестора наблюдается при нелинейной амортизации. Оптимальная налоговая ставка при линейной амортизации составляет примерно 40%, при нелинейной амортизации – примерно 50%. Дальнейшее увеличение ставки налога снижает инвестиционную привлекательность проекта.

В заключение сформулируем полученные **выводы**:

1. Финансовая привлекательность увеличивается с повышением ставки налога на прибыль. Если не учитывать ставку налога на прибыль проект, может оказаться убыточным, т.к. амортизационные отчисления влияют на величину прибыли.

2. Для каждого проекта существует оптимальное значение ставки налога на прибыль, при котором значение NPV максимально. При дальнейшем увеличении ставки финансовая привлекательность инвестиционного проекта уменьшается.

3. При линейном методе начисления амортизации ставка налога на прибыль равна нелинейному методу при реализации донного проекта. При использовании нелинейного метода инвестор получает большую выгоду, что выражается в большей величине NPV проекта.

Список цитированных источников

1. Крушвиц, Л. Инвестиционные расчеты. СПб.: Питер, 2011. – С. 110-113.

УДК 004.4

Устимчук С.С., Телющенко К.О.

Научный руководитель: доцент Мухов С.В.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ТИПИЗИРОВАННЫХ ЭКРАННЫХ ФОРМ MS ACCESS ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СИСТЕМ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

При проектировании компьютерных производственных систем вследствие их специфики, как правило, выделяют картотеки справочного характера (справочники), картотеки первичных документов, промежуточные наборы данных (журналы операций и картотеки текущего наличия) и настройки системы (настройки аппаратуры, программ, параметры текущего состояния системы и определение выдаваемой отчетности). Рассмотрим организацию сопровождения этих картотек при использовании реляционных баз данных более детально.

При работе со справочниками или картотеками первичных документов используется классическая модель сопровождения картотеки, в рамках которой обеспечивается обработка записи картотеки (далее карточки) следующих видов:

- отображение полей карточки в режиме редактирования;
- отображение полей карточки в режиме «не редактировать»;
- заполнение поля или группы полей карточки на основании выборки данных из соответствующего справочника;
- перерасчет поля или группы полей карточки на основании ввода некоторого расчетного поля в режиме редактирования;
- формирование вторичных картотек на основании текущей карточки (так называемая разноска карточки);
- операции позиционирования карточки в картотеке (вперед, назад, выбрать);
- операции количественного изменения карточек в картотеке (добавить, дублировать, удалить);
- формирование и вывод на печать текущей карточки;
- формирование и вывод на печать реестра карточек.

Пример экранной формы для классического сопровождения картотеки приведен ниже на рис.1.

Исходя из вышесказанного, типовой цикл создания экранной формы для этих картотек включает:

- формирование начального шаблона экрана для сопровождения карточки с помощью средств СУБД или копированием ранее сделанного подходящего по тематике шаблона;

- размещение, запрет редактирования при необходимости и выделение групп полей карточки согласно требованиям пользователя;
- реализация с помощью соответствующих функциональных вызовов заполнения полей с использованием справочников;
- реализация типовых функциональных вызовов с учетом типизации интерфейса пользователя, а именно – позиционирование, изменение количества карточек, выход из обработки карточки;
- реализация специализированных функциональных вызовов с учетом типизации интерфейса пользователя, а именно – разноска в другие картотеки, печать карточки, печать реестра.

При работе с промежуточными картотеками в производственных системах возникает проблема запрета редактирования промежуточных результатов, ибо их изменение является только следствием разноски первичных документов. То есть, при работе с промежуточными картотеками используется классическая модель просмотра картотеки, в рамках которой обеспечивается только позиционирование в картотеке, просмотр карточки, печать карточки и печать реестра картотеки.

Пример экранной формы для просмотра промежуточных картотек приведен ниже на рис.2.

Рисунок 1 – Скриншот экранной формы для классического сопровождения картотеки

Исходя из вышесказанного, типовой цикл создания экранной формы для промежуточных картотек включает:

- формирование начального шаблона экрана для сопровождения карточки с помощью средств СУБД или копированием ранее сделанного сходного шаблона;
- размещение, запрет редактирования и выделение групп полей карточки согласно требованиям пользователя;
- реализация типовых функциональных вызовов с учетом типизации интерфейса пользователя, а именно, позиционирование, выход из обработки карточки;
- реализация специализированных функциональных вызовов с учетом типизации интерфейса пользователя, а именно, печать карточки, печать реестра.

Рисунок 2 – Скриншот экранной формы для просмотра промежуточных карточек

Настройки системы могут быть реализованы в виде таблицы с одной единственной записью, которая содержит необходимые поля. Соответственно типовой цикл создания экранной формы для редактирования настроек совпадает с типовым циклом классического сопровождения картотеки за исключением типовых функциональных вызовов позиционирования и количественного изменения карточек.

Пример экранной формы для сопровождения настроек системы приведен ниже на рис.3.

Рисунок 3 – Скриншот экранной формы для сопровождения настроек системы

На экранных формах можно заметить использование префиксов при именовании полей. Использование префиксов для именовании объектов системы, а именно – таблиц, полей, меню, экранных форм, запросов, отчетов, программ, может быть полезно в учебном процессе как для отработки навыков использования шаблонов, так и для идентификации студента.

Таким образом, при разработке систем производственного назначения с помощью трех типовых методик создания экранных форм вполне реальна реализация сопровождение картотек в достаточно сложных программных проектах экономической направленности.

УДК 338 (476)

Савельев Е.О.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Четырбок Н.П.

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Страны конкурируют, потому что рынки открыты. Нет сомнений, что конкурирующие предприятия являются основным двигателем конкурентоспособности стран. Они в начале накопления капитала. Однако, за последние 30 лет экономическая ответственность увеличилась до такой степени, что практически невозможно игнорировать влияние предприятий на современную экономику. Несмотря на глобализацию, некоторые современные учения продолжают подчёркивать основную роль наций в формировании среды функционирования предприятий.

Американский экономист П. Хейне считает, что конкуренция – это стремление как можно лучше удовлетворить критерии доступа к редким благам. По мнению большинства экономистов, глобализация экономики и обострение конкурентной борьбы стимулирует субъектов рынка повышать эффективность своей деятельности посредством соперничества за более выгодные условия ведения бизнеса, распределяя и перераспределяя ограниченные ресурсы между собой [1].

Наличие конкуренции на рынке предполагает со стороны субъектов экономической системы обеспечения определённого уровня конкурентоспособности или, в противном случае, грозит вытеснением их с этого рынка. В связи с этим в мире большое внимание уделяется вопросам обеспечения конкурентоспособности различных составляющих экономической системы, начиная от товара и заканчивая целым государством.

В настоящее время в мире при ранжировании стран в рейтингах конкурентоспособности применяются несколько методик различных организаций, на основе которых составляются рейтинги. Рейтинг является не только индикатором экономического положения страны в глобальной среде конкурентоспособности, но и инструментом, отражающим посредством статистических показателей сильные и слабые стороны страны, а также возможности коррекции ситуации.

Эту оценку осуществляют следующие международные организации:

- группа Всемирного банка;
- Всемирный экономический форум;
- международный институт развития управления в Лозанне.

Наиболее популярным является ежегодный рейтинг глобальной конкурентоспособности – глобальное исследование и сопровождающий его рейтинг стран мира по показателю экономической конкурентоспособности. Рассчитывается этот рейтинг по методике ведущего европейского Института менеджмента, базирующийся в Лозанне (Швейцария) [2].

Под конкурентоспособностью страны Институт понимает способность национальной экономики создавать и поддерживать среду, в которой возникает конкурентоспособный бизнес. Ежегодное аналитическое исследование конкурентоспособности Институт проводит с 1989 года в содружестве с исследовательскими организациями во всем мире. До 1996 года Институт готовил отчеты о конкурентоспособности экономик совместно с аналитической группой

Всемирного экономического форума (ВЭФ), а с 1996 года эти две организации выпускают два разных исследования.

На сегодняшний день издание ежегодный рейтинг глобальной конкурентоспособности – одно из наиболее полных исследований по проблемам конкурентоспособности государств и регионов. Каждое государство в рейтинге оценивается на основе анализа 333 критериев по четырем основным показателям ключевых аспектов экономической жизни страны: состояние экономики (80 показателей); эффективность правительства (70 показателя); эффективность бизнеса (70 показателей); состояние инфраструктуры (113 показателей) [3].

В исследовании ВЭФ представлены два индекса, на основе которых составляются рейтинги стран: Индекс глобальной конкурентоспособности (Global Competitiveness Index, GCI) и Индекс конкурентоспособности бизнеса (Business Competitiveness Index, BCI). Основным средством обобщенной оценки конкурентоспособности стран является Индекс глобальной конкурентоспособности (GCI), созданный для Всемирного экономического форума профессором Колумбийского университета Ксавье Сала-и-Мартинном и впервые опубликованный в 2004 году. GCI составлен из 12 слагаемых конкурентоспособности, которые детально характеризуют конкурентоспособность стран мира, находящихся на разных уровнях экономического развития. Этими слагаемыми являются: «Качество институтов», «Инфраструктура», «Макроэкономическая стабильность», «Здоровье и начальное образование», «Высшее образование и профессиональная подготовка», «Эффективность рынка товаров и услуг», «Эффективность рынка труда», «Развитость финансового рынка», «Технологический уровень», «Размер внутреннего рынка», «Конкурентоспособность компаний» и «Инновационный потенциал» [4].

«Ведение бизнеса» – глобальное исследование и сопровождающий его рейтинг стран мира по показателю создания ими благоприятных условий ведения бизнеса. Рассчитан по методике Всемирного банка. В рамках проекта оцениваются и отслеживаются изменения нормативно-правовых актов, регулирующих деятельность местных, прежде всего малых и средних компаний, на протяжении всего их жизненного цикла – от создания и до ликвидации. Рейтинг составляется на основании 10 индикаторов регулирования предпринимательской деятельности, учитывающих время и стоимость выполнения предпринимателем требований государства по регистрации нового предприятия, деятельности предприятия, ведению торговых операций, обеспечению исполнения контрактов, налогообложению и закрытию предприятия.

Каждый индикатор имеет равный вес. При этом условия организации и ведения бизнеса рассматриваются без учета политических аспектов, исключительно на уровне государственного регулирования [5].

Сегодня экономика Беларуси отличается большим количеством сборочных стадий, находящихся, по сути, в конце технологической цепочки. Эта ситуация оказывает значительное воздействие на конкурентоспособность Беларуси, т.к. в большинстве своём эти отрасли аккумулируют издержки предыдущих стадий, участие которых необходимо в создании конечной продукции. При этом рост цен на сырьё и энергоресурсы приведёт к повышению цен на продукцию, что не выдержит конкуренции со стороны мирового рынка.

Помимо этого, непосредственно на экономическое развитие оказывали и оказывают влияние наличие природных ресурсов и месторасположение страны.

Природные ресурсы, которые считаются важным фактором конкурентоспособности страны, в Беларуси ограничены. Единственным подспорьем здесь

являются крупные месторождения калийной соли. Её запасы позволяют Беларуси в некоторой степени влиять на цену на мировых сырьевых рынках. Запасы стратегических природных ресурсов – энергоносителей, – минимальны: месторождения природного газа отсутствуют, а нефтяные запасы составляют менее 15% от объёма, потребляемого страной.

Географическое расположение предоставляет Беларуси большие возможности по повышению темпов экономического развития. На протяжении истории Беларусь находилась на пересечении торговых путей, так называемых «из Варяг в Греки». И сегодня можно провести ту же параллель. Беларусь граничит с ЕС с одной стороны и Россией с другой.

Для Беларуси особое значение приобретает экспортный потенциал, исходя из географического месторасположения, масштабами национальной экономики и ёмкостью внутреннего рынка.

Экспортный потенциал и его фактическая реализация служат подтверждением реальных конкурентных преимуществ и инструментом продвижения национальных интересов в масштабах мирового хозяйства.

Экспорт является базовым элементом конкурентоспособности Беларуси. Беларусь отличается большим количеством сборочных стадий на конечном этапе производства, вследствие чего ориентирована в большей степени на вывоз продукции (экспорт). По своей структуре и масштабам производства экономика страны является экспортоориентированной. Важность экспорта для страны подчёркивает и такой показатель, как экспортёмкость – отношение величины экспорта к ВВП.

Показатель экспортёмкости в Беларуси при сравнении с Польшей и Германией один из самых высоких. Кроме 2009 и 2010 гг., он стабильно превышает 50% рубеж. Только в 2011 году произошло заметное снижение доли экспорта к ВВП, что было вызвано мировым экономическим кризисом. Столь высокий показатель объясняется просто: поставляемая продукция в основном со значительным удельным весом ценового фактора, т.е. ресурсо- и энергоёмкая.

В настоящее время на мировом рынке конкурентоспособны преимущественно те отрасли белорусской экономики, которые специализируются на добыче калийной соли, производстве технологически несложных полуфабрикатов (металлические изделия), а также товаров для узкого сегмента потребителей (удобрения).

Ставка на такие виды продукции, как правило, минимизирует возможность создания новых рабочих мест и повышения производительности в национальной экономике.

Экспортный потенциал Беларуси, основу которого составляют традиционные товарные позиции, имеет весьма ограниченные возможности для того, чтобы в кратчайшие сроки позволить стране адаптироваться к мировым ценам на энергоносители. Об этом свидетельствует отрицательное сальдо торгового баланса.

Отрицательное сальдо внешнеторгового баланса свидетельствует о недостаточно эффективной внешнеторговой политике Беларуси, центральное место в которой занимает продукция с незначительной добавленной стоимостью.

Проблемы экспорта заключаются также и в том, что он довольно-таки концентрированный по рынкам сбыта. Так, на Россию в территориальной направленности приходится значительная часть объёма экспорта.

Несмотря на некоторые уменьшения удельного веса России в экспорте Беларуси, на долю российского рынка приходится по-прежнему значительный

объём экспортных поставок. Акцент экспорта Беларуси в сторону России ставит отечественных производителей в зависимость от состояния российского рынка.

Ещё одной важной составляющей экспортного потенциала является экспорт услуг. Экспорт услуг стремительно растёт. Только в 2009 и в 2013 гг. он отклонялся от тенденции.

Более 55% от общего объема белорусского экспорта услуг занимают транспортные услуги, что обусловлено выгодным географическим положением Республики Беларусь.

К основным статьям экспорта так же относятся компьютерные и строительные услуги. Доля таких услуг, как деловые, финансовые, туристические или консалтинговые минимальна.

Основными торговыми партнёрами Беларуси в сфере услуг являются ЕС (около половины от объема экспорта) и Россия (четверть экспорта).

Показатель этот характеризует и общий уровень развития сферы услуг в стране, который, в свою очередь, – уровень и этап экономического развития. Тогда как в развитых странах доля услуг в ВВП составляет больше 60-70%, в Беларуси она значительно ниже – около 40% от ВВП.

Как видно, в белорусском экспорте накопились как положительные стороны, так и проблемные, откладывание решения которых будет подрывать экспортную конкурентоспособность Беларуси, что, в свою очередь, будет определять и конкурентоспособность страны целиком.

С момента обретения независимости Беларусь смогла достигнуть довольно неплохих результатов.

Начались крупномасштабные проекты в энергетике, транспортной инфраструктуре, банковском секторе и жилищном строительстве.

Доминирование экономических и политических тенденций в мире показывает, что опираться на существующую ресурсно-затратную модель развития невозможно. Это доказывает то, что Беларусь отсутствует во многих мировых рейтингах, а в тех, где она присутствует, занимает низкие позиции.

Уже сегодня необходимо сформировать и привести в исполнение долгосрочную модель повышения конкурентоспособности. Беларуси сегодня нужна эффективная рыночная экономика с развитым национальным рынком, с поддержкой частной собственности и достаточно большим количеством предприятий малого и среднего бизнеса.

Для этого необходимо проведение ряда мероприятий по направлениям, которые в значительной степени формируют конкурентоспособность страны. Одним из таких направлений является экспортный потенциал.

Проблема, характерная для экспорта Беларуси, заключается в том, что структуре экспорта присущ крайне ограниченный динамизм как по структуре экспортируемой продукции, так и по рынках сбыта.

Для их разрешения нужно усовершенствовать имеющиеся в Беларуси программы развития и поддержки экспорта. Они должны включать реализацию следующих мероприятий:

1. Мероприятия, направленные на дальнейшую либерализацию внешней торговли:

- отмена требований о подтверждении таможенной стоимости относительно тех экспортируемых товаров, в отношении которых не установлена таможенная пошлина;

- расширение географической структуры экспорта;
- постепенный уход от практики использования нетарифных ограничений на импорт;
- увеличение доли услуг и высокотехнологичных и наукоёмких товаров в структуре экспорта.

2. Мероприятия, направленные на поддержку экспортёров:

- развитие системы экспортного страхования и кредитования экспортных поставок. Данное положение направлено на обеспечение безопасности экспортёров в случае риска неплатежа за поставленную продукцию;
- развитие системы внешней торговли, создание торговых домов с целью установления тесного сотрудничества с партнёрами, а также возможности продвижения продукции на рынки;
- совершенствование инфраструктуры внешней торговли. Экспортёры, имея доступ к качественным консалтинговым и телекоммуникационным, способны с большей эффективностью осуществлять экспортные операции, что сокращает издержки;
- содействие со стороны государства отечественным экспортоориентированным предприятиям в вопросах участия в межрегиональных производственных цепочках. Это позволит привлечь новые технологии, повысить стандарты качества, а, следовательно, повысить конкурентоспособность белорусского экспорта;
- Снижение налоговой нагрузки.

Экспортный потенциал является не единственным звеном, влияющим на конкурентоспособность страны. Кроме него, на конкурентоспособность влияют инвестиционный климат, факторы инновационности и институциональная среда. Реализация поставленных мер по устранению проблем, а так же развитие тех областей, по которым уже достигнуты положительные результаты, будет способствовать повышению конкурентоспособности страны. Однако необходимо так же учитывать изменяющиеся условия внешних рынков и уметь правильно под них подстраиваться.

Список цитированных источников

1. IMD World Competitiveness Center [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.imd.org/wcc/>
2. Национальная конкурентоспособность Беларуси: Отвечая на современные вызовы / Под ред. И. Пелипаса. – Минск.: Белпринт, 2010. – 200 с.
3. Рейтинг стран мира по уровню глобальной конкурентоспособности по версии IMD [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/ratings/the-imd-world-competitiveness-yearbook/info>
4. Всемирный экономический форум: рейтинг глобальной конкурентоспособности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/news/2013/09/05/6219>
5. Доклад «Ведение бизнеса» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.worldbank.org/ru/news/press-release/2013/10/28/doing-business-research-business-regulation-entrepreneurs-africa>

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ОТРАСЛЕВОЙ СТРУКТУРЫ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА ПОКАЗАТЕЛЬ ЭКСПОРТОЕМКОСТИ

Целью работы является исследование отраслевой структуры Республики Беларусь для выявления наиболее экспортоориентированных отраслей.

Предмет исследования – взаимосвязь отраслевой структуры экономики и экспортоемкости Республики Беларусь.

Объект исследования – внешнеэкономическая деятельность Республики Беларусь.

В условиях современного развития общества, всеобщей глобализации и интеграции национальных экономик отдельных государств в общемировую экономическую систему обособленное развитие того или иного государства невозможно не только в силу ограниченности его ресурсного потенциала, но с точки зрения экономической нецелесообразности. Таким образом, внешнеэкономические отношения становятся одной из наиболее динамично развивающихся сфер экономической жизни.

Внешняя торговля является важным фактором, регулирующим развитие экономики страны. Конкурентоспособность внешней торговли страны, степень вовлеченности ее экономики в мировые хозяйственные связи является одним из наиболее часто используемых индикаторов общей конкурентоспособности государства. В свою очередь внешняя торговля традиционно относится к одному из основных факторов устойчивого экономического роста и развития национальной экономики [1].

На сегодняшний день Беларусь поддерживает торговые отношения более чем со 180 государствами мира. Страны СНГ являются важнейшими партнерами Беларуси в торгово-экономической сфере.

Судя по внешнеторговому обороту, за 2013 год основными торговыми партнерами Беларуси по экспорту являются Россия (45,2%), Украина (11,3), Нидерланды (9,0), Германия (4,7) и Литва (2,9), в то время как главными партнерами по импорту являются Россия (53,2%), Германия (7,1%), Китай (6,6%), Украина (4,8%) и Польша (3,7%).

Большая часть экспорта нашей страны приходится на минеральные продукты и продукцию химической промышленности, а основными импортируемыми товарами для Беларуси являются также минеральные продукты, машины, оборудование и транспортные средства. Большое значение для белорусского экспорта имеют машиностроительная, химическая, древесная и лёгкая промышленности. Главными товарами машиностроительной промышленности, которые экспортируются из Беларуси, являются грузовые автомобили, тракторы, холодильники, телевизоры, полуфабрикаты из углеродистой стали, прицепы и полуприцепы, дизельные двигатели, запасные части и оборудование для автомобилей и тракторов. Самую большую долю в белорусском экспорте продуктов химической промышленности занимают минеральные удобрения (около 50%). Одно из первых мест в экспорте занимают калийные удобрения. Большая их часть – 90,2% – идёт на экспорт, и только оставшая часть – 9,8% – идёт на внутренний рынок. На долю «Беларуськалия» приходится око-

ло 16% мирового экспорта калийных удобрений. Основные поставки данного товара осуществляются в Китай, Индию, Бразилию, США, Малайзию. В настоящее время наблюдается устойчивый рост спроса в Польше, Венгрии, Чехии и Словакии.

В настоящее время наблюдается некоторый перевес импорта над экспортом.

Что касается услуг, то внешнеторговый оборот услугами имеет положительную динамику, которая характеризуется превосходством экспорта над импортом. Экспорт услуг Беларуси, как и импорт, включает в себя преимущественно транспортные услуги.

Для того, чтобы оптимизировать внешнеэкономическую деятельность Республики Беларусь, необходимо проанализировать отраслевую структуру страны с использованием такого показателя, как «экспортотемкость».

Мы поставили нашей задачей проанализировать влияние доли отрасли в общем объеме ВВП страны на показатель экспортотемкости. Другими словами, установить какие отрасли наиболее существенно определяют эффективность внешнеэкономической деятельности в Республике Беларусь.

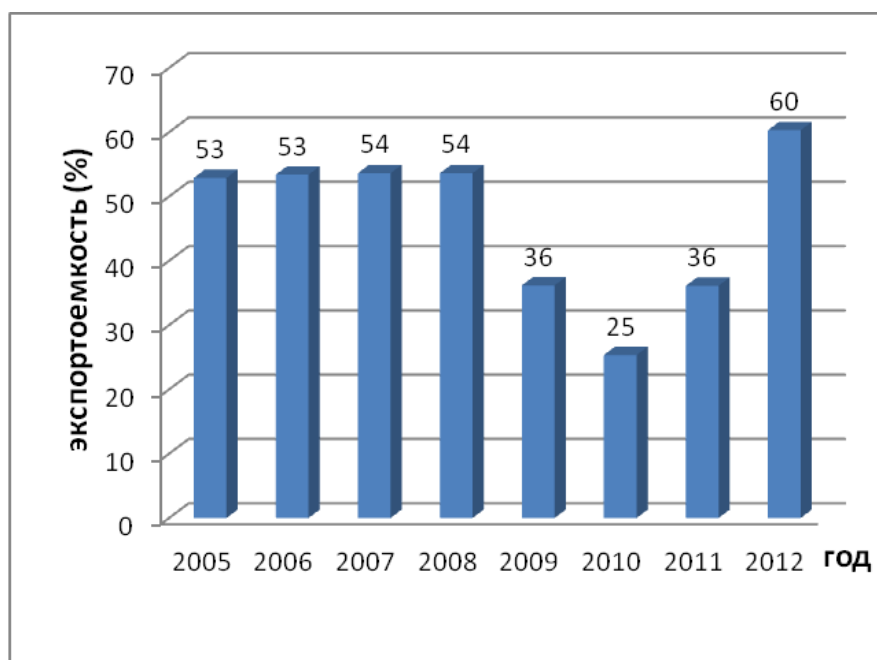


Рисунок 1 – Изменение показателя экспортотемкости по годам

Для определения вышеобозначенной зависимости за результирующий показатель мы взяли показатель экспортотемкости, который представляет собой отношение экспорта страны к ВВП. Далее проанализировали отраслевую структуру экономики, поделив объем промышленного производства отрасли на ВВП (доля отрасли в ВВП). Для установления связи между результирующим показателем экспортотемкости и влияющими на него показателями производства по отраслям рассчитали корреляцию.

В ходе расчетов было выявлено, что горнодобывающая промышленность коррелирует с меньшим значением, в то время как обрабатывающая с максимальным значением, что и подтверждается на практике, то есть обрабатывающая промышленность влияет на экспортотемкость в большей степени (см. табл. 2) [2]

Таблица 1 – Полученный показатель корреляции по годам

Год	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	
Экспортоспособность	53	53	54	54	36	25	36	60	Показатель корреляция
горнодобывающая промышленность	2,48	1,73	1,63	1,58	1,54	0,47	0,96	1,36	0,69
обрабатывающая промышленность	86,93	89,10	89,63	92,82	69,77	50,33	59,63	88,51	0,959625
производство пищевых продуктов и напитков	17,48	17,35	17,00	17,10	15,99	11,29	11,57	17,86	0,890801
текстильное и швейное производство	4,00	3,74	3,64	3,41	2,71	1,91	2,01	2,82	0,778067
производство кожи, изделий из кожи и производство обуви	0,86	0,85	0,78	0,68	0,61	0,44	0,54	0,71	0,843355
обработка древесины и производство изделий из дерева	1,91	1,75	1,83	1,70	1,24	0,83	0,87	1,24	0,754995
целлюлозно-бумажное производство, издательская деятельность	1,90	1,96	1,89	1,77	1,44	1,04	1,06	1,40	0,747789
производство кокса, нефтепродуктов и ядерных материалов	18,84	19,85	19,06	20,65	14,34	9,86	13,87	19,87	0,974881
химическое производство	8,72	7,82	7,82	10,13	6,65	5,05	7,53	11,45	0,862105
производство резиновых и пластмассовых изделий	2,44	3,27	3,50	3,21	2,54	1,99	2,37	3,55	0,862033
производство прочих неметаллических минеральных продуктов	3,94	4,25	4,58	5,03	4,11	2,94	2,77	4,27	0,767003
металлургическое производство и производство готовых металлических изделий	5,87	6,19	6,92	7,38	4,95	3,90	4,49	6,40	0,899177

Продолжение таблицы 1

Год	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	
производство машин и оборудования	9,30	9,39	9,47	9,41	7,36	5,13	5,17	9,04	0,916691
производство электрооборудовани, электронного и оптического оборудования	3,73	3,99	4,00	3,71	2,81	2,15	2,32	3,40	0,890392
прочие отрасли	2,09	2,24	2,36	2,42	1,78	1,28	1,50	2,18	0,916533
производство и распределение электроэнергии, газа и воды	9,72	8,43	8,92	7,87	7,34	5,39	4,96	6,85	0,688992
производство и распределение электроэнергии, газа, пара и горячей воды	9,01	7,81	8,31	7,34	6,86	5,07	4,70	6,44	0,63885
сбор, очистка и распределение воды	0,71	0,62	0,61	0,53	0,48	0,32	0,26	0,41	

На основе проведенного нами корреляционного анализа было установлено, что наиболее тесно коррелируют две отрасли: производство кокса, нефтепродуктов и ядерных материалов и также производство машин и оборудования. Это две наиболее экспортоориентированные отрасли.

При составлении математической модели за X мы взяли доли этих отраслей в ВВП, а за результирующий показатель Y- экспортоспособность и далее установили, как определяют X1 и X2 общий показатель Y.

В ходе регрессии мы получили нашу формулу зависимости:

$$Y=2,9806*X1+0,1336*X2-5,5646,$$

где Y– экспортоспособность;

X1 – доля производства кокса, нефтепродуктов и ядерных материалов в ВВП;

X2 -доля производства машин и оборудования в ВВП.

С помощью данной модели можно спрогнозировать экспортоспособность в последующих годах, для того, чтобы обозначить перед отраслью прогнозные показатели объема производства с целью достижения требуемого показателя экспортоспособности. Таким образом, целенаправленно воздействуя на объёмы производства, можно достигнуть определенных задач в области экспорта.

Список цитированных источников

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Текст]: сборник для широкого круга пользователей. – Минск, 2013 / Ред. коллегия В.И. Зиновский – Председатель редакционной коллегии, И.А. Костевич, И.С. Кангро, Е.И. Кухаревич, В.А. Богуш, Е.М. Палковская, В.А. Кулешевич ISBN № 978-985-7015-51-1.

2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электрон. ресурс]. – 2013. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ БРЕСТСКОГО РЕГИОНА

Целью настоящей работы является анализ конкурентоспособности брестского региона и изучение направлений повышения конкурентоспособности регионов.

Наиболее значимой тенденцией в последние десятилетия стала необходимость адаптации региональной политики к процессам глобализации и переходу на инновационный путь развития, в основе которого лежит экономика знаний. Глобализация постепенно превращает регионы в экономических агентов, субъектов мировой экономики. Конкурентоспособные региональные экономики становятся основой устойчивого развития не только регионов, но и страны.

Устойчивое развитие регионов обуславливает необходимость проведения последовательной и эффективной региональной политики, оптимально сочетающей интересы страны и регионов. Проведение этой политики связано с проблемой повышения конкурентоспособности регионов и развития их инновационного потенциала, что особенно важно в условиях трансформирующейся экономики. Регионам необходимо четко определить инновационные цели, сформировать институциональные условия, мобилизовать инновационно-инвестиционный потенциал для перехода к новому типу развития

Необходимость повышения конкурентоспособности регионов обусловлена тем, что:

1. конкурентоспособность национальной экономики в значительной мере определяется конкурентоспособностью региональных экономик и их взаимодействием;

2. конкурентоспособность региона взаимодействует не только с конкурентоспособностью страны, но и с конкурентоспособностью отраслей, предприятий и товаров;

3. проблема повышения конкурентоспособности региона является главной задачей государственных и местных органов исполнительной власти, что предопределяет необходимость повышения эффективности управления регионом [1].

Конкурентоспособность региона – это обусловленное природными, экономическими, социальными, политическими и другими факторами положение региона и способность его отдельных товаропроизводителей побеждать конкурентов на внутреннем и внешнем рынках, позволяющие по социально-экономическому развитию опережать другие регионы и обеспечивать повышение эффективности региона и рост благосостояния его населения в условиях ужесточения конкуренции и открытой экономики. В практическом плане конкурентоспособность региона представляет его способность выявлять, создавать и использовать конкурентные преимущества для удержания или улучшения своей позиции на рынках товаров среди соперничающих регионов [2].

Конкурентные преимущества региона – его преимущества в трудовых, материальных и виртуальных факторах производства, таких как информация, знания,

инновации, предпринимательские способности, в факторах окружающей среды, обеспечивающих эффективность экономики регионального бизнеса.

Признано, что конкурентоспособность региона обусловлена его географическим положением и наличием ресурсов. Но конкурентные преимущества региона нельзя сводить только к этому. М. Портер отмечает, что национальное процветание не наследуется – оно создается. Оно не вырастает из природных ресурсов, имеющейся рабочей силы, процентных ставок или покупательной силы национальной валюты. Конкурентоспособность конкретной нации зависит от способности ее экономики вводить новшества и модернизироваться.

Факторы, влияющие на конкурентоспособность региона, можно классифицировать на внутренние, внешние и институциональные.

К **внутренним** (объективным) факторам относятся следующие:

1. Природные ресурсы и географическое расположение региона;
2. Накопленный физический капитал, человеческий и инновационный капитал.

Внешние по отношению к региону факторы:

1. Интеграция региона в глобальное экономическое пространство;
2. Политика властей в отношении регионов;
3. Наличие предприятий региона, интегрированных в бизнес-группы для активации продаж и инновационной деятельности.

Институциональные факторы:

1. Предсказуемость появления и изменения правил.
2. Стабильность региональных формальных институтов, степень вовлеченности гражданского общества в их создание.
3. Защищенность прав собственности и др. [3].

Анализ оценки конкурентоспособности регионов (рис.1) Беларуси показал, что наиболее высоким значение данного показателя было в г. Минске – 4.67, а наиболее низким в Брестской области – 3.49.

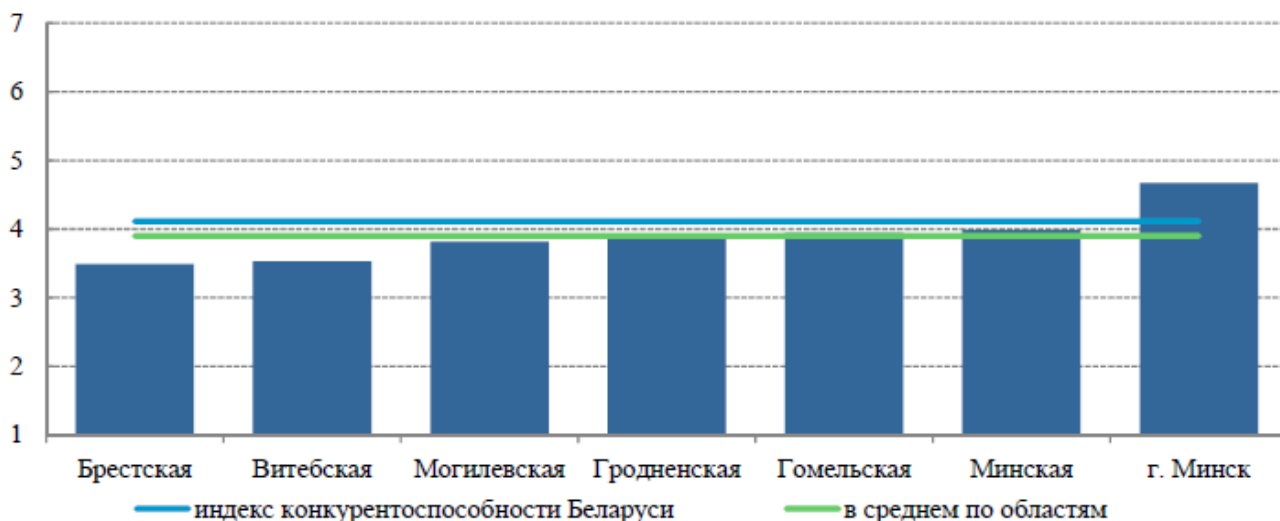


Рисунок 1 – Конкурентоспособность регионов Беларуси: общий обзор

Согласно расчетам, самые высокие индексы конкурентоспособности по факторам, связанным с инновациями, опытом и навыками ведения бизнеса у Брестской области, однако по базовым факторам и факторам роста эффективности показатели самые низкие по стране (рис.2)

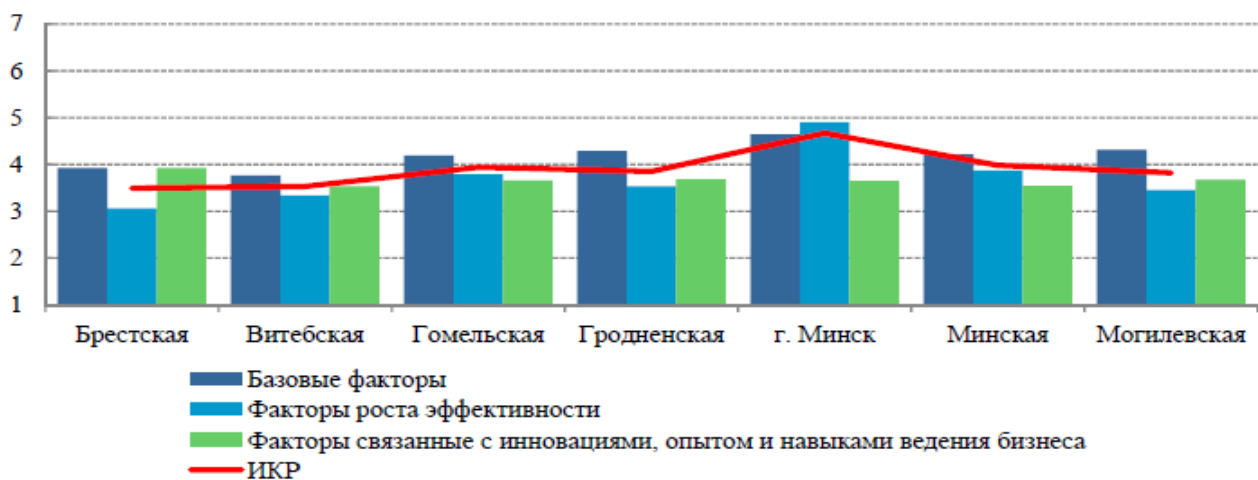


Рисунок 2 – Индексы конкурентоспособности областей Беларуси

Базовые факторы включают в себя четыре подфактора: институты, инфраструктура, макроэкономическая среда, а также здравоохранение, окружающая среда и базовое образование, которые являются ключевыми движущими механизмами развития любой экономики. *Факторы роста эффективности* включают в себя пять подфакторов: высшее образование и переподготовка кадров, эффективность рынка товаров, эффективность рынка труда, развитие финансового рынка и уровень технологической готовности. *Факторы, связанные с инновациями, опытом и навыками ведения бизнеса*, имеют большое значение для экономик, находящихся на стадии роста за счет эффективности, поскольку они позволяют им не только наращивать свою конкурентоспособность, но и изменять модель сравнительных преимуществ, а также находить новые точки для экономического роста.

Весы для расчета интегрального индекса зависят от стадии роста, на которой находится анализируемая экономика, для регионов Беларуси были взяты значения, соответствующие росту за счет эффективности: базовые факторы – 40%, факторы роста эффективности – 50%, факторы, связанные с инновациями, опытом и умением ведения бизнеса – 10%

Это позволяет сделать вывод, что для повышения конкурентоспособности и ускорения экономического развития регионам Беларуси необходимо в большей степени опираться не на факторы, а на создание эффективного рынка товаров, повышение гибкости рынка труда, развитие финансового сектора и освоение новых технологий [2].

Согласно Программы социально – экономического развития Республики Беларусь на 2011-2015 гг. была принята программа «Инновационное развитие Брестской области», которая имеет своими целями:

- научно-техническое обеспечение Программы социально-экономического развития Брестской области на 2011–2015 годы;
- создание условий для устойчивого развития и функционирования промышленного, аграрного, строительного, жилищно-коммунального комплексов и смежных производств;
- выполнение научно-технических разработок в целях их внедрения на предприятиях народнохозяйственного комплекса, рост кадрового потенциала в научно-технической сфере;
- максимальное увеличение доли использования новейших отечественных технологических достижений в производстве конкурентоспособной отечественной продукции;

- обеспечение государственной поддержки отечественных производителей и разработчиков инновационной продукции, расширение внутренних и внешних рынков сбыта продукции, выведение технологий и производства на мировой уровень.

Основные направления повышения конкурентоспособности регионов

Основные направления повышения конкурентоспособности регионов и национальной экономики определены в ключевых государственных программах, утвержденных на среднесрочную перспективу, среди которых особо следует выделить:

1) Программу структурной перестройки и повышения конкурентоспособности экономики Республики Беларусь;

2) Программу социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011-2015 гг.

3) Государственную программу инновационного развития Республики Беларусь на 2011-2015 годы (ГКНТ).

Названные программы являются основой для разработки соответствующих отраслевых и региональных, а также ряда научно-технических программ. Важно тоже, чтобы эти программные разработки нашли отражение в бизнес-планах развития конкретных организаций и предприятий.

Повышение конкурентоспособности регионов требует проведения системной, целенаправленной работы органов государственного управления, субъектов хозяйствования всех форм собственности по следующим основным направлениям:

- повышение качества выпускаемой продукции;
- снижение издержек производства, обеспечение энерго- и ресурсосбережения;
- техническое перевооружение и модернизация производств, внедрение новых и высоких технологий;
- повышение эффективности инновационной деятельности предприятий, стимулирование производства новой высокотехнологической продукции;
- создание условий для экспорта путем развития экспортоориентированных производств;
- развитие конкурентоспособной транспортной системы на международном рынке транспортно-экспедиционных услуг;
- упрощение процедур во внешней торговле в соответствии с принципами международных организаций, в том числе порядка таможенного оформления грузов на пограничных пропускных пунктах и электронного обмена данными;
- улучшение качества управления предприятиями, в том числе путем поиска эффективного собственника;
- создание дополнительных условий для стимулирования производства экспортной продукции с использованием опережающих технических идей и решений;
- обеспечение правовой защиты технических решений и патентной чистоты объектов экспортных поставок на основе осуществления патентования отечественных разработок.

В условиях преодоления кризиса возникает необходимость совершенствовать экономический механизм управления развитием региона, основанный преимущественно на экономических методах. В его развитии можно выделить три основных взаимосвязанных направления:

- переход к управлению инновационно-инвестиционными процессами в регионе на основе согласованного развития всего комплекса отраслей экономики региона;

- введение принципиально новых экономико-правовых методов регулирования инновационно-инвестиционных процессов в регионе;
- решение вопросов, связанных с распределением задач и, соответственно, полномочий между разными уровнями местного управления;
- совершенствование системы регионального управления следует осуществлять в направлении повышения прав и ответственности местных органов власти в решениях государственных и местных проблем во всех административно-территориальных единицах. Возрастающая роль регионального управления в повышении конкурентоспособности региона должна выражаться в:
 - более эффективной реализации управленческих функций, выполняемых регионами, связанных, прежде всего, с обеспечением инновационно-инвестиционной деятельности;
 - усилении комплексного подхода к управлению конкурентоспособностью региона, расширении функций местных органов власти по координации и контролю развития инновационно-инвестиционных процессов в регионе;
 - улучшении оперативного взаимодействия с организациями всех отраслей и форм собственности по повышению инновационной активности и конкурентоспособности;
 - внедрении новых подходов к управлению конкурентоспособностью регионов с использованием современных информационных технологий, учитывающих принципы устойчивости, инновационности и социальной ориентированности белорусской модели развития экономики [4].

Список цитированных источников

1. Шашко, А.А. Управление конкурентоспособностью регионов и региональная экономическая безопасность в Беларуси / А.А. Шашко // Экономика и управление. – 2010. – № 3(23). – С. 53–58.
2. Точицкая, Ирина. Конкурентоспособность регионов Беларуси: общий обзор. Рабочий материал Исследовательского центра ИПМ / Ирина Точицкая, Игорь Пелипась. – 2013. – С. 9-24.
3. Головачев, А.С. Повышение конкурентоспособности региона – главная задача государственных и местных органов исполнительной власти // Проблемы управления. – 2008. – № 2 (9). – С. 139-152.
4. Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011-2015 гг.

УДК 339.727.24.476

Клименко В.С.

Научный руководитель: ассистент, м.э.н. Цуканова М.В.

НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНОВ РБ

Целью данной работы является рассмотрение возможных направлений повышения инвестиционной привлекательности регионов Республики Беларусь.

На сегодняшний день в любом государстве состояние инвестиционной активности является важнейшим индикатором развития экономики и общества. На фоне все более усиливающегося процесса интеграции Республики Беларусь в мировую экономику приоритетной задачей сегодня становится привлечение инвестиций.

В связи с ожидаемым ростом инвестиционной активности, следует отметить, что в период с 2005 по 2012 гг. увеличилась инвестиционная дифференциация регионов. Так, на долю г. Минска и Минской области приходится в среднем от 42,6% в 2005 году до 43,5% в 2012 году инвестиций в основной капитал [1]. В связи с этим, чтобы стабилизировать распределение инвестиций по регионам, необходима балансировка инвестиционных процессов путем проведения соответствующей инвестиционной политики.

Программа социально-экономического развития РБ на 2011-2015 года.

В рамках данной программы предусматривается вхождение РБ в число 30 стран с наиболее благоприятными условиями ведения бизнеса по версии издания Всемирного банка «Doingbusiness», к концу 2015 года, а также улучшение позиций в некоторых ведущих рейтингах экономических свобод и инвестиционной привлекательности. Для этого предусмотрено совершенствование механизма осуществления внешнеторговых операций, по которому Беларусь занимает в рейтинге «Doingbusiness» по критерию «международная торговля» 151-е место среди 185 стран, тем не менее, опережая Россию (162-е место) и Казахстан (182-е место). Предполагается упрощение требований к экспортно-импортным операциям в виде сокращения необходимого количества документов, снижения расходов и затрат времени на прохождение соответствующих процедур [2].

Также одна из главных целей – ведение эффективных переговоров по поводу присоединения Республики Беларусь к Всемирной торговой организации (ВТО), с учетом того, что Россия уже состоит в ее рядах, а присоединение Казахстана ожидается в ближайшее время, что снизит конкурентоспособность на фоне этих стран [3].

На сегодняшний день можно выделить несколько основных направлений повышения уровня инвестиционной привлекательности, однако данные направления требуют совместных действий и решений регионального и национального уровней.

Инвестиционный имидж. Прежде всего, имидж – совокупность общих представлений, которые складываются у зарубежных граждан от отдельных регионов и страны в целом. Например, Италия для многих людей считается центром высокой моды и кулинарных искусств, а Германия – эталоном качества в области автомобилестроения и производства бытовой техники, что определенно дает фирмам из этих стран серьезные преимущества и обеспечивает высокий уровень конкурентоспособности на международной арене. Инвесторы – обыкновенные люди со своей психологией и интуитивной логикой принятия решений. Таким образом, формирование успешного имиджа тесно взаимосвязано с развитием новейших высокотехнологичных инновационных производств, расширением инфраструктуры, увеличением экспорта товаров и услуг, финансированием научно-исследовательской деятельности (НИОКР). Примером *эффективности* такого подхода может служить компания ОАО «Савушкин продукт», которая поставяет высокотехнологичную продукцию в Россию, формируя положительное отношение не только непосредственно к товарам, но и к региону в целом. Соответственно, чем больше будет создаваться таких брендов, тем больше «+» будет появляться в нашем инвестиционном имидже, причем совокупность подобных международных мнений и отзывов, при реализации грамотной маркетинговой стратегии, может послужить основой развития Маркетинга Региона или, одним словом, «*Брендинга*», т.е. продвижением информации о регионе в международном информационном пространстве.

Нормативно-правовая база. Важным инструментом стимулирования инвестиций является нормативно-правовая база, представленная в Республике Беларусь Инвестиционным кодексом от 30.05.2001; Законом об инвестициях от 12.07.2013. Одними из наиболее отталкивающих факторов для иностранных инвесторов всегда были риск национализации и длительный процесс приватизации. Сегодня закон об инвестициях обеспечивает защиту от национализации: «Имущество, являющееся инвестициями или образуемое в результате осуществления инвестиций, не может быть безвозмездно национализировано или реквизировано» [4]. В настоящее время проходит процесс преобразования более 500 государственных организаций в ОАО, однако акции разгосударствленных предприятий не пользуются большим спросом, они торгуются в пределах 5%, а сделки совершаются при наличии зачастую только одного участника.

Такой ситуации есть объяснение: нестабильность валютного курса и высокие темпы инфляции, при которых крайне сложно спланировать деятельность предприятия и сформировать прогнозы развития; желание продать в первую очередь наименее стратегически важные предприятия и переоценка стоимости их активов; принятие некоторых решений о передаче имущества является многоступенчатым и долговременным, что также отталкивает потенциальных инвесторов. В итоге, большинство иностранных инвестиций направляется в отрасли с быстрой отдачей, ведь никто не хочет прибегать к излишнему риску.

Таким образом, прежде чем перейти к активной инвестиционной деятельности со стороны иностранных инвесторов, предстоит решить основные вопросы, такие как:

- Стабилизация ситуации на валютном рынке
- Пересмотр методов оценки стоимости активов предприятий
- Целесообразность выставления дополнительных условий при разгосударствлении.

Что касается **налоговой системы**, то она постоянно совершенствуется. Этому есть немало подтверждений. В международном рейтинге Всемирного банка «Doingbusiness – 2013» по налогообложению Беларусь занимает 129 место из 189 стран, что означает «+27» пунктов по сравнению с 2012 годом. Немаловажным является также снижение ставки налога на прибыль в 2012 году с 24% до 18%. Однако несмотря на это, налоговая нагрузка Беларуси находится на достаточно высоком уровне [2].

Первым из необходимых шагов могло бы стать повышение конкурентоспособности налоговой системы путем введения мер, обеспечивающих *защиту от изменения законодательства* на протяжении действия инвестиционного соглашения, снижая тем самым совокупную налоговую нагрузку на инвестиционную деятельность и вселяя в инвестора уверенность в завтрашнем дне.

Второй шаг – отмена некоторых неэффективных льгот, например освобождение от уплаты налоговой добавочной стоимости (НДС). Данное освобождение, безусловно, снижает налоговую нагрузку на предприятиях, где оно применяется, но данная система приводит к увеличению затрат. Решением является введение пониженной ставки НДС на реализацию строго определенных товаров и услуг, нежели полное освобождение. Согласно ведущим мировым государствам, освобождение от уплаты НДС должно использоваться только в определенных сферах, таких как медицина, образование или религия.

Третий шаг – снижение отчислений в Фонд социальной защиты населения (ФСЗН), находящихся на плечах работодателей. Величина отчислений в

ФСЗН в РБ составляет 34% фонда заработной платы, когда в России социальный налог – 26%, а в Казахстане – 11%. Столь высокая ставка социального налога отрицательно влияет на возможность реализации наукоемких производств из-за их высокой цены, что снижает уровень конкурентоспособности в рамках Единого экономического пространства, однако если произвести перераспределение отчислений в ФСЗН между работодателем и наемными работниками, можно значительно снизить налоговую нагрузку на организации.

Оптимизация работы Свободных Экономических Зон. Для увеличения уровня привлечения инвестиций в СЭЗ Республики, можно оптимизировать их работу путем выделения стратегически важных направлений производства по регионам, чтобы устранить сильную инвестиционную дифференциацию. Для этого в более слабых экономически регионах необходимо создавать специально-ориентированные производства и создавать больше льгот и преференций для резидентов. Например: резиденты СЭЗ не уплачивают налог на прибыль, пока им не вернется 30, 40 или 50% от их первоначальных инвестиций, в зависимости от выбранного региона, плюс, чтобы поддерживать развитие не только крупных предприятий, увеличивать этот показатель на 10%, если предприятие среднее, и до 20%, если предприятие малое.

Таким образом можно обеспечивать инвесторам уверенность в завтрашнем дне и в возвращении как минимум до 70% первоначальных инвестиций независимо от времени реализации проекта, а также распределять инвестиционные потоки по регионам, одновременно решая проблему и количества и качества поступающих инвестиций.

Привлечение прямых иностранных инвестиций. Привлечение ПИИ – производная всех остальных направлений. С точки зрения инвестора, основными критериями при выборе страны инвестирования являются:

- Оценка фактически привлеченных инвестиций в сравнении с другими странами
- Инвестиционная привлекательность стран на основе ведущих международных рейтингов

Таким образом, в первую очередь следует искать пути повышения конкурентоспособности в привлечении ПИИ в условиях экономической интеграции 2012 г. с Россией и Казахстаном, ведь в условиях новообразованного рынка Единого экономического пространства (далее – ЕЭП), Беларусь вынуждена будет конкурировать за поступающие инвестиции, поскольку их приток будет распределяться по регионам с учетом прямых преимуществ стран инвестирования. Исходя из этого, необходимо достичь уровня конкурентоспособности в привлечении инвестиций стран-партнеров по ЕЭП как по фактическим показателям, так и в международных рейтингах.

Инвестиционная политика должна быть нацелена не только на механизм привлечения как можно большего количества инвестиций, а на их качество и эффективность, тогда станет возможным их направление в высокотехнологичные, инновационные и экспортоориентированные области производства.

Подводя итог, можно сказать, что повышение конкурентоспособности регионов в привлечении ПИИ зависит от положения Республики Беларусь в международных рейтингах, что напрямую связано с необходимостью создания благоприятного инвестиционного имиджа, улучшение которого позволит Беларуси претендовать на рост инвестиционной активности и, соответственно, на увеличение фактических инвестиционных показателей, которые позволят

Беларуси занять более высокие позиции в ведущих мировых рейтингах. Таким образом обеспечивается цикл стабильного экономического роста и инвестиционной активности Республики Беларусь.

Список цитированных источников

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электрон. ресурс] – 2012 г. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by>
2. Рейтинг Экономик по версии Всемирного банка и Международной финансовой корпорации [Электрон. ресурс] – 2013г. – Режим доступа: <http://doing-business.com/>
3. Министерство экономики Республики Беларусь [Электрон. ресурс.] – 2014 г. – Режим доступа: <http://economy.gov.by/>
4. Об инвестициях: Закон Республики Беларусь от 12.07.2013г. №53-3 // [Электрон. ресурс] – 2014 г. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/>

УДК 228.24(072)

Коваленко Ев.А., Коваленко Ел.А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Степанюк В.Л.

ТИЗЕР-ПЛИЗЕРНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ В ДИРЕКТ-МЕЙЛ

Почтовая реклама (директ-мейл) когда-то активно использовалась рекламодателями, однако сегодня ситуация изменилась. Процент ответов и прочитанных писем только сокращается, причем гораздо быстрее это происходит не за рубежом, а в странах СНГ.

Привлечь внимание клиента таким способом становится все сложнее, и рекламодатели стали чаще использовать другие рекламные средства.

Авторами данной работы была уже проведена исследовательская работа в области тизерно-плизерных технологий, где была разработана классификация тизерной рекламы. Одним из видов данной рекламы стала почтовая тизерная реклама. Использование такого вида рекламы авторы предлагают рассмотреть в данной научно-исследовательской работе.

Тизерная почтовая реклама – это почтовая реклама с использованием тизерно-плизерных технологий, т.е., как и в обычной тизерной рекламе, есть тизер, который создает загадку, и плизер, который раскрывает интригу.

Использование такой технологии в почтовой рекламе отличается от других видов тизерной рекламы. Первостепенная роль уделяется конверту, т.к. именно он чаще всего представляет собой тизер (загадку). Сам плизер находится внутри конверта и может представлять собой обычный рекламный буклет. Однако он может и представлять собой также некоторые необычные идеи, которые будут рассмотрены в данной работе.

В ходе исследования, проведенного авторами данной научно-исследовательской работы, на основании собранной вторичной информации была разработана классификация почтовой тизерной рекламы, в ней представлены следующие варианты ее использования (см. рис. 1).



Рисунок 1 – Классификация тизерной почтовой рекламы

Рассмотрим более подробно предложенные варианты использования тизерной рекламы в директ-мейл.

1.1. Тизер-конверт – сам конверт является тизером, т.е. некой загадкой или интересной задумкой.

Например, японские дизайнеры компании придумали интересный проект «Leaf Letter», т.е. листовенная почта. Это необычный набор писчебумажной продукции, который состоит из оригинальных открыток, конвертов и листов бумаги, выполненных в форме самых разных листьев самых разных деревьев. И самых разных цветов: весенних – свежих и зеленых, осенних – желто-оранжевых и коричневых, словно высушенных для гербария [1].

1.2. Тизер-бандероль. Действует так же, как и в случае с тизером-конвертом, только тизером уже выступает бандероль (см. рис. 2).



Рисунок 2 – Тизер-бандероль

1.3. Тизер-конструктор. Идея взята у Ирины Васильевой, эксперта компании E-generator.ru. Она предложила ввести в рекламную практику альтернативу тизерам и плизерам. Идея состоит в том, чтобы использовать рекламный щит, разделенный на 6-9 квадратов. Одновременно можно увидеть только 2 квадрата, остальные – скрыты. Каждые 30 секунд видимые квадраты закрываются, а другие 2 – открываются. Такой плакат гарантированно привлечет внимание человека, который будет с интересом угадывать рекламируемый продукт по открывающимся частям плаката. Особенно, если этот человек стоит в пробке или ждет транспорта.

Авторы данной научной работы предлагают эту новую идею применить и в тизерной почтовой рекламе. На конверте можно разместить такую конструкцию в виде вырезанных квадратов на конверте, которые будут раскрывать только некоторую часть иллюстрации в письме, но целой ее можно увидеть, только раскрыв конверт.

Также можно использовать другой вариант данной идеи. На конверте вырезано пространство, из которого выглядывает глаз. Со стороны создается эффект, что внутри конверта есть кто-то, кто наблюдает за вами [2].

1.4. Тизер «Свободное пространство». Иногда гораздо лучше будет оставить конверт без каких-либо надписей, можно поместить небольшую иллюстрацию или сделать конверт цветным. Так сделала компания D-BROS и предложила целых 3 интересных варианта (см. рис. 3). На конвертах почти ничего нет, но они раскрашены в яркие цвета и имеют маленькие «язычки», за которые нужно потянуть, чтобы вскрыть конверт, а маленькая иллюстрация возле «язычка» придает конвертам загадочности.

2.1. Плизер с приложением. В данном случае акцент сделан именно на плизер, который может так же, как и тизер содержать в себе некую загадку. Могут использоваться различные предложенные авторами варианты представления тизера.

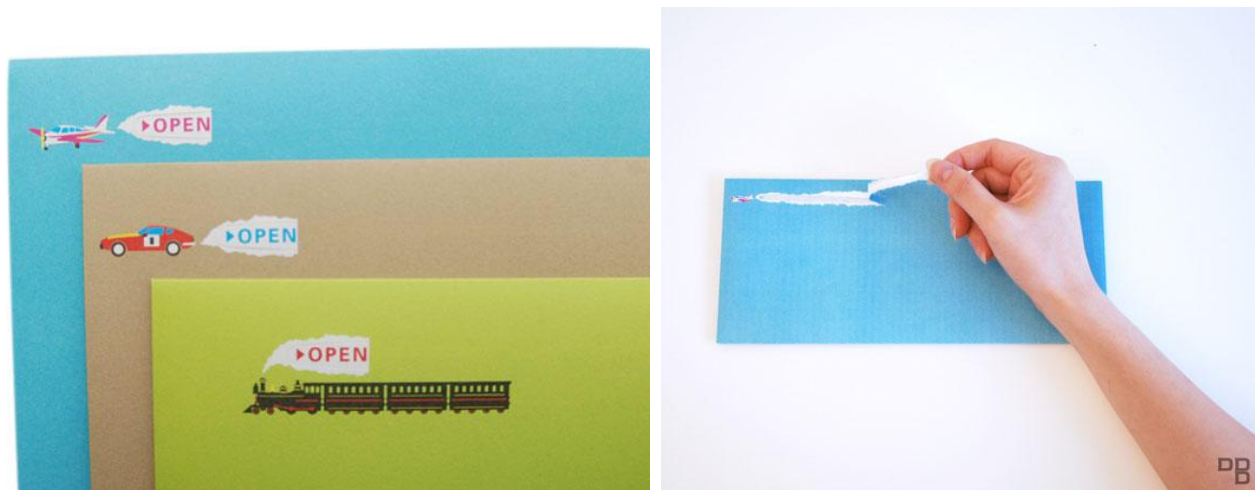


Рисунок 3 – Тизер «Свободное пространство»

Например, какой-нибудь медицинский центр присылает свой рекламный материал, где расположен макет тела человека и рядом с его органами находится слово «цена» и специально нанесенная пустая область. К материалам будет прилагаться специальная стереопластина, которая позволит читателю при наведении на определенные области увидеть, сколько стоит диагностика того или иного органа.

Так, например, «Allegiant Physician Services», специализирующаяся на финансовом консультировании лечебных учреждений, помогает им, в частности, проанализировать (и сократить) затраты от эксплуатации хирургических операционных. В рассылаемый рекламный пакет входят стереоочки. Надев очки и взяв в руки прилагаемое изображение операционной, получатель может увидеть перечень наиболее затратных элементов ее оборудования, который без очков остается просто невидимым. И если руководство больницы не знало, как сократить расходы, «Allegiant» была готова помочь ему в этом.

2.2. Плизер-головоломка, когда плизер может продолжать загадку, заложенную в тизере, или даже не раскрыть до конца интригу, побуждая клиента написать или позвонить рекламодателю, чтобы получить окончательный ответ.

Так, например, Жан Падула рассылал серию из трех писем, в каждом из которых содержалась своя забавная головоломка. Это были парные картинки с предложением найти между ними разницу, скрытые изображения и т. д. После каждой отправки он получал немало заказов или запросов на уточнение информации. Некоторые же просто звонили, чтобы свериться с ответом, что давало дополнительную возможность контакта с потенциальным клиентом [3].

2.3. Объемный плизер. Стоит положить в конверт что-нибудь объемное или твердое, и читатель начинает проявлять любопытство и, как правило, открывает конверт.

Например, можно взять самый маленький конверт и положить в него рекламное сообщение или т.п. Обязательно заклеить конверт, чтобы потом его нужно было разрывать. Далее берется конверт большего размера и помещается в него первый конверт и несколько рекламных буклетов или что-то объемное. Этот конверт также хорошо заклеивается. Так делается несколько раз, пока не останется самый огромный конверт. Это придаст объемность письму, что всегда больше вызывает интерес у читателя, чем тонкий плоский конверт.

Теперь рассмотрим тизер-плизерную технологию с акцентом на текстовую информацию. В данном случае на конверте, который выступает тизером, размещается различного рода текстовая информация, которая не только заинтригует клиента, но и побудит его раскрыть конверт.

Вариант №1 «Письмо-бомба». Так, например, известный составитель рекламных текстов Хершал Гордон Льюис написал для одного из банков рекламное письмо, которое начиналось так: «Уважаемый домовладелец...», а далее следовало крупно и курсивом «БАБАХ!!!» с пояснением: «Это хлопнулся в обморок очередной налогоплательщик при виде счета с суммой годового налога на недвижимость». После такого многообещающего начала следовало предложение банка о предоставлении кредита и другой помощи. Письмо нетрудно приспособить к специфике работы финансового консультанта, бухгалтера, аудитора или юриста. Ту же форму может использовать подрядчик, предупреждающий жильцов о пагубности сухой гнили, или оператор эпидемстанции, пугающий домохозяек тараканами [4].

Фразу «Это хлопнулся в обморок очередной налогоплательщик при виде счета с суммой годового налога на недвижимость» авторы предлагают разделить на 2 части: на конверте оставить «Это...», а внутри продолжить. Тогда это будет текстовым тизером на конверте.

Вариант №2 «Продаем тайну». Нужно добавить на конверт загадочную надпись, чтобы разогреть любопытство клиента. Надписи могут быть любые, вот несколько вариантов:

- «Перед вскрытием конверта убедитесь, что вокруг никого нет»;

- «Откройте, если с нервами всё в порядке»;
- «ПРОВЕРЕНО секретной службой. Бесполезной информации внутри не обнаружено!»

А ещё можно увеличить вероятность вскрытия конверта так:

- «Внутри настоящие лепестки роз»;
- «Внутри коллекционная монета»;
- «Внутри перо редкого попугая»;
- «Внутри карта сокровищ».

Вариант №3 «Важно». На конверте ставится прямоугольный штамп «ВАЖНО», «СРОЧНО» или «СЕКРЕТНО». Лучше синий или красный, чтобы выглядел официально. Это оформление очень подходит для деловой рассылки. Обычно секретари не вскрывают такие письма – они несут их сразу руководителю. Но можно использовать и для обычных клиентов. Уловка очень простая, но рабочая.

Вариант №4 «Ароматерапия». При использовании данного варианта лучше всего воспользоваться одним из способов аромаполиграфии, когда аромат в виде аромакапсул наносится на поверхность печатного издания полностью или выборочно, и даже при одном прикосновении аромат высвобождается. На конверте сообщается о присутствии аромата, близкого к сфере бизнеса получателя информации.

Вариант №5 «Конкретные числа». На конверте можно разместить фразы типа (причем сделать цифры покрупнее):

- «Нас уже 2 000 000!»;
- «1000 покупателей уже сделали свой выбор!»;
- «Вы экономите до 1 000 000 рублей!» и т.п.

Важно отметить, что данные варианты применения тизер-плизерных технологий могут комбинироваться между собой. Например, использовать тизер с текстовой информацией и объемный плизер или тизер-конверт и плизер-головоломка и т.п.

На данный момент данная технология еще используется достаточно слабо, т.к. она не получила еще своего должного развития. Но, учитывая, что процент возврата и ответа на почтовую рекламу только сокращается, данные варианты использования тизерной почтовой рекламы помогут вновь привлечь клиентов.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Письма на кленовых листьях [Электрон. ресурс] – 1 февраля 2012. - Режим доступа: <http://www.vgorode.ru/#/people/showPost/postId/58170864/tId/16084150/-id/16084149>

2. Развитие технологии тизеров и плизеров: наружная реклама как пазл [Электрон. ресурс] – 26 апреля 2007. - Режим доступа: http://www.e-generator.ru/news/index.php?news_id=9154

3. Оригинальный директ имеет эффект [Электрон. ресурс] – 12 января 2006. - Режим доступа: http://www.dv-reclama.ru/others/articles/8115/originalnyy_-direkt_imeet_effekt/

4. Необычные приемы почтовой рекламы и маркетинга [Электрон. ресурс] – 7 апреля 2009. – Режим доступа: <http://www.advertme.ru/dm/neobychnye-priemy-rochtovoj-reklamy-i-marketinga>

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ВЫЕЗДНОГО ТУРИЗМА РОССИИ И БЕЛАРУСИ

Туризм и его развитие являлось и является одним из наибольших экономических и социальных феноменов двадцатого столетия. Сегодня туризм способствует более интенсивному экономическому развитию не только отдельных районов стран, но и отдельных регионов мира. Но при всех экономических выгодах туристской деятельности важнейшая задача туризма – оздоровление человека, удовлетворение его духовных потребностей.

Современный туризм является одной из наиболее доходных и интенсивно развивающихся отраслей мирового хозяйства. Расходы на туризм составляют порядка 12% валового продукта, 8% общего мирового экспорта и 30–35% торговли услугами [1].

По оценкам Всемирной туристской организации (ВТО), на долю туризма в мировом ВВП, с учетом мультипликативного эффекта, приходится 9,4 %. В 2012 г. число международных туристских прибытий составило 1,035 млрд. Число международных прибытий в мире за восемь месяцев 2013 года составило 747 млн человек, что на 38 млн больше (+5%), чем за тот же период в прошлом году [2,3].

Выездной туризм считается одной из наиболее динамично развивающихся сфер бизнеса, так как данный бизнес привлекает предпринимателей по многим причинам:

- *небольшие стартовые инвестиции,*
- *растущий спрос на туристские услуги,*
- *высокий уровень рентабельности и минимальный срок окупаемости затрат.*

Туристический бизнес представлен такими основными участниками, как туроператор и турагент.

Туроператор – предприятие, разрабатывающие туристический продукт и отвечающее по обязательствам перед туристами и партнерами.

Турагент – юридическое или физическое лицо, которое занимается розничной продажей турпродуктов непосредственно потребителям.

Туристическое агентство – это посредник между туристическим оператором и туристом. В отличие от туроператора турагентства не имеют права формировать туры, то есть турагенты просто перепродают туристический продукт, созданный туроператором. Непосредственно формированием туров, то есть бронированием гостиниц, организацией перемещения по маршруту, экскурсионным обслуживанием и т.п., занимаются именно туроператоры. Так же, как и туристические агентства, туроператоры могут на прямую продавать туры туристам. Однако это не их специализация и поэтому большинство туроператоров предпочитают сотрудничать одновременно с несколькими агентскими организациями.

Популярность туризма подтверждается количеством новых туристических фирм. Так в России прирост в 2012 году по сравнению с 2011 составил – 14,6%, а именно 11762 организаций. А на конец 2012 года в Беларуси осуществляли туристическую деятельность 958 организаций. На конец 2012 г. прирост по сравнению с 2011 г. Составил 21,1%.

Согласно рейтингу сайта <http://www.otzyv.ru/>, самый крупный туроператор России – Teztour, второе место занимает Тройка и 3-е - Sunmar. По Республике Беларусь, как и по Российской Федерации, наибольшей популярностью пользуется также туроператор Teztour. Приняв во внимание результаты нашего анкетирования, второе и третье место белорусы отдадут туристическим компаниям Ростинг и Tour Lux.

На одного иностранца, въехавшего в Россию приходится шестеро россиян, выехавших на отдых за границу [4]. В то же время в Беларуси в 2012 году на каждого прибывшего иностранного туриста приходилось четверо белорусов, выезжавших за рубеж [5].

Статистика российского выездного туризма в 2012 году демонстрирует прирост на уровне 6%. За границей с туристическими целями побывало более 15,3 млн россиян. Всего за границу выезжало более 47 млн человек [4]. В 2012 году численность белорусских туристов, выехавших за рубеж, составила 492,8 тыс. человек и увеличилась по сравнению с 2011 годом в 1,5 раза [5].

Лидером по приему российских туристов по-прежнему осталась Турция. За год здесь побывало более 2,5 млн туристов (правда, это на 6% меньше, чем в 2011 году). Турпоток в ОАЭ продолжает расти быстрыми темпами: по итогам 2012 года Эмираты приняли почти 550 тысяч российских туристов. Прирост составил 39%.

Наиболее посещаемой зарубежной страной по Беларуси является Украина и её туристический поток составляет 129 310 человек. Однако, как мы понимаем, в этот пляжный сезон, всё будет несколько иначе в связи с тем, что Крым является частью Российской Федерации с 18 марта 2014 года [6]. Стоит также обратить внимание на то, что Россия не в пятерке лидеров, потому как белорусы предпочитают в Россию ехать не организованно, а самостоятельно. Увеличивается популярность туров в Болгарию.

Россияне в целом отдают предпочтение пляжному туризму, на втором месте по популярности находится оздоровительный туризм, на третьем – активный, который занимает порядка 20% всего выездного потока. Анализ белорусского же выездного потока показывает, что расширяются туристские предпочтения белорусских граждан: наряду с традиционным интересом к странам с тёплыми морями, у белорусов всё более популярными становятся страны, где пляжный отдых можно совместить с интересной культурно-познавательной программой, а также с лечением. Однако в первой пятерке стран выездного рынка Беларуси на протяжении многих лет все же доминируют страны исконно «пляжного» туризма. Также круизный туризм становится все более популярным среди белорусов.

И все же несмотря на всевозрастающую роль выездного туризма для мирового туристического рынка, остаются нерешенными довольно многие проблемы. Для Беларуси и России недостатки в сфере организации выездного туризма представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Факторы, сдерживающие развитие выездного туризма

Беларусь	Россия
демпинг	
неблагоприятная политическая обстановка в том или ином регионе	
низкая платежеспособность большей части населения	
большие финансовые риски для организации туристических компаний	
несовершенство механизмов защиты участников рынка	

Продолжение таблицы 1

Беларусь	Россия
неучет степени приоритетности рынков сбыта туристических услуг *	недостаточная защита туристов со стороны туристических компаний
небольшая длительность работы на мировом туристическом рынке и оттого недостаточная образованность специалистов	повышенная требовательность туристов к туристическим компаниям
недостаток партнеров и поставщиков	—
дорогие авиаперелеты	—
недостаток капитала	—
нехватка ассортимента туристических направлений	—
недостаток рекламы	—
небольшая штатная численность в туркомпаниях	—

*Расширение экспорта туристских услуг Беларуси требует продвижения турпродукта с ориентацией на четко определенные туристские рынки. Так, например, Республикой Беларусь заключены Соглашение с Республикой Куба о взаимных безвизовых поездках граждан, Соглашение о сотрудничестве в области туризма с Сирийской Арабской Республикой, т. е. со странами, не входящими в число ведущих туристообразующих стран для Беларуси. В то же время с некоторыми из стран-лидеров по отправке туристов в Беларусь (Великобритания, Германия, США, Италия и др.) у республики на настоящий момент не заключены соглашения в области туризма.

Выездной туризм имеет важное значение в наши дни, так как является косвенным фактором улучшения качества трудовых ресурсов в регионе, поскольку посредством зарубежных поездок рабочие – жители донорского региона улучшают свое эмоциональное самочувствие, получают заряд положительных эмоций, наконец, поправляют здоровье (например, в случае организации санаторно-курортного лечения за рубежом). Более того, грамотное государственное регулирование выездных туристических потоков способно превратить выездной туризм в мощный инструмент стимулирования производства товаров и услуг в отправляющем регионе. Всё это говорит о необходимости акцентирования внимания на выездной туризм – неотъемлемую часть мирового рынка туристических услуг, занимающий значимое место в мировой экономике.

Список цитированных источников

1. Прогнозы развития мирового туризма. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://orientir.ae/touropoperator/articles/analysis/prognozyrazvityamirovogoturizma/>

2. Прогнозы развития мирового туризма. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.segodnya.ua/life/travel/Mirovoy-turizm-procvetaet-s-kazhdym-godom-468684.html>

3. Международный туризм. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.webeconomy.ru/index.php?page=cat&newsid=977&type=news>

4. В 2012 году выездной турпоток в шесть раз обогнал въездной. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/-21183.html>

5. Туризм в Республике Беларусь. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/homep/ru/indicators/pressrel/tourism.php>
6. Присоединение Крыма к России (2014). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Присоединение_Крыма_к_России_\(2014\)](http://ru.wikipedia.org/wiki/Присоединение_Крыма_к_России_(2014))
7. Наиболее популярные направления по выезду россиян за рубеж в 2012 году. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/rubriki/1124141037/>
8. Статистический бюллетень «О развитии туризма, деятельности туристических организаций и коллективный средств размещения за 2012 год»
9. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь. Статистический сборник Департамента по туризму, Минск, 2011. – 131с.
10. Статистика выездного туризма в Российской Федерации: статистический бюллетень, 2013.

УДК 338.47-047.36.

Мурина А.А.

Научный руководитель: старший преподаватель Ключко Г.Г.

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ СИСТЕМЫ СПУТНИКОВОГО МОНИТОРИНГА В БРЕСТСКОМ РЕГИОНЕ

Для любого автотранспортного предприятия главной целью является получение прибыли, одним из путей ее достижения является снижение издержек, которые, в свою очередь, состоят из множества факторов: расходы на заработную плату водителей, на топливо, амортизацию и других составляющих, образуя транспортные расходы.

Вработеисследуется возможность снижения данных расходов. Система спутникового мониторинга является одним из инструментов реализации поставленной цели.

ССМ – это комплексная система, предназначенная для наблюдения за мобильными объектами: автомобильными средствами всех типов, персоналом, людьми, позволяющая определить местоположение на карте, контролировать скорость перемещения, осуществлять контроль за расходом топлива и т.д. [1].

В настоящее время существуют следующие навигационные системы, осуществляющие контроль над транспортом: GPS (американская разработка), Глонасс (система, используемая на постсоветском пространстве), Бэйдоу (китайская навигационная система), Галилео (европейская разработка), IRNSS (индийская навигационная система), QZSS (навигационная система, сигналы которой, доступны в Японии) [2].

Одним из главных критериев, с помощью которого определяется величина затрат на топливо, является пробег. Прибором для измерения количества оборотов колеса является одомер, при помощи которого с точностью до 100 метров измеряется пройденный автотранспортным средством путь. Однако достаточно часто показания одометра не соответствуют фактическим данным, на это влияют человеческий фактор (накрутки, умышленная порча) и различные технические погрешности.

Как известно, показания одометра складываются из количества оборотов оси колеса, каждый оборот которого предполагает определенный пробег. Исходя из вышесказанного, была рассчитана зависимость длины окружности колеса от его радиуса (рис. 1).

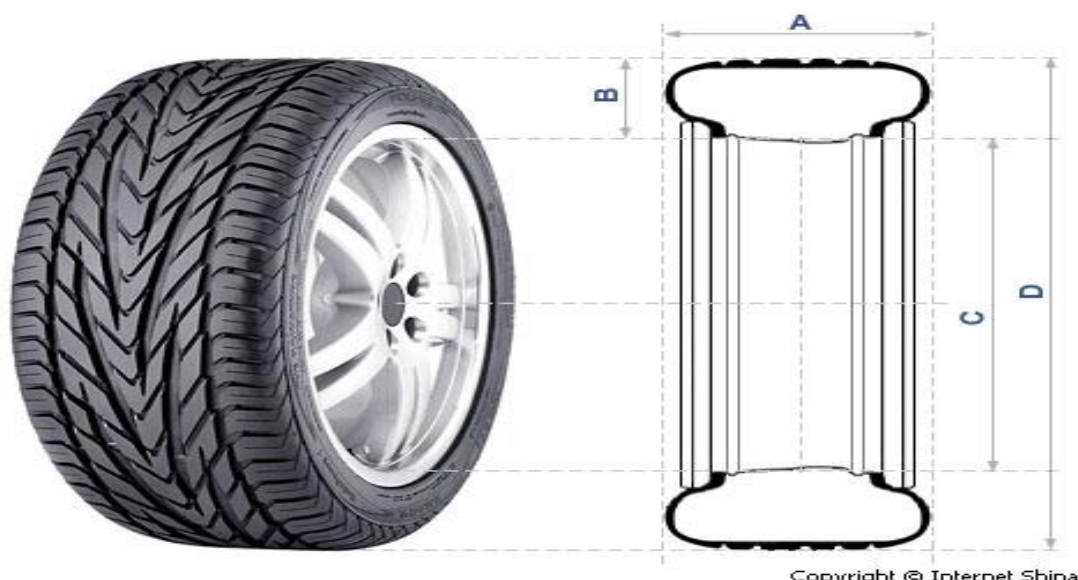


Рисунок 1 – Модель расчета длины окружности колеса

Аналогично были произведены расчеты по автотранспортным средствам (таблица 1):

1. DAF XF 105 с шинами Michelin Energy 315/70 R15: расчетная длина окружности колеса составила 2581,08 мм, радиус – 411 мм
2. Scania P380 CB (6x4) МНЗи шинами 385/65 R22.5: расчетная длина окружности колеса составила 3366,08, расчетный радиус – 536 мм.

Таблица 1 – Изменение длины окружности в зависимости от радиуса колеса

Марка шины	Марка авто
Белшина Бел-128 315/80 R22.5	МАЗ-6430 (6x4)
$A = 315(мм)$ $C = R22.5'' = 22,5 \cdot 2,54 = 57,15 = 571,5(мм)$ $B = 315 \cdot 80\% = 315 \cdot 0,80 = 252(мм)$ $D = C + 2B = 571,5 + 2 \cdot 252 = 1075,5(мм)$ $R = \frac{D}{2} = \frac{1075,5}{2} = 537,75(мм) - \text{Радиус.}$	Длина окружности: $L_0 = 2\pi R = 2 \cdot 3,14 \cdot 537,75 = 3377,07(мм),$ $L_1 = 2\pi R = 2 \cdot 3,14 \cdot (537,75 - 1) = 3370,79(мм),$ $L_2 = 2\pi R = 2 \cdot 3,14 \cdot (537,75 - 2) = 3364,51(мм),$ $L_3 = 2\pi R = 2 \cdot 3,14 \cdot (537,75 - 3) = 3358,23(мм),$ где L_0, L_1, L_2, L_3 – длины окружности при уменьшении радиуса колеса на 0, 1, 2 и 3 мм соответственно.

Таким образом, в силу различных факторов (естественный износ, давление в шинах и т.д.), может изменяться радиус колеса. По расчетам видно, что при уменьшении диаметра колеса на один сантиметр, погрешность составляет около 8%. Следовательно, при уменьшении радиуса колеса на 1 мм, длина его окружности сокращается на 6,28 мм для данного типоразмера.

Исходя из вышесказанного, можно сделать следующие расчеты и выводы: по данным ООО «ГриванАвто», ООО «Прима-Транс» и других, среднемесячный пробег магистрального тягача составляет 12000 км. При полученной погрешности 8% и учете такого показателя, как топливо, чрезмерный пробег составляет 960 км в месяц

Переведем в денежное выражение: по данным на 5 апреля 2014 года стоимость за 1 литр дизельного топлива составила 9600 BYR [3].

В качестве примера были взяты тягачи с одинаковыми колесной формулой и характеристиками.

Таблица 2 – Контрольный расход топлива

Марка авто	Скорость, км/ч	Расход, л/100 км.
МАЗ-543203	60	27,2
	80	35,7
Scania P380CB	50	19,7-27,1
	60	23,0-30,5
	70	26,0-32,8
	80	29,8-40,7
	88,0-87,6	33,4-40,7
DAF XF105.510 12.9 MT	Смешанный цикл	32,0

При средней скорости движения 70 км/час и полной массе автопоезда до 40 тонн потребность в топливе на путь в 12.000 км для МАЗ-543203 составит 4284 литра, Scania P380CB – 3936 литров, для DAF XF105.510 – 3768 литров (таблица 2).

Таким образом, потери на топливо при обозначенной выше погрешности для МАЗ-543203 составят 343 литра, для Scania P380CB – 315 литров и для DAF XF105.510 – 301 литр.

Учитывая, что не менее половины пройденного автотранспортным средством пути приходится на страны западной Европы, потери в денежном выражении составят: для МАЗ-543203 – 240 евро, для Scania P380CB – 220 евро, для DAF XF105.510 -211 евро (в данных расчетах были учтены только затраты на топливо, не учитывались другие возможные издержки).

Однако если учитывать размер парка и время работы техники в течение года, то экономия в денежной форме будет выше на несколько порядков.

Что касается спутниковой системы, она позволяет определить пробег с точностью до 10 метров и работает в двух режимах:

1) активном, т.е. фиксируется местоположение автомобиля, скорость, направление движения и т.д. и передается, для оценки в режиме реального времени, с помощью сотовой или спутниковой связи;

2) пассивном, т.е. система фиксирует параметры объекта, которые считаются для оценки, после возвращения машины [4].

Таким образом, минимизируется риск некорректного определения пробега автомобильного средства.

Применение ССМ возможно во всех отраслях экономики: строительстве, с/х, международные перевозки, внутриреспубликанские перевозки, ЖКХ и др.

На 01.04.2014 г. средняя стоимость системы ССМ с установкой составляет порядка 100 евро. Следовательно, исходя из наших расчетов, окупаемость одной единицы ССМ может составить: для МАЗ 100/240 *30 ≈13 дней, для Scania P380CB 100/220*30≈14 дней, для DAF 100/211*30≈15 дней.

Использование систем спутникового мониторинга (на основании данных расчетов) позволяет владельцу транспортных средств оптимизировать издержки по подвижному составу.

В течение января-февраля 2014 г. в Брестском регионе было проведено анкетирование руководителей автотранспортных предприятий, осуществляющих международные грузоперевозки. По результатам анкетирования, 23% опрошенных владельцев высказались в нецелесообразности установления подобных систем (по разным причинам). В силу очевидности эффективности использования ССМ, возникает закономерный вопрос: «Почему руководитель сознательно идет на возможное некорректное определение пробега автотранспортным средством?»

Одним из предположений является то, что некоторым предприятиям это выгодно. Рассмотрим данное предположение на примере.

Предположим, водитель совершает 2 рейса в месяц по маршруту следования: Брест – Лиссабон – Брест – Москва – Брест. Общее расстояние маршрута составит 9180 км. Учитывая рельеф местности на всем пути движения автотранспортного средства, исходим из средней скорости движения по магистрали равной 70 км/ч и времени в пути 10 часов в сутки. Расчетное время пребывания в пути составит около 2 недель.

Допустим, что из Бреста в Лиссабон транспортное средство Scania P380CB следует незагруженным. Тогда расход топлива составит 26 литров на 100 км. Для преодоления этого участка потребуется примерно 917,28 литров дизельного топлива. В Лиссабоне произошла загрузка транспортного средства. Следовательно, средний расход топлива на 100 км увеличится до 32,8 км. В связи с этим, на отрезок пути Лиссабон-Брест потребуется 1157,18 л. Из Бреста в Москву транспортное средство также следует загруженным. Потребность в топливе составит 348,34 л. В Москве произошла разгрузка, и в Брест автопоезд следовал пустым. Потребность в топливе составила 276,12 л. Следовательно, общий расход топлива по маршруту составит 2700 литров.

Предположим, что степень загруженности автотранспорта не была учтена. На предприятии, при заполнении путевого листа, расчет расхода топлива на 100 км принимался исходя из норматива. В этом случае расход топлива составит 3011 литров.

Таким образом, предполагаемый объем топлива, который работник может присвоить, составляет $3011 - 2700 = 311$ л с одной поездки. Соответственно, в месяц, при заданных ранее условиях, 622 л.

Переведем в денежное выражение:

$622 \text{ л} * 9600 \text{ руб/л} = 5971200 \text{ руб}$ – стоимость теоретически слитого топлива. Таким образом, можно предположить, что это заработная плата в «конверте».

Следовательно, данная сумма из статьи «заработная плата основных производственных рабочих» в составе себестоимости переходит на статью «материальные затраты», таким образом уменьшая размер прибыли, на которую начисляется налог 18% [5]. Исходя из этого, предполагаемая экономическая выгода предприятия составит 730000 руб.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что некоторым несознательным руководителям удобнее закрывать глаза на кое-какие нарушения со стороны работников, чем выплачивать заработную плату в соответствии с законодательством страны

Список цитированных источников

1. GPS мониторинг транспорта [Электрон. ресурс] – Режим доступа: <http://beltranssputnik.by>

2. Навигационно-информационный центр РБ [Электрон. ресурс] – Режим доступа: <http://nicenter.kamerton.by/globalnye-navigatsionnye-sputnikovye-sistemy>

3. Белорусский финансовый интернет [Электрон. ресурс] – Режим доступа: <http://forexbrest.info/toplivo/>

4. Спутниковый контроль автопарка [Электрон. ресурс] – Режим доступа: <http://car.by>

5. Постановление Министерства по налогам и сборам РБ от 3.01.2014 г. №1.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЭКОНОМИК РОССИИ, БЕЛАРУСИ И КАЗАХСТАНА

Экономики России, Беларуси и Казахстана являются тремя крупнейшими экономиками стран СНГ и наиболее взаимосвязанными между собой. Прежде чем сравнивать, необходимо отдельно уточнить, что сравниваются страны с довольно разными по масштабам экономиками. Так, самая крупная экономика России больше самой малой экономики Беларуси примерно в 20 раз. Таким образом, для корректного сравнения необходимо пользоваться не абсолютными показателями, а индексами развития.

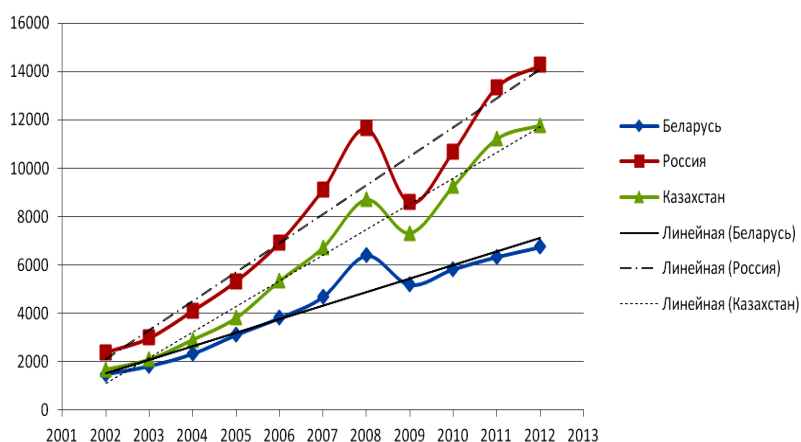


Рисунок 1 – Сравнение роста ВВП на душу населения, долл США

По графику можно сделать вывод, что с 2007 по 2008 гг. в странах наблюдается рост ВВП на душу населения. В 2009 году в Беларуси и Казахстане происходит падение ВВП из-за мирового кризиса. Хорошие макроэкономические условия в России, взвешенная бюджетная политика и отсутствие влияния кризиса ипотечного кредитования в США частично защитили российскую экономику и ограничили влияние глобального финансового кризиса. Создав хороший бюджетный и резервный буфер по сравнению с большинством других стран с формирующейся рыночной экономикой, Россия смогла задержать приход и ограничить воздействие глобального кризиса. Падение уровня ВВП на душу населения в России произошло в 2010 году. В дальнейшем происходит рост ВВП на душу населения. Объем ВВП на душу населения в Беларуси меньше, чем в Казахстане и России, но темпы его роста больше.

Инфляция в России последние два года колеблется около значения 6,1-6,6%, а в Казахстане инфляция составляет около 6-6,5% в год, что достаточно хороший показатель. За счет развитой банковской и финансовой системы Казахстан оказался более подвержен последствиям мирового финансового кризиса, чем другие страны Центрально-Азиатского региона. Основными инструментами снижения последствий мирового финансового кризиса в Казахстане стали денежно-кредитное регулирование и антиинфляционная политика. Было принято решение об ограничении внешних заимствований, налоговых послаблений, снижении резервных требований для банков, оказана необходимая помощь – денежная и административная – наиболее пострадавшим сфе-

рам экономики: долевого жилищно-строительному рынку, малому и среднему бизнесу и агропромышленному комплексу. Принимаются меры по обеспечению продовольственной безопасности и экспортно-импортного регулирования.

В Беларуси наблюдается постепенный рост инфляции, а в 2011 году произошел большой скачок из-за глубокого валютного кризиса. В 2012 году белорусское правительство предприняло все меры для устранения последствий кризиса и возвращению инфляции на докризисный уровень [1].

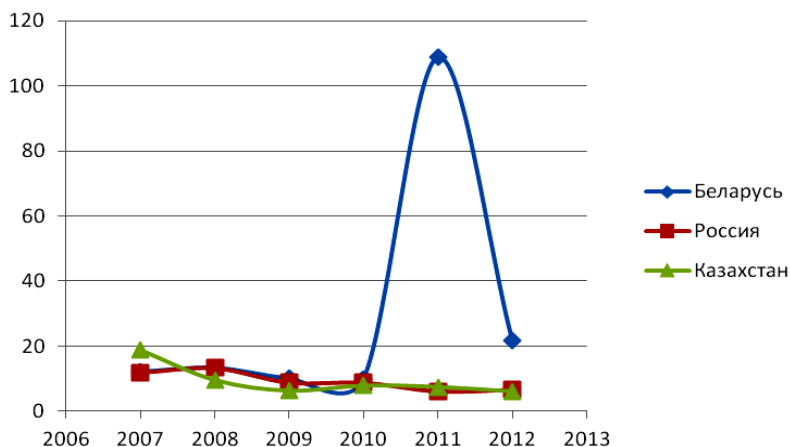


Рисунок 2 – Сравнение инфляции

По отраслевой направленности экономик можно сделать следующие выводы. В экономике Беларуси 92% объема производства производит обрабатывающая промышленность. Это положение дел осталось еще со времен СССР и ставит страну в постоянную зависимость от поставок сырья и материалов.

В России же доля обрабатывающей промышленности составляет 66%, горнодобывающей промышленности – 23%. Это указывает на то, что экономика России ориентирована также и на добычу и реализацию полезных ископаемых (нефть, газ).

В Казахстане доля горнодобывающей промышленности в структуре объема производства еще больше – 42%, производство, распределение энергии – 36%, обрабатывающая промышленность – 22%. Это обусловлено тем, что в Казахстане нет таких обрабатывающих мощностей, как в Беларуси, зато есть богатые залежи полезных ископаемых.

По показателям сальдо внешней торговли, лидирующее положение занимает Россия, второе место – Казахстан, последнее место занимает Беларусь, которая имеет стабильно отрицательное сальдо внешней торговли, а объемы ее экспорта и импорта значительно ниже стран-партнеров.

Сильные стороны делового климата Беларуси – это процедура регистрации собственности (4-е место в мире), открытия бизнеса (9-е место в мире) и принуждения к исполнению контрактов (14-е место). Самый слабый остается система уплаты налогов. Несмотря на то, что Беларусь после 8 лет ушла с последнего места в мире, 156-я позиция по легкости уплаты налогов немногим лучше. Будучи в тридцатке стран с самыми плохими налогами, едва ли попадешь в Топ-30 по качеству делового климата.

Традиционно плохим остается в нашей стране внешнеторговое законодательство. Осуществление экспорта и импорта очень дорого, оформление документов отнимает много времени и людских ресурсов. Хуже всего обстоят наши дела по впервые введенному параметру «подключение к энергосистеме».

ме». Авторы Индекса установили, сколько времени требуется для устойчивого подключения складского помещения к электрической сети. 175-е место по данному показателю – убедительное подтверждение существенного отставания рыночных реформ в сфере инфраструктуры [2].

Легкость ведения бизнеса в Казахстане выше, чем в Беларуси, а в России – в 2 раза хуже. Причины: открытие бизнеса в Беларуси легче, хотя стоимость открытия больше, чем в Казахстане. Число административных процедур для открытия бизнеса в Беларуси меньше стран-партнеров. Получение разрешения на строительство наиболее затруднено в России. По условиям получения кредита Россия и Беларусь равны, а легче всего получить кредит в Казахстане. Беларусь по уплате налогов занимает 156 место. У нас самое высокое число платежей, время на выплату налогов и общая налоговая нагрузка. Во внешней торговле Беларусь имеет средние показатели, не сильно выделяясь на фоне остальных стран-партнеров.

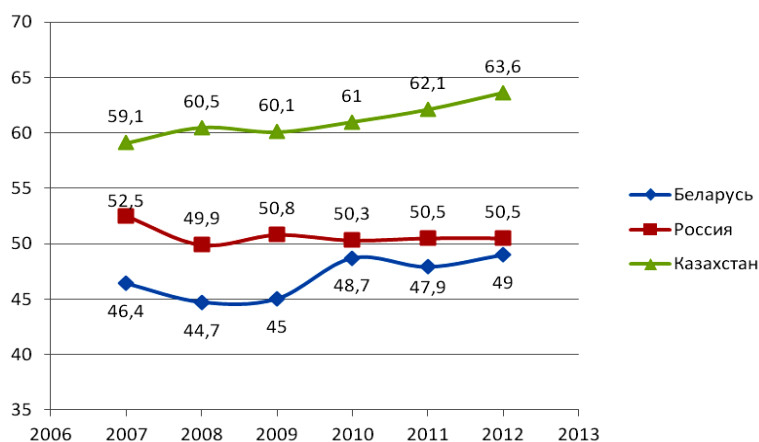


Рисунок 3 – Динамика Индекса экономической свободы 2007-2012 гг.

По индексу экономической свободы Беларусь стабильно занимает последнее место среди стран ЕЭП. В 2012 году Беларусь почти догнала Россию по этому показателю. Непрерывный рост демонстрирует Казахстан, значительно опережая Россию и Беларусь.

Общая картина складывается следующим образом: индексы человеческого развития в странах примерно равны, а значит, качество жизни здесь в целом не сильно различается. Однако в каждой стране есть свои преимущества и недостатки относительно отдельных показателей. Например, в Казахстане самая низкая продолжительность жизни – всего 67 лет (по сравнению с Россией – 69 и Беларусью – 70), средняя продолжительность обучения также самая низкая – 10,4 года (в России и Беларуси – 11,7 и 11,5 лет соответственно). Отсюда очевиден вывод, что в этой стране необходимо принятие мер по увеличению продолжительности жизни, хотя по сравнению со странами, занимающими первые места в рейтинге ИРЧП, России и Беларуси тоже требуются мероприятия в этой сфере [3].

Список цитированных источников

1. Турлай, И.С. Инвестиционные рейтинги и позиции в них Республики Беларусь / И.С. Турлай // Экономика Беларуси. – 2012. – №2. Часть 1. – С. 94-98.
2. Белорусский статистический ежегодник 2012: стат. сб. / Белстат. – М., 2012. – 806 с.
3. Игнатюк, А.З. Таможенное право Таможенного Союза / А.З. Игнатюк // Учеб. пособие – Мн.: Амалфея, 2010. – №1 – С. 127-140.

ОСОБЕННОСТИ ФРАНЧАЙЗИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Франчайзинг как особая форма организации функционирования бизнеса

Целью статьи является рассмотрение сущности и проблем ведения франчайзинговой деятельности в современных условиях Республики Беларусь.

Термин «франчайзинг» происходит от французского слова «franchise» - льгота, привилегия, особое право на свободу ведения какой-либо деятельности. Это – модель бизнеса, изобретённая в XIX веке американским производителем швейных машин «Зингер», распространённая ныне во всём мире и активно развивающаяся в соседних с Беларусью странах [1].

Франчайзинг представляет собой форму отношений между независимыми компаниями и/или физическими лицами, в рамках которой одна сторона, располагающая разработанной системой ведения бизнеса, известной торговой маркой, фирменным стилем, ноу-хау, торговыми и/или производственными секретами, знаниями, опытом, репутацией и прочими нематериальными активами, разрешает другой стороне использовать эту систему на оговоренных условиях [2].

Субъектами отношений в рамках франчайзинга являются два лица. То из них, которое обладает правами на марку или технологию, является **франчайзером**. Лицо, приобретающее возможность использовать принадлежащие франчайзеру права, называется **франчайзи**. [2]

Франшиза – это пакет прав, которые франчайзер продает франчайзи, в том числе: право использовать свое имя, фирменный стиль, опыт, знания, технологии производства и управления, ноу-хау. Наличие франшизы позволяет последнему работать достаточно эффективно, даже при отсутствии предпринимательского опыта и знаний в соответствующей сфере бизнеса [2].

Суть франчайзинга заключается в тиражировании успешно работающего бизнеса, то есть в приобретении имиджа и технологий действующего предприятия, всесторонне апробированных на практике. При этом, как правило, франчайзер обязуется оказывать содействие в становлении бизнеса, обеспечивать техническую и консультационную помощь [3].

Франчайзинг является универсальным инструментом активизации предпринимательства, средством развития как малого, так и крупного бизнеса. Это обусловлено теми **специфическими чертами**, которыми обладает данная форма организации предпринимательской деятельности, а именно:

– помогать человеку вести бизнес самостоятельно, но при всесторонней поддержке;

– помогать компаниям эффективно расширяться, не неся больших затрат на создание и поддержание массивного административного комплекса и не испытывая трудностей в управлении широкой сетью корпоративных предприятий;

– помогать компаниям превратить свою существующую сеть в эффективный бизнес, способный расти и развиваться в условиях конкуренции.

Сегодня франчайзинг наибольшее распространение получил в таких сферах, как:

- торговля – франчайзи реализует фирменную продукцию франчайзера (от косметики до автомобилей);

- услуги, в том числе быстрое питание; автозаправки, автосервис, аренда машин; туризм, гостиничный бизнес; услуги для офиса (печатные, копировально-множительные, восстановление и заправка картриджей и др.); услуги по подбору персонала и временных работников; бухгалтерия и страхование; обучение и воспитание (школы вождения, детские сады); бытовые услуги (салоны красоты, химчистки, прачечные); доставка на дом (посылок, молочных продуктов и пр.);

- производство – чаще всего в таких отраслях, как напитки, продукты питания, фармацевтика, оптика [4].

В Республике Беларусь франчайзинг как форма предпринимательской деятельности не получил пока широкого распространения. В настоящее время в Официальном бюллетене Национального центра интеллектуальной собственности зарегистрировано лишь чуть более 100 договоров франчайзинга.

В то же время именно франчайзинг может стать инструментом активизации предпринимательства в Беларуси, средством дальнейшего развития как малого, так и крупного бизнеса [5].

В настоящее время выделяют четыре основных вида франчайзинга:

- **франчайзинг товара** –

при товарном франчайзинге франчайзи получает от франчайзера на льготных условиях товары для их дальнейшей реализации;

- **производственный франчайзинг** –

производственный франчайзинг предполагает передачу франчайзером запатентованных технологий и сырья для производства определенного продукта;

- **сервисный франчайзинг** –

в рамках сервисного франчайзинга франчайзер предоставляет право на продажу услуг под торговой маркой франчайзера, а также осуществляет передачу оборудования, технологий продажи обслуживания клиентов, контролирует все аспекты их применения;

- **франчайзинг бизнес-формата** –

при франчайзинге бизнес-формата франчайзер, кроме прав на использование товарного знака, передает франчайзи отработанную модель организации и ведения бизнеса.

Франчайзинг в Беларуси: состояние, проблемы, перспективы

Впервые термин «франчайзинг» упоминается в белорусском законодательстве в 1998 г., когда в Гражданский кодекс Республики Беларусь была внесена Глава 53 «Комплексная предпринимательская лицензия (франчайзинг)». В данной главе содержалась всего одна статья, которая определяла понятие договора франчайзинга.

В 2004 г. в Главу 53 ГК Республики Беларусь были внесены изменения и дополнения, создавшие правовую основу для развития отношений франчайзинга на территории страны.

Сторонами договора франчайзинга могут выступать исключительно коммерческие организации и индивидуальные предприниматели.

Первый договор франчайзинга был зарегистрирован в Национальном центре интеллектуальной собственности Республики Беларусь 23 января 2006 г. (франчайзер – ООО «НТС», франчайзи – ООО «ЦЕНТР»). Основное место

занимают договоры национального франчайзинга. Имеются также и международные договоры франчайзинга, но их количество незначительно.

Основными причинами низкого уровня развития франчайзинговых отношений в Республике Беларусь являются:

- регулирование данных правоотношений множеством нормативных правовых актов;
- значительные финансовые и временные издержки на оформление франчайзинговых отношений;
- сложность и многогранность договора комплексной предпринимательской лицензии, определяющего правовой статус субъектов франчайзингового правоотношения, условия обеспечения взаимных прав и обязанностей правообладателя и пользователя.

Формой, заменяющей франчайзинг, стало также создание иностранных и совместных предприятий. Даже такие всемирно известные франчайзеры, как McDonald's и Coca-Cola, не представлены на белорусском рынке по классической франчайзинговой схеме.

Помимо правовых проблем, развитие франчайзинга в Беларуси сдерживается также такими факторами, как:

- низкая осведомленность субъектов хозяйствования о принципах деятельности франчайзинговых сетей;
- неразвитость системы доступного кредитования франчайзинга;
- недостаток информационной поддержки и обучающих программ по вопросам франчайзинга;
- отсутствие (до недавнего времени) предпринимательских организаций, занимающихся проблемами развития и продвижения франчайзинга на территории страны.

В числе проблем, мешающих открыть бизнес по франшизе, выделяют также дефицит современных площадей в Минске и высокие арендные ставки.

В то же время, по мнению специалистов, белорусский франчайзинг имеет огромный потенциал. Это объясняется **следующими причинами:**

- большая емкость внутреннего рынка;
- почти нулевая насыщенность многих сегментов;
- приверженность белорусов к отечественным маркам.

В 2011 г. в Беларуси была учреждена Ассоциация франчайзеров и франчайзи «Белфранчайзинг».

Главная цель ассоциации – популяризация и развитие франчайзинга в стране, а также выработка единых стандартов отношений франчайзинга, защищающих права и интересы участников данного рынка.

Ассоциация «Белфранчайзинг» – негосударственная некоммерческая организация, добровольное объединение юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Ее членами могут стать действующие и потенциальные франчайзеры и франчайзи, а также компании, оказывающие услуги в поддержке и осуществлении франчайзинговой деятельности (банковские, юридические, маркетинговые, рекламные и т.д.).

Планируется, что деятельность Ассоциации «Белфранчайзинг» позволит объединить усилия в содействии созданию, становлению и развитию франчайзинговых предприятий и будет способствовать продвижению франчайзинговых отношений в нашей стране.

«Милавица» – Это моё бельё!

Компания «Милавица» – крупнейший производитель корсетного белья в Восточной Европе. Бренд №1 на многих рынках своего присутствия. В настоящее время функционируют почти 600 магазинов в 23 странах мира, включая Россию, Беларусь, Украину, Казахстан, Молдавию, Германию, Словению, Латвию, Литву, Эстонию, Армению, Азербайджан, Киргизию, Узбекистан, Туркменистан, ЮАР, Бельгию, Италию, Польшу, ОАЭ, Сербию и Болгарию.

Всё производство компании сосредоточено в Республике Беларусь, штаб-квартира и основные производственные мощности находятся в Минске.

Бренды компании:

1. Продуктовый портфель **Милавицы** включает корсетные изделия, поясную группу, корректирующее белье, купальники, белье для сна и отдыха.

2. Под маркой **Aveline** выпускаются корсетные изделия, поясная группа, корректирующее белье.

3. Линия мужского белья **Hidalgo** сочетает в себе классические формы и комфортные натуральные материалы.

Поскольку магазин в новой концепции не изменяет позиционирование бренда Milavitsa в целом, магазин по-прежнему ориентирован на женщин 25-45 лет, как основную целевую аудиторию бренда Milavitsa.

Красивый бизнес, известный бренд, качественный продукт, надежный поставщик, лидер бельевого рынка. Как результат – 600 магазинов Milavitsa в 23 странах мира.

В 1992 г. был открыт первый фирменный магазин Milavitsa. Франчайзинговая сеть Milavitsa успешно развивается благодаря сильному бренду, всеобщей известности и хорошей репутации у миллионов женщин, а также благодаря широкому ассортименту, удовлетворяющему потребности самых взыскательных покупательниц. Магазины Milavitsa работают в наиболее емком розничном сегменте бельевого магазина средней ценовой категории, что обеспечивает стабильно высокий покупательский спрос и продажи. Продуктовый портфель компании позволяет розничным операторам формировать и поддерживать эффективную ассортиментную матрицу для магазинов площадью от 50 до 100 кв.м.

Компания «Милавица» оказывает поддержку франчайзинговым партнерам на всех этапах создания и функционирования магазина.

Преимущества франшизы MILAVITSA:

- высокая узнаваемость бренда;
- востребованный продукт в наиболее емком сегменте бельевого ритейла;
- сформированный круг лояльных покупателей;
- доступный объем инвестиций в открытие магазина;
- эффективная логистика поставок;
- системная поддержка франчайзи на всех этапах создания и функционирования магазина;
- отсутствие вступительного (паушального) взноса и роялти.

В ближайшее время компания «Милавица» планирует перенести свое производство во Вьетнам, Индонезию, Шри-Ланку или другую страну третьего мира. Через 5-7 лет именно там будет выпускаться половина всей продукции «Милавица».

Для запуска одного торгового объекта франчайзи требуются инвестиции в размере 55-60 000 дол. Паушальный взнос и роялти отсутствуют. В среднем вложенные средства окупаются через 1,5 года. Компания выпускает более 700 моделей белья Milavitsa, что позволяет франчайзи самим формировать ассор-

тиментную матрицу. Обязательное условие - 70% всех продаваемых в магазине товаров должны закупаться у франчайзера. Остальные 30% - сопутствующий товар, сюда может входить и белье других производителей.

В планах «Милавицы» на текущую пятилетку - создание эффективной логистической системы, активное развитие собственной розницы, рост производственных мощностей. В 2011 году «Милавица» вложила в техническое переоснащение и развитие производства 3 млн. евро (новое оборудование из Японии, Германии, Франции и Италии). Предприятие нарастило объемы выпуска примерно на 20%. В 2012 году «Милавица» выпустила примерно 20 млн. изделий. Что касается 2013 года, то компания вложила в целом на развитие около 5 млн. евро. Объемы производства возрасли на 12%.

Сегодня «Милавица» является одним из самых дорогих брендов на белорусском рынке. Эксперты оценивают его в \$71,5 млн. Дороже стоит только «Санта-Бремор» – производство и торговля продуктами питания. Два года назад «Милавица» была на первом месте в рейтинге белорусских брендов. 80% акций принадлежат холдингу Silvano Fashion Group (Эстония). Годовой оборот компании – €100 млн. Чистая прибыль – €15 млн. евро.

Директивой Президента Республики Беларусь №4 поставлена задача усиления роли предпринимательства, существенного повышения его вклада в формирование темпов экономического роста. В связи с этим встает необходимость повышения качества бизнеса, усиления технического и технологического потенциала его субъектов, обеспечения стабильной положительной динамики данного сектора экономики в целом.

Одним из путей решения проблемы устойчивости предпринимательской деятельности является использование франчайзинга. Мировой опыт свидетельствует, что эта высокоэффективная форма организации бизнеса характеризуется низким уровнем риска и стабильным уровнем прибыльности. Кроме того, франчайзинг – это форма продолжительного делового сотрудничества.

Комплексный характер деловых связей, их системность и высокий уровень прозрачности обеспечивают обоюдные конкурентные преимущества участникам франчайзинговых отношений, дают возможность более быстрого выхода на рынок с минимальным риском.

Как следствие, франчайзинг становится все более популярным способом организации и продвижения бизнеса во всем мире, постепенно расширяя свое присутствие и в Беларуси.

Список цитированных источников

1. Доуран, Д. Перспективные направления для франчайзинговых предприятий // Финансы. – 1998. – №8.
2. Алейников, С.М. Договор франчайзинга: учебное пособие / С.М. Алейников. – Мн., 1998. – 318 с.
3. Кривонос, А.А. Франчайзинг: от простого к сложному / А.А. Кривонос, Е.А. Кривонос – Киев: Ассоциация франчайзинга. Издательский центр, 2010.
4. Никоненко, К.В. Наш франчайзинг / К.В. Никоненко – Киев: Ассоциация франчайзинга. Издательский центр. 2011. – 290 с.
5. Линднер, Р.Г. Франчайзинг: мультипликация успешного бизнеса / Р. Линднер – М., 2012. – 246 с.

МАЛЫЙ БИЗНЕС В ЭКОНОМИКЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В последнее время проблема развития малого бизнеса как никогда актуальна не только в нашей стране, но и в экономически более развитых странах. Малый бизнес выполняет ряд важнейших экономических и социальных задач. Помимо налоговых отчислений в бюджеты всех уровней, малый бизнес развивает экономический сектор, создает дополнительные рабочие места, способствует конкуренции.

Под малым бизнесом чаще всего понимается бизнес, опирающийся на предпринимательскую деятельность небольших фирм, малых предприятий. В ряде научных работ под малым бизнесом понимается деятельность, осуществляемая небольшой группой лиц, или предприятие, управляемое одним собственником. Более широкое определение будет звучать так: система экономически обособленных малых и средних предприятий, ориентированных на рынок, формирующих структуру и объем производства под воздействием спроса на товары и услуги, административно независимых от государственных учреждений.

Наиболее общими критериями, на основе которых предприятия относятся к малому бизнесу, являются следующие: численность работников за отчетный период; размер уставного капитала; величина активов; объем оборота (прибыли, дохода). Так, например, Мировой банк относит к малому бизнесу фирмы, в которых количество занятых работников до 50 человек, в Республике Беларусь – это фирмы с числом занятых до 100 человек в науке и научном обслуживании, в промышленности – 200 человек, в розничной торговле – до 25 человек., в Великобритании – к мельчайшим фирмам относят те, количество которых не превышает 25 чел.; к мелким – от 25 до 99; в промышленности – фирмы до 200 человек.

Как субъект хозяйствования малый бизнес имеет ряд особенностей:

✓ Единство права собственности и непосредственного управления предприятием.

✓ Обозримость предприятия: ограниченность масштабов вызывает особый, личностный характер отношений между хозяином и работником, что позволяет добиваться действительной мотивации работы персонала и более высокой степени его удовлетворенности трудом.

✓ Относительно небольшие рынки ресурсов и сбыта, не позволяющие фирме оказывать сколько-нибудь серьезное влияние на иены и общий отраслевой объем реал танин товара.

✓ Персонифицированный характер отношений между предпринимателем и клиентами, поскольку малое предприятие рассчитано на обслуживание сравнительно узкого круга потребителей.

✓ Ключевая роль руководителя в жизни предприятия: он полностью ответственен за результаты хозяйствования не только из-за имущественного рынка, но и вследствие своей непосредственной включенности в производственный процесс и все связанное с его организацией.

✓ Семейное ведение дела; оно наследуется родственниками хозяина, чем диктуется прямая вовлеченность последних во всю деятельность предприятия.

✓ Характер финансирования. Если предприятия крупного бизнеса черпают необходимые ресурсы главным образом через фондовые биржи, то малые предприятия полагаются на сравнительно небольшие кредиты банков, собственные средства и «неформальный» рынок капиталов (деньги друзей, родственников и т.д.).

Малый бизнес имеет немало преимуществ перед крупным и средним: он более мобилен, быстрее адаптируется к вызовам внешней среды, во многих малых фирмах быстрее внедряются научно-технические и управленческие нововведения

- ❖ -быстрая адаптация к местным условиям хозяйствования;
- ❖ -высокая степень независимости в действиях;
- ❖ -гибкость и оперативность в принятии управленческих решений;
- ❖ -способность быстро воспринимать новые идеи;
- ❖ -относительно невысокие расходы на управление бизнесом;
- ❖ -оперативная реакция на изменения конъюнктуры рынка;
- ❖ -способность обходиться меньшими капиталовложениями в расчёте на одного работающего;
- ❖ -собственники малых предприятий более склонны к сбережению, у них всегда высокий уровень личной мотивации в достижении успеха.

В Республике Беларусь созданы широкие правовые основы функционирования предприятий малого бизнеса, цель которых состоит в создании благоприятных условий для их функционирования и в первую очередь предоставления льгот по налогообложению. На сегодняшний день правительство продолжает говорить о необходимости и важности развития малого частного бизнеса, как потенциального источника экономического роста. Данные инициативы были продекларированы и зафиксированы в принятых Директиве № 4 «О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь» от 31.12.2010, Декрете № 6 «О стимулировании предпринимательской деятельности на территории средних, малых городских поселений, сельской местности» от 07.05.2012 и других документах.

В конце 2012 постановлением № 1242 была принята Программа государственной поддержки малого и среднего предпринимательства на 2013-2015 года. Однако на данный момент нельзя сказать, что поставленные в ней цели могут быть выполнены. Причинами этого являются финансовый кризис 2011 г., снижение покупательной способности населения, макроэкономическая нестабильность, а также риски функционирования в условиях достаточно неоднозначной бизнес-среды.

По состоянию на 1 января 2013 года на учете в налоговых органах состояли 334 326 субъектов малого и среднего предпринимательства, в том числе индивидуальных предпринимателей – 232 851, микроорганизаций – 88 607, малых организаций – 10 531, субъектов среднего предпринимательства – 2 337. По сравнению с началом 2012 года количество субъектов малого и среднего предпринимательства увеличилось на 20 933 единицы, или 6,7%. В 2013 году поступления в бюджет от субъектов малого предпринимательства (арендаторов инкубаторов) составили 47,7 млрд. рублей [1]. Роль малого бизнеса отражена в следующей таблице [2]:

Таблица 1 – Роль малого бизнеса в экономике Республики Беларусь

	2010	2011	2012
Валовый внутренний продукт	12,3	14,5	15,1
Объем промышленной продукции	8,9	11,8	10,5
Экспорт	38,9	33,9	30
Импорт	30	25,8	27
Розничный товарооборот	27,9	29,4	26,7
Доля активной рабочей силы	15	15,4	16,1
Рентабельность продаж, %	5,3	9,5	8,3
Инвестиции в основной капитал	27	25,9	26,1

На основе представленных данных можно сделать однозначный вывод о росте роли малого бизнеса в национальной экономике. Если в 2010 доля малого бизнеса в ВВП составляла 12.3%, то в 2012 она выросла до 15.1%. Более трети экспорта страны формируется за счет малых предприятий. Однако в данной ситуации необходимо учитывать, что порядка 80% экспорта малых и средних предприятий приходилось на четыре товарные позиции – нефтепродукты, калийные удобрения, растворители и смазочные материалы. Доля занятости сохраняется в среднем на уровне 15.5%, что является своего рода индикатором того, что уровень привлекательности предпринимательской деятельности для экономически активного населения продолжает оставаться на достаточно низком уровне.



Рисунок 1 – Структура малого бизнеса в экономике Республики Беларусь

Структуру малого бизнеса по видам экономической деятельности в Республике Беларусь можно представить в виде следующей диаграммы. Наибольшее значение малый бизнес имеет в торговле – 32%, далее следует производств – 21%, строительству – 15%, и меньше всего субъекты малого предпринимательства представлены в сфере образования – 0,7% [2].

Несмотря на возрастающую значимость и роль малого бизнеса в национальной экономике, использование различных форм и инструментов поддержки со стороны государства, существуют серьезные затруднения, мешающие развитию данного сектора в Беларуси: недостаточный уровень поддержки бизнеса со стороны государства; нехватка денег (инвестиций и кредитов); недостаточная правовая база.

Представителям малого бизнеса было предложено оценить степень важности внутренних трудностей, решение которых зависит от них самих [3]. Можно сказать, что современного предпринимателя мало волнует внутренняя иерархия, распределение обязанностей между руководителями разного уровня и умение делегировать полномочия. На первом месте по значимости для руководителей стоит профессиональная крепкая команда, отлично знающая реалии рынка и способная производить конкурентоспособную продукцию (62,4 %). Затем Уровень профессионализма менеджеров – 56,0%, Знание реального рынка, умение предвидеть рыночную конъюнктуру – 53,6%, Конкурентоспособная продукция – 51,6%, Знание законодательства – 47,9%, Отношения с органами власти и влиятельными лицами – 30,2%, Отсутствие практики делегирования полномочий менеджерам более низкого звена, снижение централизации в принятии решений – 21,6%. Среди внешних проблем ранжирование выглядит следующим образом: Валютное регулирование в Республике Беларусь – 33,9%, Растущий уровень конкуренции на рынке – 17% Кредитные ставки со стороны банков и других финансовых организаций – 16,7% Государственная система проверок и административных санкций – 13,3% и т.д.

Малый бизнес вносит большой вклад в формирование материальной основы благосостояния и социальной стабильности всех индустриально развитых стран мира. Развитие малого бизнеса имеет большое значение для преобразования экономики Беларуси в конкурентоспособную, использующую достижения научно-технического прогресса.

Список цитированных источников

1. О деятельности инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.esopoutu.gov.by/ru> – Дата доступа: 02.05.2014.

2. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2013 – Минск, 2013 – С. 219 – 227.

3. Проблемы малого бизнеса в Республике Беларусь предпринимательства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://delo.by/> – Дата доступа: 02.05.2014.

УДК 330.322

Лось А.Н., Ярмошик В.С.

Научный руководитель: доцент Медведева Г.Б.

СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ ВЕНЧУРНОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Целью работы является выявление проблем в развитии современного венчурного бизнеса в Республике Беларусь.

В современных условиях достижение устойчивого экономического развития возможно только за счет реализации инновационного потенциала. Одной из многих проблем, которые сопровождают данный процесс, является недостаток финансовых средств для инноваций. Эффективным механизмом, способным решить данную проблему и активизировать инновационную деятельность в реальном секторе экономики, является венчурное инвестирование.

Венчурная фирма (от англ. venture – рисковать) – коммерческая научно-техническая организация, специализирующаяся на создании, освоении в производстве и внедрении новых видов продукции, применении новых технологий на основе использования венчурного (рискового) капитала.

Венчурные фирмы (рисковые фирмы), как правило, небольшие по размеру, занятые разработкой научных идей и превращением их в новые технологии и продукты. Они создаются с целью апробации, доработки и доведения до промышленной реализации «рисковых» инноваций. Данные организации характеризуются высокой активностью, которая объясняется прямой личной заинтересованностью работников фирмы и партнеров по венчурному бизнесу в успешной коммерческой реализации разработанных идей, технологий, изобретений с наименьшим риском и минимальными затратами времени и средств.

Венчурный бизнес является рискованным научно-технический или технологический бизнес. Он имеет особое значение в процессах создания эффективной и конкурентоспособной современной экономики. Как показывает мировой опыт, развитый венчурный технологический бизнес является тем базовым сектором постиндустриальной и новой экономикой, который определяет способность страны удерживать конкурентоспособные мировые позиции в передовых технологиях, позволяет обеспечить эффективное развитие ее регионов.

Впервые венчурный бизнес начал формироваться правительством в США в 1950-х годах. С этой целью был создан специальный институт — SBA (Small Business Administration) и принят специальный закон об инвестициях в малый бизнес. Государство начало осуществлять льготное кредитование малого бизнеса. В случае одобрения со стороны SBA какого-либо проекта государство предоставляло льготный кредит под него.

Венчурные инвестиции могут определяться как форма прямых инвестиций, предоставляемых профессиональными инвесторами в качестве участия в менеджменте и акционерном капитале небольших компаний, находящихся на ранних стадиях развития и демонстрирующих значительный потенциал роста. В европейских странах, помимо инвестиций в высокие технологии, венчурными признаются инвестиции в объекты с невысокой степенью новизны, имеющие большой потенциал коммерческого успеха.

Венчурные инвестиции относятся к самым рискованным инвестициям, но риск компенсируется высокой нормой доходности. Венчурное финансирование является важным элементом корпоративных стратегий и направлено на небольшие инновационные компании. Партнерство малого бизнеса и крупных предприятий является взаимовыгодным. Небольшие фирмы могут самостоятельно разрабатывать технологии, определять возможности рынка, быстро получать прибыль от коммерциализации инновационных идей. Крупный бизнес, используя сотрудничество, получает доступ к развивающимся рынкам и передовым технологиям.

Инвестирование в венчурный бизнес имеет свои особенности: финансовые средства вкладываются без материального обеспечения и гарантий и предполагают доленое участие инвестора в уставном капитале.

Для успешного создания и функционирования венчурной фирмы необходимо наличие нескольких условий: инновация, общественная потребность в ней, квалифицированные кадры (инженеры, ученые, менеджеры), способные довести идею до производства, и венчурный капитал. Поэтому венчурные

фирмы имеют временный характер и в современных условиях чаще всего возникают как организационная форма взаимодействия крупного и малого бизнеса. Преимущества венчурного бизнеса: гибкость, подвижность, быстрая адаптация в короткие сроки добавляются устойчивостью на рынке и финансовыми возможностями крупного бизнеса.

Мировая практика выработала два основных подхода к венчурному финансированию: формальный и неформальный.

Первый представлен, прежде всего, венчурными фондами, т.е. специализированной фирмой, аккумулирующей ресурсы различных инвесторов и предоставляющей их в обмен на пакет акций или посредством кредита. После реализации инновационного проекта компания продается на рынке, полученный доход делится между участниками в соответствии с заранее оговоренными условиями.

В развивающихся странах используется вторая схема: создается государственный фонд. Он осуществляет инвестиции в частные венчурные фонды и в венчурные проекты. Причем в качестве совладельцев в частные фонды за счет льготного финансирования привлекаются венчурные предприниматели из передовых стран.

По результатам некоторых исследований, неформальные частные инвестиции в молодые фирмы во много раз превысили формальные инвестиции, сделанные венчурными фондами. Наиболее распространенной организационной формой неформального инвестирования являются бизнес-ангелы. Неформальные частные инвесторы профинансировали 99,962% всех фирм, размер их инвестиций составил 91,8% от суммарного венчурного капитала, инвестированного в молодые фирмы в странах GEM. В США неформальные структуры в среднем инвестируют около 45 млрд. долл. в 50 000 молодых фирм ежегодно. Всего в США насчитывается около полумиллиона активных бизнес-ангелов. В Евросоюзе, по официальным оценкам, имеется около миллиона потенциальных бизнес-ангелов, готовых инвестировать от 10 до 20 млрд. евро. В среднем число молодых фирм, получивших инвестирование от бизнес-ангелов, в 30-40 раз превышает число фирм, получивших инвестиции от венчурных фондов [1].

В Республике Беларусь венчурное инвестирование как отрасль только начинает постепенно формироваться. Как с помощью частных инициатив, так и государственных. Первыми субъектами в процессе развития реальной венчурной индустрии страны стали так называемые Минские Стартап Уикенды (Minsk Startup Weekend). По итогам 2013 года было проведено уже десять мероприятий Minsk Startup Weekend.

Первый Minsk Startup Weekend прошел 4 и 5 декабря 2009 г. как тренинговый марафон (семинар) для предпринимателей, желающих опробовать возможности реализации своей идеи на практике перед потенциальными инвесторами.

Поддержку стартапам оказывает также «Сообщество бизнес-ангелов и венчурных инвесторов «БАВИН». Условия, на которых венчурные проекты могут быть профинансированы через БАВИН, стандартны для венчурной отрасли других стран. Еще одной крупной инициативой в развитии венчурного сектора является инвестиционная управляющая компания, зарегистрированная в марте 2011 г. Она работает в сегменте инновационных компаний и венчурного финансирования, помогающая создавать и продвигать перспективные стартапы. AVI выступает управляющей компанией бизнес-акселератора Fenox IT и

Инвестиционной компании VM Capital, занимающихся инвестированием в интернет-проекты [2].

Развиваются также более мелкие проекты, но в целом венчурная индустрия в Республике Беларусь имеет очень низкие темпы развития. Это связано с тем, что развитие венчура требует решения целого комплекса экономических, организационных, институциональных задач. Можно отметить некоторые: наличие серьезных материальных затрат, отсутствие развитой инфраструктуры, достаточного количества специалистов, интересных идей для новых проектов и другие.

Появившиеся новые субъекты венчурного финансирования в Беларуси – это крупный шаг в развитии инновационной инфраструктуры. Но необходимо обратить внимание в механизме венчурного финансирования на два момента: минимизация финансовых рисков и источники венчурного капитала. Что касается первого, то здесь следует ориентироваться на диверсификацию и поэтапное финансирование с четко проработанными критериями отбора проектов.

Источники венчурного капитала имеют национальные особенности, что определяется, прежде всего, законодательной основой (таковой в Беларуси нет). Основными инвесторами в мировой экономике являются: пенсионные фонды, страховые компании, благотворительные фонды, крупные корпорации, банки, государственные фонды. С учетом особенностей нашей экономики можно предположить, что круг возможных инвесторов будет ограничен. Данная проблема прежде всего макроэкономическая.

Особенностью венчурного бизнеса является очень высокий интеллектуальный и профессиональный уровень венчурных предпринимателей и менеджеров. Подобных профессионалов чрезвычайно сложно вырастить. Их знания и опыт лежат на пересечении фундаментальной и прикладной наук, инновационного менеджмента, знаний высокотехнологичных производств. Поэтому программы и проекты создания национального венчурного бизнеса должны быть комплексными и системными, решающими задачи полноценного финансирования, подготовки специалистов, создания инфраструктуры, системы безопасности и пр.

Задача региональных и национальных органов управления состоит в разработке комплекса организационно-экономических механизмов управления венчурной деятельностью. Это совершенствование нормативной правовой базы, сокращение административного вмешательства в деятельность субъектов инновационного предпринимательства; создание благоприятных условий для доступа фирм к финансовым, материально-техническим, информационным ресурсам, а также к научно-техническим разработкам, новым технологиям и другие.

Список цитированных источников

1. Бунчук, М. Неформальный рынок венчурного капитала: бизнес – ангелы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.techbusiness.ru – Дата доступа: 12.04.2014.
2. Малышенкова, О. Человеческий капитал: венчурные проекты в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.belinstitute.eu – Дата доступа: 10.04.2014.

ТЕХНОЛОГИЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОЙ ПОТРЕБНОСТИ В ОБОРОТНЫХ АКТИВАХ

Управление оборотным капиталом имеет важное значение. Постоянно меняя свою форму, переходя из сферы обращения в сферу производства и обратно, оборотный капитал наиболее подвержен влиянию внешней среды. Поэтому наличие у организации достаточного размера оборотного капитала, а также контроль за состоянием материально-производственных запасов и дебиторской задолженности является необходимой предпосылкой для ее нормального функционирования в условиях рыночной экономики.

Особое внимание уделяется эффективности использования оборотного капитала, так как его рациональное использование влияет на основные показатели хозяйственной деятельности организации: на рост объема производства, снижение себестоимости продукции, повышение рентабельности и в целом платежеспособности, финансовой устойчивости [1].

Становится очевидным, что в современных условиях требуются новые подходы к совершенствованию способов управления оборотным капиталом, к поиску резервов пополнения собственного капитала хозяйствующими субъектами. Эти обстоятельства обусловили актуальность и направленность проведения исследований на примере предприятий обрабатывающей промышленности (таблица 1-4) [2].

Таблица 1 – Индексы (в процентах к предыдущему году)

Года	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Индекс	113,5	110,3	104,7	106,3	119,3	119,3	111,1	117,0	115,1	88,1	116,7	112,3	101,3

Таблица 2 – Структуры объема (в процентах к итогу)

Года	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Промышленность	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Производство машин и оборудования	8,9	9,4	9,5	9,5	9,2	9,4	9,1	7,9	9,4

Таблица 3 – Структура затрат на производство продукции (работ, услуг) в организациях промышленности в 2012 году (в текущих ценах; в процентах к итогу)

Затраты на производство продукции (работ, услуг)	В том числе				
	материальные затраты	затраты на оплату труда	отчисления на социальные нужды	амортизация основных средств и нематериальных активов	прочие затраты
100	73,9	14,4	5,0	3,0	3,7

Таблица 4 – Основные показатели деятельности предприятий обрабатывающей промышленности

Показатели	Года			
	2009	2010	2011	2012
Прибыль от реализации продукции, товаров, работ, услуг, млрд.руб	8313	11878	52173	68466
Рентабельность реализованной продукции, товаров, работ, услуг, %	9,4	10,0	22,5	16,4
Рентабельность продаж, %	7,5	8,0	16,4	12,6

Как мы видим, в структуре объема выпуска промышленности производство машин и оборудования занимает около 9%. При этом ежегодное наращивание роста производства составляет 10%. Среди основных показателей рентабельности наблюдается тенденция роста.

Специфика обрабатывающего производства оказывает определенное влияние на структуру оборотных средств организаций. Изучение структуры активов показало, что наибольшую долю занимают запасы и затраты – 50%, из них производственные запасы – 20%, а на втором месте находятся расчеты и прочие активы. Наибольший удельный вес в затратах на производство машин и оборудования занимают материальные затраты, они составляют 73,9%. Следовательно, эта отрасль является материалоемкой.

В связи с чем, для эффективного управления текущими активами, в своей работе мы поставили следующие задачи:

1. Дать характеристику оборотного капитала в деятельности предприятий промышленности.

2. Определить действительную потребность предприятия в оборотных активах.

Предметом данной работы является определение действительной потребности предприятия в оборотных активах, а **объектом** – текущие активы предприятий по виду деятельности производство машин и оборудования.

Для решения поставленных задач нами рассмотрены этапы движения и классификация оборотных активов. Группировка активов по степени ликвидности и по характеру участия в операционном процессе показала: с каждым последующим этапом снижается ликвидность оборотных активов и начинают преобладать оборотные активы, обслуживающие финансовый цикл.

Главной целью управления оборотными активами предприятия является максимизация прибыли при обеспечении устойчивой и достаточной платежеспособности организации.

Для того, чтобы рассчитать потребность в оборотных активах для предприятия необходимо:

1. Детальный структурно-динамический анализ использования оборотных средств;

2. Расчет потребности в оборотных активах по системной и варьирующей частям;

3. Расчет чистого оборотного капитала (ЧОК).

Итак, 1 этап – анализ оборотных активов на примере ОАО «Барановичский завод станкопринадлежностей». Он нужен для выявления проблем в управлении оборотными активами и пассивами, которые существуют на предприятии. И основан на анализе динамики показателей эффективности использования оборотных средств, что представлено в таблице 5.

Таблица 5 – Динамика показателей эффективности использования оборотных средств ОАО «Барановичский завод станкопринадлежностей»

Показатели	2010 год	2011 год	2012 год	Изменение 2011 года к 2010 году	Изменение 2012 года к 2011 году
<i>Выручка от продажи продукции, тыс.руб</i>	29253,0	55776,0	97456,0	26523,0	41680,0
<i>Средняя величина текущих активов, тыс.руб</i>	9699,5	12862,0	19133,5	3162,5	6271,5
<i>Число дней в периоде</i>	360,0	360,0	360,0	–	–

Продолжение таблицы 5

Показатели	2010 год	2011 год	2012 год	Изменение 2011 года к 2010 году	Изменение 2012 года к 2011 году
<i>Прибыль от реализации</i>	2844	8201	12389	5357,0	9545,0
<i>Продолжительность оборота текущих активов, дн.</i>	119,37	83,02	70,68	-36,35	-12,34
<i>Коэффициент оборачиваемости, кол-во раз</i>	3,02	4,34	5,09	1,32	0,75
<i>Коэффициент закрепления средств в обороте</i>	0,33	0,23	0,19	-0,1	-0,04

2 этап – расчет пошаговой потребности в оборотных активах.

Нами определена финансовая потребность в оборотных активах предприятия, что позволяет выделить стабильную и варьирующую части оборотных активов, что представлено в таблице 6.

Таблица 6 – Финансовая потребность в оборотных активах ОАО «Барановичский завод станкопринадлежностей» за 2012 г.

Месяц	текущие активы	внеоборотные активы	всего активов	минимальная потребность	сезонная потребность
<i>Январь</i>	13941	30791	44732	44471	261
<i>Февраль</i>	13286	31185	44471	44471	0
<i>Март</i>	15352	31246	46598	44471	2127
<i>Апрель</i>	17490	31289	48779	44471	4308
<i>Май</i>	18141	31167	49308	44471	4837
<i>Июнь</i>	20510	31069	51579	44471	7108
<i>Июль</i>	21447	30854	52301	44471	7830
<i>Август</i>	22458	30627	53085	44471	8614
<i>Сентябрь</i>	21877	30494	52371	44471	7900
<i>Октябрь</i>	24948	30411	55359	44471	10888
<i>Ноябрь</i>	24650	32134	56784	44471	12313
<i>Декабрь</i>	25314	42754	68068	44471	23597

3 этап – расчет чистого оборотного капитала необходим для уточнения потребности в дополнительных источниках финансирования, для нашего предприятия он равен 14521 тыс.руб.

Источники финансирования плановой потребности в оборотных средствах представлены в таблице 7.

Таблица 7 – Источники покрытия плановой потребности в оборотных активах

Показатели	Сумма, тыс.руб.	%
Плановая потребность в оборотных средствах	44471	100,0
Возможные источники финансирования		
<i>ЧОК(14521*50%)</i>	7261	16,3
<i>Устойчивые пассивы</i>	8711	19,6
<i>Кредиторская задолженность</i>	1851	4,2
<i>Краткосрочные кредиты банков</i>	26648	59,9

Список цитированных источников

1. Бочаров, В.В. Финансовый инжиниринг. – Питер, 2004. – 400 с.
2. Национальный Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: [http:// belstat.gov.by](http://belstat.gov.by).

УДК 658.14:330.142.212

Яревич Е.И.

Научный руководитель: доцент Зазерская В.В.

ФИНАНСИРОВАНИЕ ОБОРОТНЫХ АКТИВОВ ПРЕДПРИЯТИЯ: АНАЛИТИЧЕСКИЙ ПОДХОД

Известны три принципиальных подхода к формированию оборотных активов предприятия:

✓ **консервативный** – предполагает, что варьирующая часть текущих активов покрывается долгосрочными пассивами. В этом случае краткосрочной кредиторской задолженности нет, отсутствует и риск потери ликвидности. Гарантирует минимизацию операционных и финансовых рисков, но отрицательно сказывается на эффективности использования оборотных активов – оборачиваемости и уровне рентабельности;

✓ **умеренный** – внеоборотные активы, системная часть текущих активов и приблизительно половина варьирующей части покрываются долгосрочными пассивами. Чистый оборотный капитал равен по величине сумме системной части текущих активов и половины их варьирующей части. Достигается среднее соотношение между уровнями риска и эффективности использования финансовых ресурсов;

✓ **агрессивный** – долгосрочные пассивы служат источниками покрытия внеоборотных активов и системной части текущих активов, т.е. того их минимума, который необходим для осуществления хозяйственной деятельности. Обеспечивает наиболее высокий уровень эффективности их использования, однако любые сбои, вызванные действием внутренних или внешних факторов, приводят к существенным финансовым потерям из-за сокращения объема производства и реализации продукции [1].

Выбор соответствующей модели сводится к определению объема долгосрочных пассивов и расчету на его основе чистого оборотного капитала (ЧОК) (формула 1):

$$\text{ЧОК} = \text{ДП} - \text{ВОА}, \quad (1)$$

где ДП – долгосрочные пассивы;

ВОА – внеоборотные активы.

Выберем модель финансирования оборотных активов для ОАО «Барановичский завод станкопринадлежностей». Чистый оборотный капитал для нашего предприятия равен 14521 тыс. руб. Расчеты показали нехватку долгосрочных пассивов и необходимость привлекать дополнительные источники финансирования (таблица 1).

Таблица 1 – Сумма долгосрочных пассивов для каждого вида стратегии

	Агрессивная	Консервативная	Умеренная
Чистый оборотный капитал	44471	25314	48212
Долгосрочные пассивы	87225	94707	90966

Предварительно выбираем агрессивную модель, так как при этой модели нужно привлекать наименьшую сумму дополнительных источников финансирования.

Так как менеджмент предприятия не ориентирован на долгосрочные заимствования, то дальнейший выбор оптимальной стратегии основан на анализе структуры баланса и финансовой устойчивости (таблица 2).

Вопрос финансирования оборотных активов следует рассматривать с позиции именно активов, поэтому проведем коэффициентный анализ.

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами оборотных активов (формула 2):

$$КОСС_{oa} = \frac{\text{Собственные оборотные средства}}{\text{Оборотные активы}} = 28\% \quad (2)$$

Это означает, что в общей величине всех источников финансирования оборотных активов организации 28% занимает собственный капитал, что характеризует деятельность предприятия как достаточно устойчивую и платежеспособную [2].

Таблица 2 – Фактические значения коэффициентов финансовой устойчивости и ликвидности ОАО «Барановичский завод станкопринадлежностей»

Структура баланса	
Внеоборотные активы (62,81%)	Собственный капитал (84,14%)
Постоянная часть оборотных активов (19,52%)	Долгосрочные обязательства (0,00%)
Переменная часть оборотных активов (17,67%)	Краткосрочные обязательства (15,86%)
Коэффициент Автономии	Факт
Финансовой напряженности	0,841
Абсолютной ликвидности	0,159
	0,566

Однако формирование оборотных активов осуществляется не только за счет собственного, но и заемного капитала.

Коэффициент финансирования оборотных активов за счет долгосрочных обязательств (формула 3):

$$К^{до} ф. oa = \frac{\text{Долгосрочные обязательства}}{\text{Оборотные активы}} = 0\% \quad (3)$$

Коэффициент финансирования оборотных активов за счет краткосрочных обязательств (формула 4):

$$К^{ко} ф. oa = \frac{\text{Краткосрочные обязательства}}{\text{Оборотные активы}} = 72\% \quad (4)$$

Коэффициент финансирования оборотных активов за счет заемного капитала (формула 5):

$$К^{зк} ф. oa = \frac{\text{Заемный капитал}}{\text{Оборотный капитал}} = 72\% \quad (5)$$

Это означает, что в общей величине источников финансирования оборотных активов заемный капитал занимает 72%, что характеризует организацию

как достаточно устойчивую и правильно использующую заемные и собственные средства.

Представим сложившуюся ситуацию графически (рисунок 1):

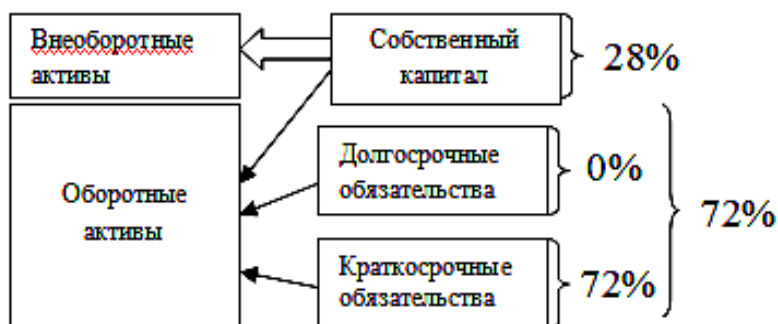


Рисунок 1 – Схема долевой структуры источников финансирования оборотных активов ОАО «Барановичский завод станкопринадлежностей»

Проведенный анализ позволяет констатировать, что в перспективе для обрабатывающих предприятий необходимо проводить **консервативный** тип финансовой политики, который направлен на минимизацию кредитного риска, обеспечение финансовой устойчивости и позволяет финансировать текущую деятельность, иметь высокую маневренность оборотного капитала и возможность продолжать деятельность в случае покрытия всех имеющихся обязательств (таблица 3).

Таблица 3 – Фактические и расчетные значения коэффициентов финансовой устойчивости и ликвидности ОАО «БЗСП».

Факт (2012 г.)		Предлагаемая модель	
Структура баланса			
Внеоборотные активы (62,81%)	Собственный капитал (84,14%)	Внеоборотные активы (45,14%)	Собственный капитал (60,47%)
Постоянная часть оборотных активов (19,52%)	Долгосрчные обязательства (0,00%)	Постоянная часть оборотных активов (14,03%)	Долгосрчные обязательства (0,00%)
Переменная часть оборотных активов (17,67%)	Краткосрочные обязательства (15,86%)	Переменная часть оборотных активов (40,83%)	Краткосрочные обязательства (39,53%)
Коэффициент автономии	Факт 0,841	Предлагаемое нормативное значение 0,605	
коэффициент финансовой напряженности	0,159	0,395	
коэффициент абсолютной ликвидности	0,566	0,229	

Примечание: ДЗК – долгосрочный заемный капитал; СК – собственный капитал; КЗК – краткосрочный заемный капитал

Если применить выбранную нами стратегию на предприятии, то можно увидеть, что она изменит структуру баланса и окажет положительное влияние на финансовое состояние предприятия.

Список цитированных источников

1. Бочаров, В.В. Финансовый инжиниринг. – Питер, 2004. – 400 с.
2. Финансовый анализ: учебник для Вузов. Издание 3. // О.В. Ефимова. – Москва, 2010. – 352 с.

АНАЛИЗ КЛАСТЕРНЫХ ЭФФЕКТОВ ДЛЯ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Цель исследования – экономически обосновать целесообразность создания кластера на территории Брестской области и оценить кластерные эффекты для предприятий малого бизнеса нашего региона.

В процессах преобразований региональных экономик зарубежных стран начал активно применяться кластерный подход. Это обусловлено необходимостью поддержки региональных предприятий, повышения их конкурентоспособности. На основе анализа успешного мирового опыта мы осознали, что использование кластерного подхода является одним из наиболее эффективных инструментов при реализации задач модернизации предприятий и обеспечения развития инновационных секторов экономики.

Кластер – сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в соответствующих отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций в отдельных областях, конкурирующих, но вместе с тем и ведущих совместную работу.

Преимущества кластеров: уход от жесткого управления и переход к гибким сетевым структурам, возможность замкнутой технологической цепочки – от создания продукта до его производства и вывода на рынок.

Отличие кластера от других форм экономических объединений заключается в том, что компании кластера не идут на полное слияние, а создают механизм взаимодействия, позволяющий им сохранить статус юридического лица и при этом сотрудничать с другими предприятиями, образующими кластер и за его пределами. Именно от взаимодействий внутри инновационного кластера, от способности его участников эффективно использовать внутренние и мобилизовать внешние ресурсы зависит конкурентоспособность всего кластера.

Таким образом, в рамках программы развития малого бизнеса считаем целесообразным формирование следующего кластера (рисунок 1).

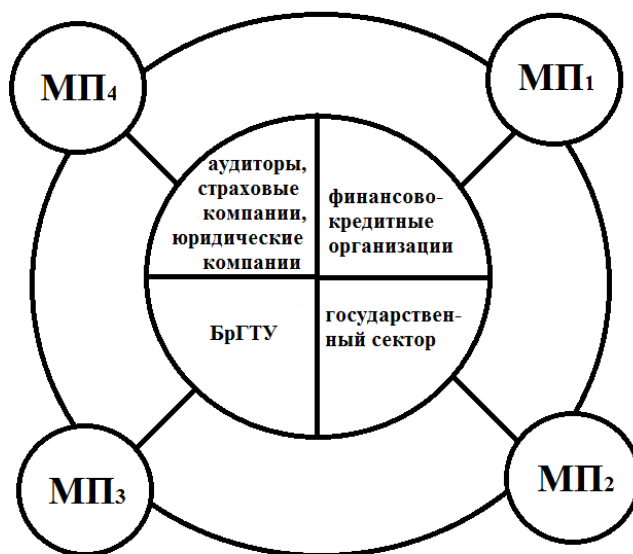


Рисунок 1 – Кластер Брестской области

МП_{1,2,3,4} – это предприятия малого бизнеса Брестской области, объединяемые по признаку взаимовыгодного сотрудничества. Назовем это Интеграция.

БрГТУ – инициативные люди которые могут предложить новые идеи и на деле доказать полезность кластеров. То есть это Инициатива и Инновации.

Финансово-кредитные организации представляют систему финансирования малых предприятий. Кластеры привлекают гораздо больше инвестиций, чем отдельные компании. В данном случае уместно определение Инвестиции.

Государственный сектор отвечает за создание благоприятных условий для развития субъектов малого предпринимательства. Государственный сектор может упростить налоговую систему, повысить качество подготовки нормативно-правовых актов. Краткое определение – Интерес.

Страховые компании, лизинговые компании, юридические компании, аудиторы дают возможность получать помощь экспертов-консультантов по вопросам технологической модернизации предпринимательской деятельности, экспертов по внешней торговле относительно внедрения торговых знаков и экспортных стандартов, экспертов юридических учреждений относительно регистрации и оформления соответствующих документов. Еще один немаловажный фактор – это Информация.

Таким образом, наша кластерная модель (1) или «Эффект 6И» [1] формируется следующим образом.

$$\text{Эф} = I_1 + I_2 + I_3 + I_4 + I_5 + I_6, \quad (1)$$

где Эф – эффект от создания кластера; I_1 – интеграция; I_2 – инициатива; I_3 – инновации; I_4 – инвестиции; I_5 – интерес; I_6 – информация.

Присвоив каждому «И» числовое значение, можно проводить факторный анализ данной модели для того, чтобы достичь максимального эффекта от создания кластера.

Далее мы провели анализ эффектов, возникающих при формировании кластера.

Под кластерными эффектами будем понимать влияние участия в кластерах на различные результирующие показатели деятельности МП и региона в целом.

Эффект от снижения издержек МП [2] (2), входящих в кластер, и, как следствие, роста конкурентоспособности за счет снижения затрат.

$$\text{Э}_1 = \sum \text{Э}_{\text{изд}}, \quad (2)$$

где $\sum \text{Э}_{\text{изд}}$ – сумма экономии от снижения затрат МП кластера.

Эффект от повышения финансовой устойчивости всех МП кластера [2] (3). При условии укрепления хозяйственных связей региональные кластеры становятся более привлекательными для инвестиций, в том числе иностранных, у компаний кластера снижаются рыночные риски. Доступность финансовых ресурсов дает возможность развивать новые проекты предприятий кластера.

$$\text{Э}_2 = \sum \text{Э}_{\text{привл}}, \quad (3)$$

где $\sum \text{Э}_{\text{привл}}$ – сумма дополнительно привлечённых инвестиций.

Эффект при приобретении некоторого ценного блага [2] (4), которым может быть информация, новая технология, производственное или исследовательское оборудование, объект интеллектуальной собственности, лицен-

зионное программное обеспечение, уникальные профессиональные навыки специалистов и т.д. В данном случае смысл эффекта заключается в том, что этим благом может воспользоваться каждый из участников кластера и от его потребления каждая фирма-участница получает определенный доход.

$$\mathcal{E}_3 = \Delta D - Z_{\phi}, \quad (4)$$

где ΔD – дополнительный доход компании участницы от использования создаваемого общественного блага;

Z_{ϕ} – издержки участника кластера в связи с уплатой взноса на приобретение общественного блага.

Эффект маркетинга [2] (5). В кластере возможно создание или использование единого бренда кластера. Это будет способствовать сокращению затрат на рекламу за счет пользования общим брендом. Известность бренда предприятия дает широкие возможности для продвижения торговых марок предприятий-поставщиков с опорой на бренд основного предприятия кластера.

$$\mathcal{E}_4 = \Delta \mathcal{E}_{\text{изд}} + \Delta B, \quad (5)$$

где $\Delta \mathcal{E}_{\text{изд}}$ – снижение каждого вида маркетинговых издержек;

ΔB – прирост объема продаж компаний кластера за счет продвижения бренда кластера.

Эффектом для бюджета региона (6) будет увеличение налогооблагаемой базы за счет локализации в регионе дополнительных предприятий и интенсификации инновационных процессов.

$$\mathcal{E}_5 = \Delta B P \times r_1 + \Delta \Pi \times r_2, \quad (6)$$

где $\Delta B P$ – прирост выручки от реализации каждого участника кластера;

$\Delta \Pi$ – прирост прибыли каждого участника кластера;

r_1 – ставка налога, уплачиваемого из выручки;

r_2 – ставка налога, уплачиваемого из прибыли.

Эффект социальный (7) заключается в улучшении социально-экономического положения населения региона за счет создания новых рабочих мест, трудоустройства молодых специалистов.

$$\mathcal{E}_6 = \Delta Z P \times r, \quad (7)$$

где $\Delta Z P$ – абсолютный прирост заработной платы;

r – ставка (ФСЗН, Белгосстрах, подоходный налог).

Рассмотренные нами кластерные эффекты могут быть дополнены. Также они сопоставимы и могут быть суммированы для расчета совокупного кластерного эффекта в рамках предприятия (8) и для региона (9).

$$\mathcal{E}_{\text{ф ПР}} = \mathcal{E}_1 + \mathcal{E}_2 + \mathcal{E}_3 + \mathcal{E}_4, \quad (8)$$

где $\mathcal{E}_{\text{ф ПР}}$ – эффект в рамках предприятия;

\mathcal{E}_1 – эффект от снижения издержек МП;

\mathcal{E}_2 – эффект от повышения финансовой устойчивости всех МП кластера;

\mathcal{E}_3 – эффект при приобретении некоторого ценного блага;

\mathcal{E}_4 – эффект маркетинга.

$$\text{Эф Р} = \text{Э}_5 + \text{Э}_6, \quad (9)$$

где Эф Р – эффект в рамках региона;
Э₅ – эффект для бюджета региона;
Э₆ – социальный эффект.

В результате мы имеем следующие преимущества от создания кластера:

- увеличение налогооблагаемой базы и доходов бюджета;
- создание новых рабочих мест и сокращении выплат по безработице;
- повышение конкурентоспособности определенной отрасли;
- усиление инвестиционной привлекательности как отрасли, так и региона;
- развитие инфраструктуры региона;
- повышение предпринимательской активности;
- увеличение выпуска высокотехнологичной продукции.

Таким образом, **научная новизна работы** заключается в выявлении и систематизации факторов в кластерной модели.

Практическая значимость нашего исследования заключается в возможности проанализировать кластерный эффект как для МП-участников кластера, так и для региональных институтов.

Список цитированных источников

1. Буянова, М.Э. Оценка эффективности создания региональных инновационных кластеров / М.Э. Буянова, Л.В. Дмитриева // Региональная экономика: теория и практика. – 2012. – №2(21). – С. 54-62.
2. Асаул, А.Н. Кластеры – сетевые территориальные объединения / Организация предпринимательской деятельности: учебник. – Санкт-Петербург, 2009. – Ч. 3. – С. 95-106.

УДК 334.012.64:303.722.4

Яромич М.В.

Научный руководитель: ст. преподаватель Кайдановская Т.В.

АНАЛИЗ ПОТЕНЦИАЛА БрГТУ ДЛЯ ВХОЖДЕНИЯ В КЛАСТЕР

Кластер предполагает, что на определенной территории наблюдается высокая плотность связей между организациями, объединенными одной сферой деятельности, а также с другими субъектами региональной экономики (покупателями, поставщиками, в том числе малыми и средними, научными и образовательными учреждениями). Связанность организаций в кластере можно условно разделить на внутреннюю (связанность между организациями, входящими в кластер) и внешнюю (связанностью между организациями в кластере с «внешними» организациями).

Основными участниками кластера являются [1]:

- малые предприятия, специализирующиеся на профильных видах деятельности;

- малые предприятия, поставляющие продукцию или оказывающие услуги для специализированных организаций;
- организации, предоставляющие соответствующие услуги рыночной инфраструктуры;
- аудиторские, консалтинговые, страховые и лизинговые организации;
- БрГТУ;
- финансовые организации;
- государственный сектор.

Формирование инновационно-промышленного кластера предусматривает следующие этапы [1]:

1. Принятие решения о формировании кластера и создание его организационной структуры, включая: создание совета кластера из числа руководителей участников кластера; создание организации кластерного развития или возложение статуса организации кластерного развития на одного из участников кластера (юридическое лицо в форме хозяйственного общества).

2. Подготовка и направление в облисполком организацией кластерного развития кластерной инициативы и кластерного проекта для участия в конкурсе на оказание государственной поддержки кластерных проектов.

3. Принятие облисполкомом решения об оказании государственной поддержки кластерных проектов, прошедших конкурсный отбор.

4. Регистрация кластерного проекта, прошедшего конкурсный отбор.

Целесообразно формирование инновационно-промышленного кластера с учетом значения коэффициента локализации 1,5 и более.

Коэффициент локализации вычисляется по следующей формуле (1):

$$K_{л} = Z_{отр. рег.} \times Z_{сп.} / Z_{рег.} \times Z_{отр. стр.}, \quad (1)$$

где $K_{л}$ – коэффициент локализации;

$Z_{отр. рег.}$ – занятость в отрасли в отдельном регионе;

$Z_{сп.}$ – занятость в стране в целом;

$Z_{рег.}$ – занятость в регионе в целом;

$Z_{отр. стр.}$ – занятость в отрасли в стране.

Под потенциалом учреждений образования следует понимать ресурсную и результативную составляющие деятельности высшего учебного заведения, которая является основой успешного сотрудничества с предприятиями реального и финансового секторов экономики.

Потенциал вуза в первую очередь характеризует компетентность участников научно-исследовательской деятельности [2]:

- качественный преподавательский состав;
- число публикаций сотрудников вуза и их цитируемость в ведущих изданиях;
- число зарегистрированных открытий, патентов, сертифицированных разработок.

Вторым важным фактором, определяющим инновационный потенциал вуза, является его инфраструктура в части, ориентированной на инновационную деятельность [2]:

- наличие в структуре вуза отраслевых (базовых) кафедр, решающих задачи обеспечения кадрами отраслей;

• специализированные подразделения вне стандартной образовательной структуры, решающие задачи доведения инновационных идей до промышленных разработок.

Третьим фактором инновационного потенциала является стратегия развития вуза, его нацеленность на перспективные задачи [2].

Оценочными параметрами этого важного компонента могут служить:

- структура подготовки специалистов, принятая в вузе;
- доля средств, направляемых на перспективные разработки.

БрГТУ выступает в качестве инициативных людей, которые могут предложить новые идеи.

Инициатива – инициативные и влиятельные люди из учебных заведений, способные своим авторитетом, организаторскими способностями и знаниями сплотить, заинтересовать и на деле доказать полезность кластеров как для самих их членов, так и для региона.

Инновации – новые технологии в организации производства, сбыта, управления, финансирования, способные открыть новые возможности в конкурентной борьбе.

На этапе принятия решения о формировании кластера можно предложить для расчёта потенциала университетов для вхождения в кластер (2) следующую формулу:

$$П = Ч \times a_1 + И \times a_2 + О \times a_3, \quad (2)$$

где Ч – количество человек, участвующих в научной конференции;

И – количество предложенных идей участниками конференции;

О – уровень образования, т. е. 1- 4 курс.

Удельный вес показателей: $a_1 = 0,2$

$a_2 = 0,5$

$a_3 = 0,3$

Целесообразно включать университет в состав участников кластера при значении коэффициента потенциала университета 3,5 и более.

На основании этой формулы можно рассчитать потенциал БрГТУ для вхождения в кластер (3):

$$П = 0,2 \times Ч + 0,5 \times И + 0,3 \times О. \quad (3)$$

Рассмотрим следующий пример:

В 2012 году в научной конференции участвовали 528 человек по университету, в 2013 году – 603. Количество предложенных идей в 2012 – 603 идеи, в 2013 – 623 идеи. Количество предложенных идей может быть больше, чем количество человек, участвовавших в конференции, так как некоторые студенты могут выступать с двумя темами на одной конференции.

Проводим анализ по БрГТУ за 2012, 2013 год, используя данные таблицы 1.

Потенциал БрГТУ в 2012 году

$П_1 = 0,2 \times 72 + 0,5 \times 75 + 0,3 \times 10 = 14,4 + 37,5 + 3 = 54,9$ – потенциал 1-го курса

$П_2 = 0,2 \times 110 + 0,5 \times 115 + 0,3 \times 20 = 22 + 57,5 + 6 = 85,5$ – потенциал 2-го курса

$П_3 = 0,2 \times 156 + 0,5 \times 158 + 0,3 \times 30 = 31,2 + 79 + 9 = 119,2$ – потенциал 3-го курса

$П_4 = 0,2 \times 140 + 0,5 \times 152 + 0,3 \times 40 = 28 + 76 + 12 = 116$ – потенциал 4-го курса

$П_5 = 0,2 \times 50 + 0,5 \times 51 + 0,3 \times 50 = 10 + 25,5 + 15 = 50,5$ – потенциал 5-го курса

$П_{итог} = 54,9 + 85,5 + 119,2 + 116 + 50,5 = 426,1$

$П_{коэф} = 375,6 / 100 = 4,261$

Потенциал БрГТУ в 2013 году

$P_1 = 0,2 \times 63 + 0,5 \times 63 + 0,3 \times 10 = 12,6 + 31,5 + 3 = 47,1$ – потенциал 1-ого курса

$P_2 = 0,2 \times 124 + 0,5 \times 125 + 0,3 \times 20 = 24,8 + 62,5 + 6 = 93,3$ – потенциал 2-го курса

$P_3 = 0,2 \times 130 + 0,5 \times 133 + 0,3 \times 30 = 26 + 66,5 + 9 = 101,5$ – потенциал 3-го курса

$P_4 = 0,2 \times 235 + 0,5 \times 235 + 0,3 \times 40 = 47 + 117,5 + 12 = 176,5$ – потенциал 4-го курса

$P_5 = 0,2 \times 67 + 0,5 \times 67 + 0,3 \times 50 = 13,4 + 33,5 + 15 = 61,9$ – потенциал 5-го курса

$P_{\text{итог}} = 47,1 + 93,3 + 101,5 + 176,5 + 61,9 = 480,3$

$P_{\text{коэф}} = 418,4 / 100 = 4,803$

Таблица 1 – Анализ участников конференции

курс	Количество человек		Количество идей		Уровень образования
	2012	2013	2012	2013	
1	72	63	75	63	10
2	110	124	115	125	20
3	156	130	158	133	30
4	140	235	152	235	40
5	50	51	67	67	50
Всего	528	603	567	623	-

Примечание: собственная разработка.

Можно сделать вывод, что потенциал БрГТУ в 2013 году по сравнению с 2012 годом увеличился на 0,542. Это произошло за счёт увеличения активности студентов в научной деятельности университета.

БрГТУ может стать участником кластера, так как его потенциал для вхождения в кластер более 3,5.

Чем больше коэффициент, тем больше потенциал университета для вхождения в кластер.

БрГТУ имеет ряд преимуществ при вхождении в кластер:

- возможность заинтересовать студентов в научной работе;
- возможность получения инвестиций для разработки новых научных идей;
- возможность воплотить научные идеи и внедрить их в процесс производства товаров, работ, услуг и от этого получить прибыль;
- возможность трудоустройства студентов после окончания обучения, БрГТУ выступает как поставщик кадров для кластера;
- возможность получить дополнительный доход.

Также университет может оказывать услуги по повышению подготовки и переподготовки участников кластера.

Список цитированных источников

1. Концепция формирования и развития инновационно-промышленных кластеров в Республике Беларусь/Постановление Совета Министров от 16.01.2014 №27 // Консультант Плюс: Беларусь [Электрон. ресурс] / ООО"ЮрСпектр", Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. - Минск, 2014.

2. Надеина, Н.Г. Инновационный потенциал вуза/ Н.Г. Надеина // Экономика: Вестник Брестского государственного технического университета. – 2012. – №3. – С.16-18.

УДК 159.9

Новицкая Е.В.

Научные руководители: ст. преподаватель Полищук Е.О., доцент Трифонюк А.Ф.

ПСИХОЛОГИЯ ИНВЕСТИЦИЙ

В эпоху глобализации одним из самых популярных направлений пополнения собственного капитала являются инвестиции. Инвестируя, все мы сталкиваемся с проблемой сохранения финансовой безопасности. Во избежание финансовых неудач необходимо учитывать психологию инвестиций, которая, в свою очередь, подразумевает связь между эмоциями и деньгами.

Цель нашего исследования связана с усилением внимания к проблеме разумного инвестирования с учётом психологических особенностей индивида и общества в целом.

Объектом исследования являются инвестиции с позиции психологического аспекта.

Многие полагают, что для принятия правильных финансовых решений необходимо иметь план действий на каждый случай: необходимо подстраховаться от возможного снижения цен, нужны собственные инструменты для любых колебаний рыночной конъюнктуры, все расчеты на будущее должны быть доведены до совершенства так, чтобы никакие изменения не стали неожиданностью. Мы стремимся знать и понимать все, что касается финансовых рынков, планировать все свои расходы до последнего цента.

Мы не осознаём, что большинство наших планов абсолютно бесполезны: ни один план не может предусмотреть всех ситуаций. А это не так уж и плохо, ведь тогда нет необходимости выбирать единственно верный способ вложения денег, копить строго определенную сумму, предсказывать доходность, тратить время на просмотр телешоу о фондовом рынке, разыскивать в интернете курсы акций или составлять планы.

Решение всех денежных проблем может быть найдено за счёт использования следующих рекомендаций:

1. Мы можем защитить себя до определенной степени. Важно понимать, что инвестиции характеризуются двумя взаимосвязанными параметрами: риском и прибыльностью (доходностью)[1]. В психологии понятие «риск» раскрывается главным образом в аспекте принятия риска, т.е. активного предпочтения субъектом опасного варианта действия безопасному [2]. При нежелании взять ответственность на себя лучше вовсе отказаться от попыток инвестировать, положив все сбережения в банк под фиксированную ставку. В инвестировании предугадать все не удастся, но чтобы защитить себя от неизбежных жизненных ошибок, можно сделать ряд обдуманных шагов.

2. Мы можем научиться использовать неопределенность ввиду того, что перемены не всегда влекут за собой проблемы. Вне ограничения жесткими рамками плана легче распознать и ухватиться за новые возможности, как только они появятся.

3. Мы должны понять, чего же по-настоящему хотим, так как капиталовложения, которые принесут высокий доход, есть лишь способ стать счастливыми и удовлетворёнными жизнью. Чем лучше вы знаете себя, тем более успешными будут ваши инвестиции, то есть они будут соответствовать вашим истинным целям. Однако понимание своих стремлений требует огромного

труда, и в этом одна из главных причин, по которым большинство инвесторов так и не приходит к нужному решению.

4. Мы можем довериться себе и отстоять то, что является действительно важным для нас. Согласно психологическому объяснению, вера в себя – признание себя истинным с такой решительностью, которая превышает силу внешних фактических и формально-логических доказательств [3]. Вера себе самому даёт возможность принятия действительно верных финансовых решений в инвестициях.

Компании вроде Morningstar и Dalbar провели множество исследований, стремясь количественно выразить влияние поведения инвестора на реальную доходность. Такого рода анализ был направлен на сравнение дохода, полученного отдельным владельцем ценных бумаг в инвестиционном фонде, с доходностью самих фондов [4].

Чтобы обозначить эту разницу, был введён термин «поведенческая пропасть» для описания всех ситуаций, в которых наше поведение приводит к неудовлетворительным результатам [4] (рис.1).



Рисунок 1 – Поведенческая пропасть

Рассмотрим следующую ситуацию: группа людей – держателей акций приходят на приём к профессионалу-консультанту.

Они: «Нам кажется, что пришло время продавать акции».

Он: «Вы считаете, что нужно продавать акции только потому, что их цена упала на 30%?»

Они: «Нам что, просто сидеть и ждать, когда рынок полностью обвалится?»

Он: «Все, что могло случиться, уже случилось. Не нужно ничего предпринимать. Стоит подождать немного, пока все уляжется, а затем пересмотреть планы и при необходимости скорректировать их».

Прошло несколько лет. Все те же клиенты снова приходят к тому же консультанту.

Они: «Стоит ли нам вложить в акции дополнительные средства, потому как в последнее время рынок не перестает нас радовать?»

Он: «То есть вы хотите сказать, что собираетесь приобрести акции только по той причине, что они сейчас дорогие?»

Они: «Ну, они ведь могут еще сильнее подняться в цене!»

Он: «Мы не имеем ни малейшего понятия о том, каким образом рынок поведет себя в будущем. Почему бы нам не придерживаться нашего плана и дальше?»

Разумно ли вкладывать деньги в активы, цена на которые удвоилась менее чем за два года? Купили бы вы дом, цена на который за последние пару лет выросла с 300 до 600 тысяч долларов [4]?

Парадокс заключается в том, что чем дороже акции (или недвижимость), тем они кажутся нам наиболее привлекательными. Неудивительно, что большинство людей не испытывают удовлетворения от своего инвестиционного опыта. Не стоит обвинять того, кто убедил нас в необходимости вложения, ставшего убыточным: жуликов-банкиров, которые разрушили экономику, неконтролируемые государственные расходы, лживые средства массовой информации, плохую погоду в Бразилии... Все ошибки в инвестициях на самом деле ошибки инвесторов.

Циклы бума и спада в значительной степени зависят от наших коллективных ожиданий, которые управляют психологией нашего поведения. А в основе наших ожиданий часто лежит недавний опыт: мы интересуемся последними новостями в области финансовой деятельности фондов, пренебрегая тенденциями ранних периодов и не замечая резких изменений состояния рынка.

Общеизвестным является тот факт, что страх и жадность – основные причины большинства крупных поведенческих ошибок инвесторов. При подробном рассмотрении можно сделать вывод, что это совершенно разные эмоции. Страх – состояние сильной тревоги, боязни, беспокойства, душевного волнения от грозящей или ожидаемой опасности [5]. Жадность – страстное стремление к чему-либо, неудержимость в удовлетворении какого-либо желания [6]. Важно понять, какая из этих эмоций для вас первостепенна, чтобы не пришлось входить и выходить из фондового рынка, разрываясь между более агрессивным (справляющимся с жадностью) и более консервативным (справляющимся со страхом) подходами.

Следующая проблема, с которой нам приходится сталкиваться в процессе инвестирования, – самонадеянность. К самонадеянности склонны все люди: у некоторых – это глубокие психологические конфликты, у других самонадеянность – просто вопрос изменения старых привычек [7]. С ростом уровня самонадеянности растет и цена совершаемых ошибок, поскольку самонадеянность подталкивает к все большему риску.

При планировании инвестиций рекомендуется использовать следующую схему своей работы:

- Составление объективного плана с точки зрения понимания текущей ситуации, целей, к которым вы стремитесь, и правил поведения, следование которым позволит решить поставленные задачи.
- Подбор инвестиционных инструментов для реализации своего плана. Идеальных инвестиций не существует: в зависимости от ваших целей, личных качеств, имеющихся активов, баланса по кредитке и т.д. вы выбираете наиболее подходящие Вам инвестиции.
- Признание наличия проблемы за счёт пересмотра ваших прошлых решений.
- Использование новой информации постепенно. Эффективнее записывать все намеченные изменения инвестиционного портфеля и возвращаться к ним тогда, когда появится возможность взвешенно обдумать следующий шаг.
- И главное, что следует запомнить, – важна концентрация внимания на собственном поведении, а не на поведении рынка, потому как Вы и только Вы знаете, где и как можно заработать Ваши деньги.

Список цитированных источников

1. Инвестиции. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Инвестиции>
2. Риск: психологический словарь. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://psychology.net.ru/dictionaries/psy.html?word=836>

3. Вера: психологический словарь. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://psychology.net.ru/dictionaries/psy.html?word=125>

4. Ричардс, К. Психология инвестиций: Как перестать делать глупости со своими деньгами: гл.1, гл. 2.

5. Страх: значение слова по Ефремовой. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tolkslovar.ru/s13005.html>

6. Жадность: значение слова по Ефремовой. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tolkslovar.ru/j42.html>

7. Трейдинг на «автомате» – свободно и интуитивно. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://optitrader.ru/news/trejding_na_avtomate_svobodno_i_intuitivno/2014-02-14-182

УДК 159.9

Новицкая Е.В.

Научные руководители: ст. преподаватель Полищук Е.О., доцент Трифонюк А.Ф.

ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ИНВЕСТИЦИЙ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Целью нашей работы является рассмотрение основных принципов инвестиционной привлекательности для их покупателя в контексте психологического ракурса.

Объект исследования – психология воздействия инвестиций на потребителя.

Общеизвестным является тот факт, что не менее 30% всех деловых переговоров – это переговоры по вопросу привлечения инвестиций в различные бизнес-проекты. Вкладывая собственные денежные средства в какой-то проект, мы ориентируемся на привлекательность этих инвестиций.

Основные параметры, которые мы подсознательно используем для того, чтобы понять, интересна ли эта компания для нас как для инвесторов, следующие:

1) хорошее управление компанией и сильная команда менеджеров, которая будет разделять ваши интересы;

2) производимый компанией продукт или предоставляемые услуги, обладающие конкурентным преимуществом по сравнению с другими подобными продуктами или услугами на данном рынке;

3) охват компанией достаточно большого сектора рынка, недополучившего или вообще не получившего такого рода продуктов или услуг;

4) отсутствие очевидных или предполагаемых в ближайшем будущем законодательных препятствий;

5) четкий план развития компании и совершенно понятная возможная стратегия того, как вы будете через определенное время продавать свою инвестиционную позицию, в несколько раз превышающую изначальное вложение [1].

Все эти неотъемлемые составляющие являются крайне важными для нас, потому как мы испытываем чувство страха. Страх служит предупреждением о предстоящей опасности, позволяет сосредоточить внимание на её источнике, побуждает изыскивать пути и средства для её избегания или преодоления [2]. Именно поэтому каждый индивид в роли инвестора хочет обезопасить себя финансово, получив предварительно гарантии своих вложений.

Если посмотреть с другой стороны на вопрос привлекательности инвестиций, то, чтобы привлечь потенциального инвестора, согласно одной из статей Forbes, рекомендуется воспользоваться 7 советами:

1. Дать ответы на три главных вопроса

- Какая проблема решается?
- Как именно она решается?
- Как получить выручку? [3]

Какой бы ни была проблема, нужно сделать сознательный выбор, так как это выбор пути решения проблем. До тех пор, пока этот выбор не сделан, остаются переживания и сожаления, словно вы что-то упускаете и остаетесь в подвешенном состоянии [4]. Стоит объективно оценить идею будущего проекта по этим ключевым параметрам и, только убедившись, что ваша идея отвечает этим требованиям, переходить к этапу подготовки бизнес-плана.

2. Поиск мест, где собираются инвесторы

Благодаря всевозрастающим глобализационным процессам найти человека или людей с достаточным капиталом для вашего проекта не представляет особых трудностей.

3. Ограничение документацией

Важно понимать, что на первом этапе достаточно грамотной и емкой презентации, в которую должна входить вся нужная инвесторам информация, а также карта расходов и доходов [3]. Немаловажную роль здесь играет психология составления презентации и использование методов нейролингвистического программирования при её представлении для создания эффекта «большого убеждения». Инвесторы, как известно, — опытные люди, склонные трезво оценивать поступающие заявления и цифры, поэтому все оптимистичные прогнозы они сразу делят на десять.

4. Сделать акцент на выборе команды

Члены команды должны по-настоящему «гореть» одной идеей, быть готовы к длинным сериям неудач, безденежью, неизвестности, постоянным переменам [2]. С точки зрения инвесторов, серьезным плюсом является наличие у команды опыта запуска аналогичных проектов в прошлом, снижая таким образом имеющиеся риски.

5. Грамотное распределение инвестиционных средств

Здесь во внимание берется учет текущей стадии развития. Если продукт еще не реализован, практически все должно вкладываться в разработку, чтобы как можно быстрее (в идеале за пару месяцев) запустить хотя бы бета-версию, что позволит получить поток первых клиентов, пусть не приносящих поначалу большой прибыли, но формирующих столь важную пользовательскую аудиторию и доверие к новинке на рынке. Психология привлекательности инвестиций работает таким образом, что мы, не осознавая того, так или иначе пользуемся коллективной оценкой того или иного продукта или услуги, поэтому стоит обратить внимание на создание того «первого впечатления» от компании. После запуска необходимо сосредоточить усилия на поиске оптимальной финансовой модели, а денежные средства перенаправить на рекламу и продвижение.

6. Сочетание упорства с гибкостью

Многие начинатели бизнеса плохо себе представляют, какие перемены может принести в их жизнь этот шаг. Между тем психологическая готовность, зрелость – один из ключевых факторов успеха [3]. Упорство как качество личности – способность не пасовать перед неудачей, сохранять верность кон-

кретной, близкой, оперативной цели, неослабевающее стремление поддерживать действие независимо от трудностей, настроения и чувств [5]. Не секрет, что многие проекты выживали едва ли не исключительно благодаря непоколебимой вере их основателей в свои идеи и неиссякаемому упорству на пути к поставленным целям [3]. Гибкость мышления же заключается в умении изменять намеченный вначале план решения задач, если он не удовлетворяет тем условиям проблемы, которые постепенно вычлняются в ходе ее решения и которые не удалось учесть с самого начала.

- Гибкость – это вариативность подходов, гипотез и методов, используемых в процессе мышления.

- Гибкость – это быстрая реакция и адекватные решения.

- Гибкость – это талант налаживать контакты с абсолютно разными членами коллектива.

- Гибкость – это способность оценить реальные масштабы проблемы и принять необходимые меры.

- Гибкость – это адаптивность и пластичность мышления и поведения.

- Гибкость – это умение заменить неэффективный способ оптимальным.

- Гибкость – это свобода от стереотипов [6].

По-настоящему трудным является сочетание в индивиде этих двух качеств, учитывая еще то, что в зависимости от ситуации встает необходимость «пользоваться» либо упорством, либо гибкостью.

7. Умение смотреть на свой проект со стороны

Главная ошибка большинства нуждающихся в инвестициях – неверная оценка собственной идеи или продукта. В этом вопросе крайне важна объективность, так как человек, влюбленный в свою идею, порой не способен осознать, что на самом деле она не решает фактической проблемы. Абстрагироваться от личного отношения к проекту бывает очень сложно, но научиться этому является ключевой необходимостью для всех тех, кто хочет привлечь инвесторов.

Команда руководителей должна всегда смотреть на себя глазами человека, который сидит по другую сторону стола переговоров [1]. Очевидно, что инвесторы мыслят категориями прибыли и выгоды, которые должны превышать средние показатели, в таком случае приведите определенные расчеты, предоставьте финансовую отчетность и покажите, что вы можете этого добиться.

Список цитированных источников

1. Деловые переговоры: пять критериев привлечения инвестиций от Патриции Клоэрти. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://alexanderkondratovich.com/lycshie-intervyu/delovye-peregovori-pyat-kriteriev-privlecheniya-investicij-ot-patricii-kloerti.html>

2. Психологическая помощь при фобиях. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.amerahi.ru/articles/index.php?article=4>

3. Как привлечь инвестора: 7 советов из личного опыта. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.forbes.ru/svoi-biznes-column/startapy/84209-kak-privlech-investora-7-sovetov-iz-lichnogo-opyta>

4. Пути решения проблем. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://progressman.ru/2011/11/noprobl/>

5. Упорство и настойчивость. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.psychologos.ru/articles/view/uporstvo_i_nastoychivost

6. Что такое гибкость. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.xapaktep.net/virtues/business/flexibility/desc.php>

УДК 332.1

Нагурная М.Е.

Научный руководитель: к.э.н. Козинец М.Т.

ОЦЕНКА И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ)

Любая экономическая деятельность напрямую зависит от состояния и степени использования трудового потенциала. «Трудовой потенциал» как понятие можно рассматривать как статистический показатель (значение численности трудовых ресурсов в анализируемом периоде, которое может быть достигнуто вовлечением при определенных условиях в экономическую деятельность пока не занятых в экономике трудовых ресурсов) и как экономическую категорию (население как производитель материальных благ на основе совокупности всех качеств, определяющих его трудоспособность: способность и склонность работника к труду, состояние его здоровья, выносливость, тип нервной системы и т.д.).

Основной характеристикой трудового потенциала являются трудовые ресурсы – трудоспособная часть населения, обладающая физическим развитием, умственными способностями и знаниями, необходимыми для осуществления полезной трудовой деятельности в народном хозяйстве. К трудовым ресурсам относятся: – население в трудоспособном возрасте: мужчины в возрасте от 16 до 60 лет и женщины от 16 до 55 лет (за исключением неработающих инвалидов труда и войны I и II групп и неработающих мужчин и женщин трудоспособного возраста, получающих пенсии по старости на льготных условиях); население старше и моложе трудоспособного возраста, занятое в общественном производстве.

В сфере рынка труда не только переплетаются интересы работника и работодателя, но и отражаются все социально-экономические явления, происходящие в обществе. От того, насколько успешно функционирует экономика, зависит спрос на рабочую силу и ее предложение, а соответственно – уровень и структура занятости, незанятости и безработицы [1].

Тенденции формирования трудовых ресурсов определяются в первую очередь динамикой численности трудоспособного населения (табл. 1).

Таблица 1 – Баланс трудовых ресурсов по Брестской области за 2000-2012 гг., тыс.чел.

Показатели	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2012 +, - к 2011
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Трудовые ресурсы – всего	870,4	862,9	859,5	857,9	857,4	852,9	852,9	845,9	853,4	+7,5
Экономически активное население – всего	641,9	620,6	624,2	625,6	639,6	643,3	649,8	647,1	633,4	-13,7
Всего занято в экономике	631,3	608,5	613,3	617,0	631,7	636,2	643,4	641,8	628,1	-13,7
Безработные	11116	11223	8956	7506	6650	6528	5311	4757	5385	+628
Уровень зарегистр. безраб., в % к числ. экономически активного населения	1,7	1,8	1,4	1,2	1	1	0,8	0,7	0,9	+0,2
Численность всего	1481,	1439,	1426,	1417,	1409,	1404,	1399,	1394,	1391	-3,4

Из представленных данных видно, что численность экономически активного населения по Брестской области с каждым годом падает, что связано с негативными демографическими факторами: вступлением в трудоспособный возраст молодежи и выбытием населения пенсионного возраста.

Важнейшей составной частью трудовых ресурсов являются работающие лица старших возрастов, доля которых в 2005 г. составляла по области 9,3%, а в 2012 г. – 10,8%. Растущий удельный вес данной категории населения свидетельствует о наличии спроса, с одной стороны, на специалистов высокой квалификации, опыт которых имеет важное значение для обучения более молодых кадров, а с другой стороны – на вакансии рутинного труда, на которые молодежь идет неохотно.

В последние годы отмечается тенденция увеличения численности занятых в экономике – с 608,5 тыс.чел. в 2005 году до 628,1 тыс.чел. в 2012 году [2].

Динамика изменения занятости по отраслям экономики (2012 г. по отношению к 2005 г.) представлена на рисунке 1.

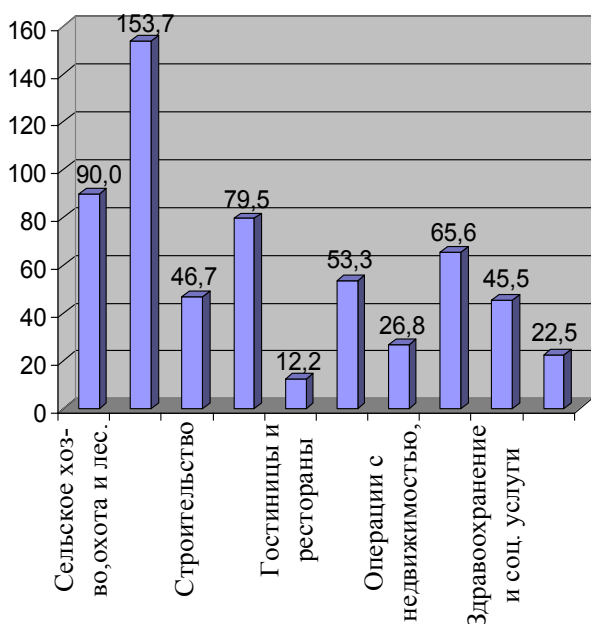


Рисунок 1 – Структура занятости по отраслям экономики

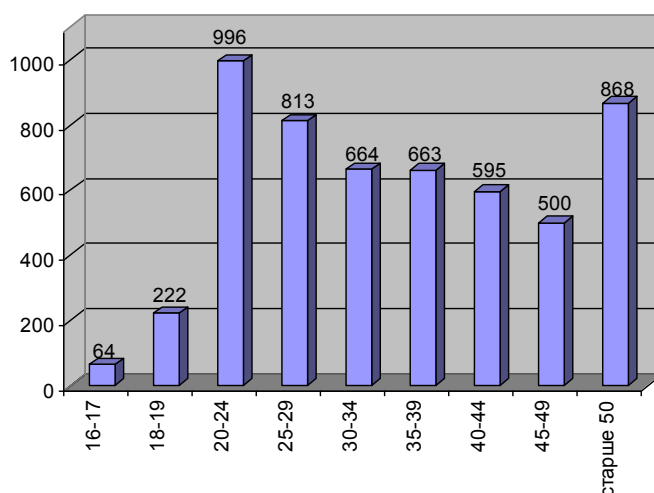


Рисунок 2 – Численность безработных, зарегистрированных в органах по труду, занятости и социальной защите, по возрастным группам на конец 2012 года

В основном свободные рабочие места формирует сфера материального производства. Каждая третья вакансия предложена промышленностью, каждая пятая – строительными предприятиями и каждая седьмая – сельским хозяйством.

Заполнить имеющиеся вакансии довольно трудно. Во многом ситуация на рынке труда обуславливается несоответствием вакансий, предоставляемых работодателями, образовательному и квалификационному уровню тех, кто состоит на учете в службе занятости, а также отсутствием опыта.

Уровень зарегистрированной безработицы в Брестской области к численности экономически активного населения на конец 2012 года составил 0,8 %. В 2009 году данный показатель составлял 1%, а в 2005 – 1,8%. Данная тенденция к снижению уровня зарегистрированной безработицы может говорить не только о снижении уровня реальной безработицы по области, но и о снижении эффективности деятельности служб занятости (небольшая величина пособия по безработице, малого количества вакансий для квалифицированных работников, мало предложений по переквалификации).

Для структуры официальной безработицы по Брестской области характерна высокая доля женщин, что свидетельствует об уязвимости женщин на рынке труда (очевидно, существует определенная дискриминация в отношении женщин при найме на работу). Но этот показатель все же имеет тенденцию к снижению – так, доля женщин в общей численности зарегистрированных безработных составила в 2005 году 57,7%, а в 2012 году – 46,2%.

В общем составе безработных на конец 2012 года немалую часть всех состоящих на учете безработных составляет молодежь в возрасте от 16 до 30 лет (38,9%). Средний возраст безработного составляет 35,6 года. Значит правомерно говорить о такой проблеме, как молодежная безработица.

Рынок труда по-прежнему ориентирован на рабочие профессии, которые составили 74,3% от общего количества заявленных нанимателями вакансий. Наибольший спрос предъявляет промышленность. Максимально востребованы такие профессии, как водители автомобиля, швеи, медицинские сестры, продавцы, а также рабочие строительных профессий.

Основой создания трудового потенциала является процесс воспроизводства населения, обеспечивающий непрерывное возобновление поколений людей. Так, демографическая ситуация по Брестской области представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Демографическая ситуация по Брестской области за 2000-2012 гг., человек

Показатели	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2012 в %к 2011
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Число родившихся	15923	14882	15641	16813	17187	17166	17076	17635	18214	103,3
Число умерших	18813	20346	19438	19019	19265	19596	19956	19810	18247	92,1
Естеств. прирост, убыль (-)	-2890	-5464	-3797	-2206	-2078	-2430	-2880	-2175	-33	15,2
Число прибывших	*	33345	36062	35843	36895	39583	34431	27850	26400	94,8
Число выбывших	*	37224	38398	38059	36783	42476	35967	31455	29325	93,2
Миграционный прир., уб.(-)	*	-3879	-2336	-2216	112	-2893	-1536	-3605	-2925	81,1
Число браков	9453	10660	11413	12671	10878	11106	11060	12290	10616	86,4
Число разводов	5343	3826	4112	4614	4745	4445	4762	5030	5209	103,6

За 2012 год по Брестской области родилось 18214 детей, что на 3,3% больше чем в 2011 году, умерло 18247 человек (по сравнению с 2011 годом число умерших по области уменьшилось на 7,9%). В структуре причин смерти, как и ранее в 2011 году, больше половины (67%) занимают болезни системы кровообращения, 17,2% – новообразования, 10,1% – несчастные случаи, отравления, травмы. По сравнению с аналогичным периодом 2011 года общий коэффициент смертности незначительно снизился с 14,2 до 13,1.

К отрицательным тенденциям формирования трудового потенциала области можно отнести тот факт, что доля лиц старше трудоспособного возраста составляет около 9% от экономически активного населения. Это говорит о том, что все большее число пенсионеров приходится на долю работающих лиц.

**Прогноз численности населения в трудоспособном возрасте
посредством линии тренда.**

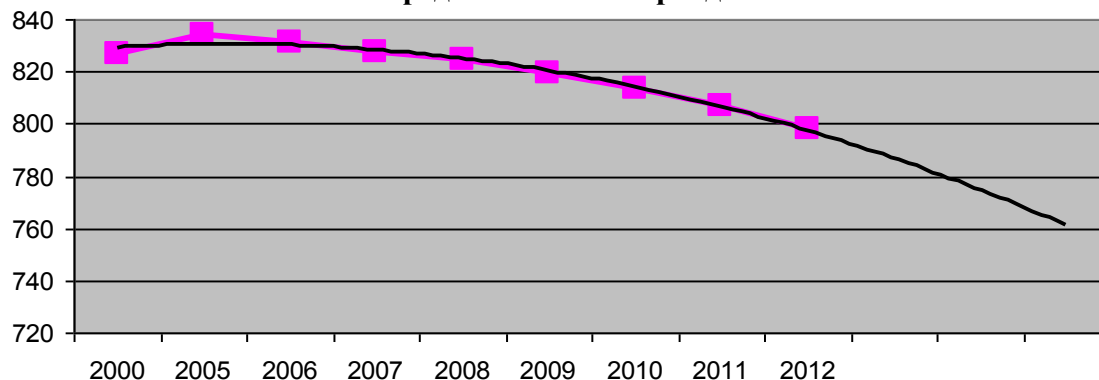


Рисунок 3 – Прогноз численности населения на три периода

Прогнозирование трудового потенциала зависит как от рождаемости, смертности и миграции на текущий момент, так от численности поколений, вступающих в трудоспособный возраст и выходящих за его пределы. При этом рождаемость оказывает влияние на динамику населения в трудоспособном возрасте через временной шаг, равный возрастной границе начала трудоспособного возраста (16 лет). Так, в трудоспособный возраст в 2000-2012 годы вступили поколения, родившиеся в период с 1984-1996 годы.

Потенциальные масштабы вступления в трудоспособный возраст, а также динамика численности населения, выходящего из трудоспособного возраста, отражены в таблице 3.

Таблица 3 – Потенциальные масштабы вступления в трудоспособный возраст населения Брестской области в 2014-2023 гг. и динамика среднегодовой численности населения, выходящего из трудоспособного возраста

Год рождения	Число родившихся, чел	Год вступления в трудоспособный возраст	Год выхода из трудоспособного возраста	Число родившихся, чел	Год рождения
1	2	3	4	5	6
1998	15754	2014	2014	31181	1959
1999	15977	2015	2015	30562	1960
2000	15923	2016	2016	29870	1961
2001	15263	2017	2017	27338	1962
2002	14972	2018	2018	26224	1963
2003	14724	2019	2019	24726	1964
2004	14706	2020	2020	23133	1965
2005	14882	2021	2021	*	1966
2006	15641	2022	2022	*	1967
2007	16813	2023	2023	*	1968

Поколения, родившиеся в период с 1998 по 2007 годы, пополняют трудовые ресурсы в 2014-2023 годах. Для этого периода характерно снижение показателей рождаемости по сравнению с 70-80-ми годами, тем не менее, по прогнозам в 2014 году должно было выйти в трудоспособный возраст 15754 чел., а в 2023 уже – 16813 чел.

Важным ресурсом областного рынка труда является трудовой потенциал, исследование которого позволяет сделать выводы о том, что данный ресурс

используется не в полной мере, а особенности областного рынка труда состоят в том, что имеется дисбаланс между спросом и предложением квалифицированной рабочей силы и трудности с трудоустройством молодежи.

Для преодоления негативных тенденций по снижению трудового потенциала необходимо принять меры по охране и укреплению здоровья населения: снижению смертности населения в трудоспособном возрасте, стимулирование заинтересованности работодателей в инвестициях в охрану и укрепление здоровья своих работников, добиться стабилизации и постепенного повышения уровня рождаемости. Увеличить реальную занятость населения создавая новые рабочие места соответствующие квалификации нетрудоустроенной части населения, содействовать развитию малого бизнеса; принять меры направленные на расширение занятости молодежи и женщин. Также оказывать содействие адаптации молодежи на рынке труда, так как основная масса безработных, как показал анализ, в возрасте до 36 лет, стимулировать предприятия к трудоустройству молодежи. Можно сделать следующие выводы о том, что в течение последних лет трудовой потенциал Брестской области продолжает сокращаться, что вызвано как уменьшением экономической активности населения, так и ухудшением его качественных характеристик, хотя можно отметить, по результатам проведенного анализа, что наблюдается незначительный рост расширенного воспроизводства населения. К негативным тенденциям относится рост смертности среди мужчин трудоспособного возраста. В связи с этим существует необходимость разработки комплекса мер, направленных на изменение негативных тенденций демографических процессов.

Список цитированных источников

1. Генкин, Б.М. Экономика и социология труда: учебник для вузов. – М.: Норма. – 2001. – 448 с.
2. Статистический ежегодник Республики Беларусь 2012. (Стат.сб.) – Мн.: Минстат Республики Беларусь, 2012.

УДК 332.1

Нагурная М.Е.

Научный руководитель: к.э.н. Козинец М.Т.

ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ И АНАЛИЗ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ

Социально-экономическое развитие региона напрямую зависит от наличия и эффективности применения его ресурсного потенциала (совокупность всех видов ресурсов данной территории, которые используются в процессе общественного производства). Ресурсный потенциал региона имеет следующую структуру:

– экологический – (природно-ресурсный) потенциал региона – это природные ресурсы, предположительно доступные для использования. Природные ресурсы бывают: целевые, т.е. предназначенные для выполнения определенных функций (их особенности – неравномерность размещения по территории региона); многоцелевые – потребляемые повсеместно (земля, вода, топливо, энергия и т.п.). Характеризуются природные ресурсы следующими показате-

лями: количество (запасы), качество (плодородие земель, калорийность топлива) и доступность (глубина залегания, себестоимость добычи);

– социальный – это возможности регионального образования для достижения основной цели своего развития и наиболее благоприятных условий жизнедеятельности населения, степень развития социального комплекса (инфраструктура, жилой фонд, учреждения образования, здравоохранения, культуры, демографическая обстановка в регионе);

– экономический – отражает уровень развития производительных сил региона, складывается из производственного, научно-технического, образовательного, экспортного, а также потенциала межрегионального взаимодействия (трудовые ресурсы, производственные мощности, инфраструктура, природные ресурсы и условия окружающей среды);

– совокупный (интегральный).

Трудовой потенциал представляет собой совокупную рабочую силу и совокупную общественную способность населения к труду, характеризует запасы труда, которые определяются общей численностью трудовых ресурсов, их половозрастной структурой, образовательным уровнем и возможностями их использования.

Трудовой потенциал региона определяется составом рабочей силы, численностью и подготовленностью работников к выполнению своих должностных функций, полученным образованием и имеющимся практическим опытом.

Отсюда формируются показатели по оценке состояния трудовых ресурсов страны или региона – общая численность трудовых ресурсов; – среднегодовая численность рабочих и служащих в народном хозяйстве; – уровень занятости населения; – состав работающих по полу и возрасту; – отраслевая структура занятости населения; – уровень образования и профессиональная подготовка кадров.

Демографические изменения оказывают значительное влияние на развитие региона. Начиная с 90-х годов, сохраняются неблагоприятные показатели в воспроизводстве населения Брестской области (сюда входят такие показатели, как рождаемость, смертность, миграция). По состоянию на 1 января 2012 года трудовые ресурсы Брестской области составляли 853,4 тыс. человек, в 2005 году их количество составляло 862,9 тыс. человек, тогда как количество лиц экономически активных, не входящих в трудоспособный возраст, также падает – в 2005 году их количество составляло 834,0 тыс. человек, в 2012 году – 797,8 тыс. человек [1].

Если проанализировать структуру занятости населения региона по видам деятельности, то видно, что наибольший процент составляет население, занятое в промышленности, – около 25,5%, более 10% – в сельском хозяйстве и 13,8% работают в торговле и общественном питании. Сохраняется тенденция увеличения занятых в промышленности и наоборот – уменьшения в сельском. Также меняются и качественные характеристики трудового потенциала региона – увеличивается доля занятых с высшим и средним специальным образованием (24,3 и 23,5 соответственно).

Самой важной характеристикой трудовых ресурсов является удельный вес трудоспособного населения в общей численности населения (на конец 2012 года – 93%), этот показатель позволяет оценить и прогнозировать обеспеченность трудовыми ресурсами региона. Прогноз изменения данного показателя на два периода представлен на следующем графике (рис.1).

**Численность населения в трудоспособном возрасте
(на конец года) в % к общ.числ-ти населения.**

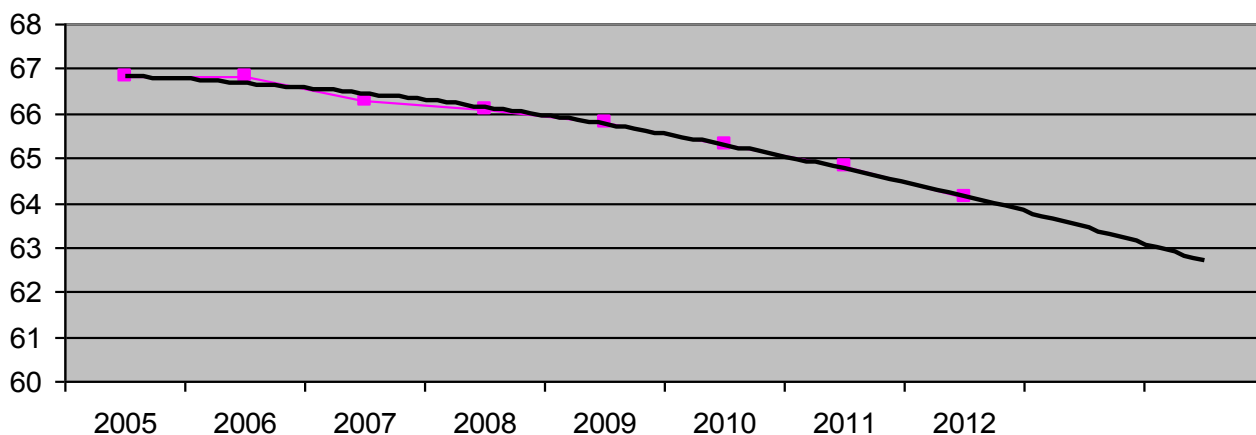


Рисунок 1 – График изменения численности трудоспособного населения с 2005 года [1]

Зарботная плата должна рассматриваться как основная оценка труда и служить показателем социального благополучия населения. На следующем графике представлены показатели реальной заработной платы с 2010 по 2012 год (рис.2).

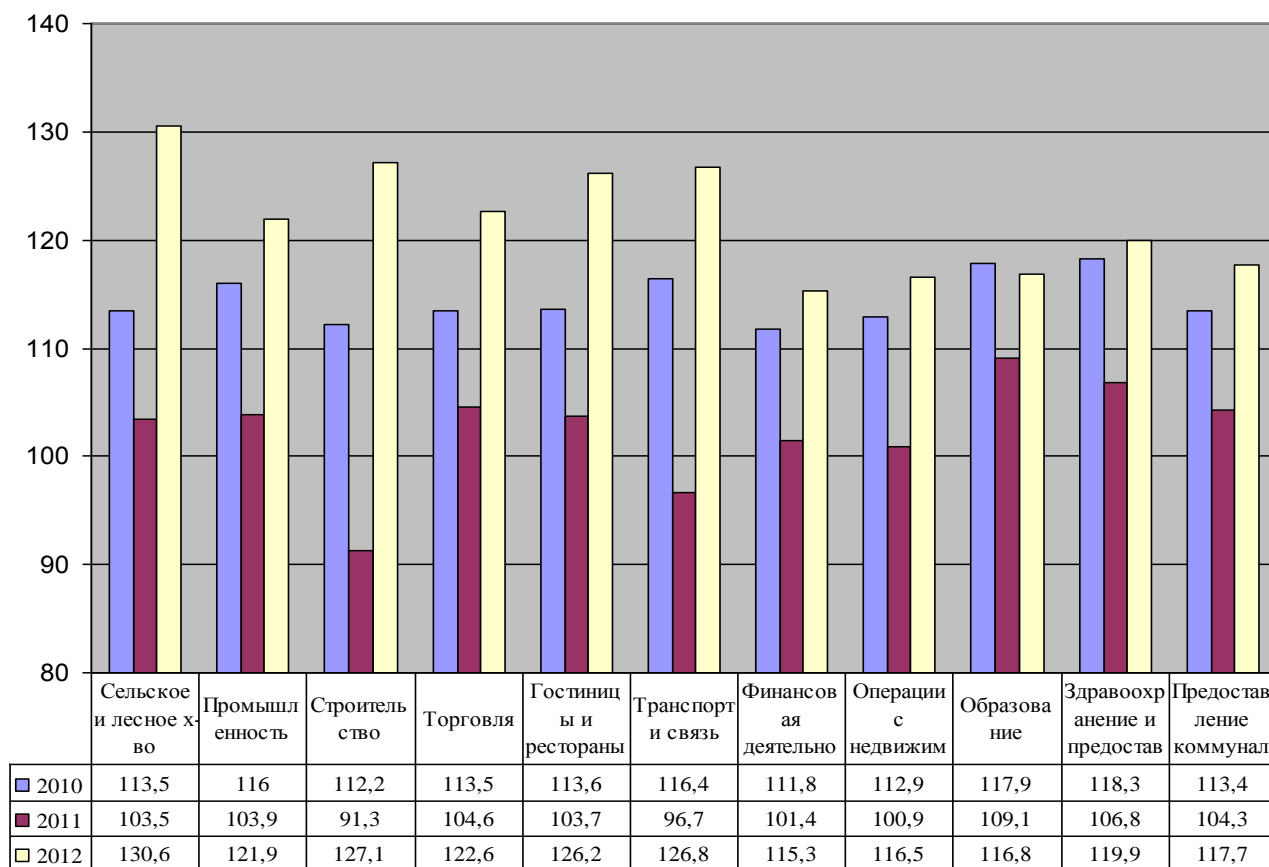


Рисунок 2 – Реальная заработная плата работников по видам экономической деятельности (в процентах к предыдущему году) [1]

Система вознаграждения персонала должна быть адекватна изменениям, происходящим во всех отраслях экономики, что, в свою очередь, стимулирует потребительский спрос и способствует повышению уровня жизни населения.

Особенностями трудовых ресурсов Брестской области является большая доля высококвалифицированных трудовых ресурсов и большой процент занятых в промышленности.

Социально-экономическое развитие региона должно быть направлено на повышение уровня жизни населения путем достижения устойчивого роста экономики и выделение ведущей роли человеческого капиталу в экономической деятельности региона.

Список цитированных источников

1. Статистический ежегодник Республики Беларусь 2012. (Стат.сб.) – Мн.: Минстат Республики Беларусь, 2012.

УДК 336.72

Шелест В.Г.

Научный руководитель: ст. преподаватель Осипчук Н.В.

СТРАХОВОЙ РЫНОК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Страхование по природе своей имеет ярко выраженную социальную направленность, а в мировой практике страховой рынок признаётся одним из стратегических секторов экономики.

Страховой рынок – часть финансового рынка, на котором предлагаются услуги по страхованию.

Рынок страхования играет важную роль в экономическом развитии: Во-первых, страхование представляет собой наиболее оптимальный способ сокращения убытков посредством управления рисками. Во-вторых, страхование – это неотъемлемая часть финансового рынка. По состоянию на 1 января 2014 года на страховом рынке Республики Беларусь действовали 25 страховых организаций.

Основной объем страхового бизнеса сосредоточен в 10 крупнейших страховых организациях (преимущественно государственных), обеспечивших 94,9% страховых поступлений в целом по сектору.

Развитие страхового рынка осуществляется в трех ключевых его сегментах – обязательном страховании, добровольном страховании ином, чем страхование жизни, и добровольном страховании жизни.

Основная доля (более 90 процентов) поступлений страховых взносов и соответственно страховых выплат по обязательному страхованию приходится на обязательное страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств, страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний и страхование строений, принадлежащих гражданам [1].

Развитие добровольного страхования в значительной степени определяется результатами работы в сегменте имущественного страхования, прежде всего страхования имущества граждан.

Страховой рынок Республики Беларусь характеризуется, следующими основными чертами:

1) достаточно высокой степенью присутствия страховщиков через филиалы, представительства и сеть страховых агентов в регионах республики;

2) наличием брокерских компаний – профессиональных страховых консультантов, позволяющих своим клиентам заключать договора страхования на лучших условиях с последующим их сопровождением, включающем содействие в получении страховых выплат;

3) высоким уровнем профессиональной подготовки специалистов страховых организаций и страховых брокеров;

4) отсутствием «серых» страховых схем, достаточной открытостью и прозрачностью;

5) высокой подконтрольностью со стороны государства;

6) готовностью страховщиков к работе с большим объемом договоров и к предложению на рынке новых страховых продуктов и программ.

Вышеназванные черты можно охарактеризовать как положительные. Но, с другой стороны, существуют и отрицательные черты, к которым можно отнести:

1) неустойчивость страхового законодательства, слабо направленное на стимулирование развития страхования, на актуализацию самой идеи страхования и формирование так называемой страховой культуры общества;

2) низкая страховая культура населения, руководства предприятий, недооценивающих возможности страхования, как механизма передачи своих рисков и убытков третьему лицу (страховщику), привыкших не оценивать последствия наступления возможных событий и готовых покрывать возникающие убытки за счет иных «традиционных» источников («собственный карман», прибыль предприятия, различные выплаты из государственного бюджета и т.п.);

3) высокая доля обязательных видов страхования, объем сборов по которым, несмотря на некоторое снижение в последние годы, остается на уровне 50% от общей суммы страховых взносов;

4) и как следствие, низкий уровень распространения страховых услуг: основные показатели, такие как доля страховых взносов в ВВП и размер взносов на одного человека, остаются низкими и не соответствующими нынешнему уровню экономического развития страны.

По итогам последних лет, несмотря на постоянный рост взносов и числа договоров, доля страхования в ВВП остается низкой и составляет примерно 0,85%. Правительство планирует к концу 2015 года довести долю страхования в ВВП до 1,3%, а размер взносов на душу населения увеличить в 3,5 раза [2].

В части развития добровольного страхования, относящегося к страхованию жизни, в первую очередь требуется дальнейшее совершенствование системы налогообложения, мотивирующей граждан на страхование жизни и юридических лиц – на осуществление страхования жизни сотрудников. По добровольным видам страхования за январь 2014 года страховые взносы составили 305,4 млрд. рублей, что на 117,4 млрд. рублей меньше, чем в аналогичном периоде 2013 года [2].

Необходимо проводить политику, направленную на повышение страховой культуры населения и восприятие страховых организаций как надежных защитников при чрезвычайных ситуациях, а с другой стороны – страховым организациям обеспечивать высокие стандарты качества предоставляемых услуг.

Основными направлениями обеспечения стимулирования спроса на страховые услуги, преимущественно по видам добровольного страхования, являются:

- совершенствование порядка оказания финансовой помощи юридическим и физическим лицам в случае наступления чрезвычайных ситуаций, природных и техногенных катастроф путем активного использования механизмов страхования;

- внедрение механизма страховой защиты в инвестиционные программы, в том числе осуществляемые с участием иностранного капитала;
- совершенствование системы налогообложения для граждан и субъектов хозяйствования, использующих инструменты страховой защиты;
- информирование субъектов хозяйствования и населения о страховых продуктах, правах потребителей страховых услуг и их защите;
- повышение качества и расширение спектра страховых услуг с условием максимальной защиты прав и интересов потребителей страховых услуг.

Состояние конкурентной среды на страховом рынке призвано способствовать повышению качества страховых услуг, снижению их стоимости, активному внедрению новых страховых продуктов. Для развития конкурентной среды на страховом рынке целесообразно осуществление мероприятий, направленных на создание равных возможностей для государственных и частных страховых организаций, а также на расширение присутствия иностранного капитала на отечественном страховом рынке.

Одними из участников страхового рынка РБ являются страховые агенты, которые в своей деятельности ориентируются на потребности клиентов и стремятся гарантировать высокое качество своей продукции и услуг. Министерство финансов РБ ужесточило ограничения на уровень выплат страховым агентам. Для агентов установлен потолок заработка по каждому договору добровольного страхования в размере 20% от суммы страховых взносов по данному договору. Но при этом размер ежемесячного вознаграждения, выплачиваемого страховой организацией страховому агенту – физическому лицу за оказанные услуги по заключению договоров добровольного страхования со страхователями – организациями, не должен превышать десятикратной величины минимальной заработной платы, установленной законодательством РБ, за месяц, предшествующий месяцу поступления страховых взносов.

Для страховых агентов доход по каждому договору обязательного страхования, за исключением обязательного страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств, установлен в размере 7% от суммы страховых взносов по данному договору, а по каждому договору обязательного страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств – 4% от суммы страховых взносов по данному договору.

К факторам, сдерживающим развитие страхового рынка Республики Беларусь в настоящее время, по мнению автора, можно отнести:

- замедление темпов роста экономики;
- относительно высокий уровень инфляции;
- нестабильное финансовое состояние организации, а так же относительно невысокий уровень доходов населения.

Необходимо отметить положительные изменения в налоговом законодательстве Республики Беларусь в 2014 году. Для совершенствования страховой деятельности в законодательную базу были внесены следующие изменения [3]:

- при определении налоговой базы подоходного налога с физических лиц не учитываются доходы, полученные в виде страхового возмещения и (или) обеспечения в связи с наступлением соответствующих страховых случаев по договорам добровольного страхования ответственности за причинение вреда (в случае причинения вреда жизни, здоровью или имуществу физического лица лицом, чья ответственность застрахована) (подпункт 1.1. статьи 158 НК Республики Беларусь);

- изменен размер доходов, освобождаемых от подоходного налога с физических лиц, в виде оплаты страховых услуг страховых организаций Республики Беларусь, в том числе по договорам добровольного страхования жизни, дополнительной пенсии, медицинских расходов, получаемые от организаций и индивидуальных предпринимателей, являющихся местом основной работы (службы, учебы), в том числе пенсионерами, ранее работавшими в этих организациях и у этих индивидуальных предпринимателей с 6 000 000 белорусских рублей до 12 000 000 белорусских рублей от каждого источника в течение налогового периода (подпункт 1.191 статьи 163 НК Республики Беларусь);

- при определении размера налоговой базы плательщик имеет право применить социальные налоговые вычеты в сумме, не превышающей 12 000 000 белорусских рублей в течение налогового периода и уплаченной плательщиком страховым организациям Республики Беларусь в качестве страховых взносов по договорам добровольного страхования жизни и дополнительной пенсии, заключенным на срок не менее трех лет, а также по договорам добровольного страхования медицинских расходов (пункт 1.2. статьи 165 НК Республики Беларусь).

Оценка современных тенденций развития страхового рынка Республики Беларусь свидетельствует о росте его роли в системе социально-экономических и финансовых отношений и необходимости дальнейшего повышения уровня обеспечения страховой защитой граждан и предприятий, реализации механизма, гарантирующего стабильный экономический рост вне зависимости от неблагоприятной экономической конъюнктуры, природных и техногенных катастроф.

Только в случае, когда правительство гарантирует равноправное функционирование всех участников рынка страховых услуг, а также возмещает потери населению и устанавливает необходимые стимулы к страхованию для предприятий и населения, страховой рынок будет полноценно развиваться, являясь основой устойчивого экономического роста.

Список цитированных источников

1. **Итоги деятельности страховых организаций.** [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://www.minfin.gov.by/>
2. **Отдельные показатели деятельности страховых организаций Республики Беларусь на 1 марта 2014 года.** [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://www.belasin.by/>
3. **Налоговый кодекс Республики Беларусь 2014.** [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://www.nalog.gov.by/>

УДК 338

Шаш А.А.

Научный руководитель: доцент Зазерская В.В.

УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ НА СТАДИИ РАЗРАБОТКИ ПРОДУКТА

При производстве новых, инновационных продуктов мы предлагаем воспользоваться концепцией таргет-костинг, которая направлена на подстройку затрат по производству продукции или оказанию услуг под требования рынка, чтобы предприятие сохраняло конкурентоспособность. Растущей проблемой данного принципа является определение принимаемых рынком цен на про-

дукцию. На практике наши предприятия оптимизируют издержки за счет сокращения расходов на производство и продажу готовой продукции. При этом не принимают во внимание величину затрат на разработку новой продукции. В результате устраняют следствие, а не причину высоких расходов. Поэтому первостепенной становится задача разработать товар, себестоимость которого была бы достаточно низкой для обеспечения необходимого уровня прибыли. Этого можно достигнуть, если внедрить на предприятии концепцию таргет-костинг.

Вместо того чтобы формировать обычным путем затратную часть продукции на предприятии и к ней же, по сути, «требовать» прибыль у своего клиента, предприятию следует во главу угла ставить только готовность потребителей платить за предлагаемый товар. Функция планирования производства новых продуктов связана с контролем издержек и определением целевой себестоимости в соответствии со стратегическими целями, на рисунке этот блок механизма выделен красным. На этом этапе необходимо прогнозировать изменение прибыли предприятия в зависимости от изменения объема продаж, а также определить точку безубыточной деятельности. Мы предлагаем применить такой инструмент, как операционный рычаг.

Операционный рычаг – это механизм управления прибылью предприятия, основанный на оптимизации соотношения постоянных и переменных затрат.

Известно, что предпринимательская деятельность связана со многими факторами. Все их можно разделить на две группы. Первая группа факторов связана с максимизацией прибыли. Другая группа факторов, к которым относится эффект операционного рычага, связана с выявлением критических показателей по объему реализуемой продукции, наилучшим сочетанием предельной выручки и предельных затрат, с делением затрат на переменные и постоянные. Эффект операционного рычага заключается в том, что любое изменение выручки от реализации всегда порождает более сильное изменение прибыли.

Традиционно расчет себестоимости происходит следующим образом: сначала определяется рыночная цена на данный вид продукции, затем устанавливается желаемый размер прибыли, а потом рассчитывается максимально допустимый размер себестоимости.

Анализ величин постоянных и переменных расходов предприятия позволяет выявить уровень риска, что является необходимым этапом планирования и принятия управленческих решений.

Расчет и управление себестоимостью в таргет-костинг происходит в следующей последовательности.

Для поддержания конкурентоспособности необходима диверсификация производства на основе маркетингового исследования рынка с целью изучения требований покупателей к товару. Выявляют свойства товара, за которые потребители готовы платить.

Рассмотрим на примере производства мебели. Такими свойствами являются: легкость по массе, компактность, вместительность, стильный дизайн. Емкость рынка – 20 единиц в месяц. После анализа этих требований расставляются приоритеты.

1. Приоритеты требований покупателей к исследуемой продукции:
2. Предполагаемая цена, устанавливается на основе аналогичных товаров.
3. Расчет целевой себестоимости.

4. Далее рассчитываем себестоимость нового продукта на основе плановой калькуляции по нормам затрат.

5. Определение целевой себестоимости изделия на основе функционального подхода.

После расчета целевой себестоимости необходимо оценить возможности предприятия по производству продукции с такой величиной расходов. Для корректировки данной величины предлагаем применить инструмент операционного рычага.

Система учета таргет-костинг требует четкой детальной классификации затрат для контроля за их поведением в процессе функционирования организации. Это поможет также подготовить информационную базу для расчета эффекта операционного рычага.

Каждая функция имеет свою статью затрат. Система учета таргет-костинг требует четкой детальной классификации затрат для контроля за их поведением в процессе функционирования организации. Это поможет также подготовить информационную базу для расчета эффекта операционного рычага

Группировка затрат по калькуляционным статьям позволяет организовать контроль над ними, устанавливать, по каким направлениям необходимо вести поиск путей снижения издержек производства. На основании этой группировки строится аналитический учет затрат на производство, составляется плановая и фактическая калькуляция себестоимости отдельных видов продукции.

В общем виде номенклатура статей калькуляции для производственных организаций при применении системы учета таргет-костинг может выглядеть следующим образом:

«Сырье и материалы»;

«Возвратные отходы (вычитаются)»;

«Покупные изделия, полуфабрикаты и услуги производственного характера сторонних организаций»;

«Топливо и энергия на технологические цели»;

«Заработная плата производственных рабочих»;

«Отчисления на социальные нужды»;

«Расходы на подготовку и освоение производства»;

«Общепроизводственные расходы»;

«Потери от брака»;

«Прочие производственные расходы»;

«Итого производственная себестоимость».

Систематизируем по статьям калькуляции:

Легкость по массе – «Заработная плата производственных рабочих»; Покупные изделия, полуфабрикаты и услуги производственного характера сторонних организаций»; «Сырье и материалы.

Компактность – «Заработная плата производственных рабочих».

Вместительность – «Заработная плата производственных рабочих»; «Сырье и материалы.

Стильный дизайн – «Заработная плата производственных рабочих»; «Общепроизводственные расходы».

Для прогноза себестоимости и реализации инструмента операционного рычага необходимо изучить поведение затрат для данного вида деятельности.

Рассмотрим ситуацию для предприятий с высокими переменными затратами. У предприятия с более высокими переменными расходами график безубыточности сдвинут вверх. После прохождения критической точки, предпри-

ятия полностью покрывают свои постоянные издержки и начинают получать операционную прибыль. Расширение зоны прибыли происходит у него с более высокими постоянными затратами. Получается, что в данной ситуации высокий уровень переменных расходов является благом: он как рычаг усиливает влияние даже небольшого прироста объема продаж.

Следовательно, наиболее существенно влияние операционного рычага на прибыль предприятия происходит в окрестностях критической точки. Предприятия, объемы продаж которых значительно превышают критическую точку, менее восприимчивы к влиянию операционного рычага.

Основными тремя составляющими операционного рычага являются постоянные затраты, переменные затраты и цена [1]. Все они в той или иной степени связаны с объемом продаж. Меняя их, менеджеры могут оказывать влияние на объем продаж. Для таргет-костинг мы рассматриваем изменение цены. Изменение цены на продукцию обычно влияет на рыночное равновесие и прямо воздействует на объем продукции в натуральном выражении. Как результат, анализа изменения цены будет недостаточно, что бы определить его влияние на безубыточность, так как в результате изменения цены так же изменится объем реализуемой продукции. Другими словами, изменение цены может непропорционально сильно отразится на объеме реализуемой продукции. Производственный рычаг является показателем, помогающим менеджерам выбрать оптимальную стратегию предприятия в управлении затратами и прибылью. Понимание механизма проявления производственного рычага позволяет целенаправленно управлять соотношением постоянных и переменных затрат в целях повышения эффективности производственно-хозяйственной деятельности при различных тенденциях конъюнктуры товарного рынка и стадии жизненного цикла предприятия. Поэтому при изменении цены нужно больше учитывать требование рынка, а не внутренние потребности предприятия.

Список цитированных источников

1. Панков, Д.А. Бухгалтерский учет и анализ за рубежом. – М.: Новое знание, 2005. – 251 с.

УДК 338.48

Худайназаров Б.М.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Обухова И.И.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И ТУРКМЕНИСТАНЕ

В современную эпоху частное предпринимательство как в Беларуси, так и в Туркменистане занимает все более прочные позиции в различных сферах народнохозяйственного комплекса, систематически наращивая свой вклад в стабильное развитие государства. В обеих странах разработана законодательно-правовая база, основные документы которой способствуют активизации малого и среднего бизнеса, однако, как показывает опыт, она нуждается в дальнейшем совершенствовании.

Для того, чтобы выявить конкретные проблемы законодательного обеспечения функционирования малого и среднего бизнеса в Республике Туркмени-

стан и Республике Беларусь, нами выполнена систематизация правовых актов в разных областях и определены те положения, которые требуют доработки (таблица 1).

Таблица 1 – Законодательное обеспечение функционирования малого и среднего бизнеса в Республике Туркменистан и Беларуси

Область законов	«Плюсы»	«Минусы»
Право собственности	РТ – Признание права собственности, гарантия ее неприкосновенности, равные условия	Не урегулирован вопрос наследования собственности
	РБ – Признание права собственности, гарантия ее неприкосновенности, равные условия	Не урегулировано право наследования «по факту»
Предпринимательская деятельность, разгосударствление и приватизация	РТ – Урегулированы правовые условия предпринимательства и приватизации	Разрешена ограниченная приватизация объектов только по специальным государственным спискам
	РБ – Приняты общие положения предпринимательства и меры государственной защиты	Длительная процедура государственной регистрации
Рынок ценных бумаг	РТ – Создание и функционирование институтов финансового рынка	Нет свободного обращения ценных бумаг, недостаточно развит фондовый рынок
	РБ – Создание и функционирование рыночных институтов	Нет свободного обращения ценных бумаг, недостаточно развит фондовый рынок
Бюджетное регулирование, налоговая система, инвестиционная деятельность	РТ – Регулируют распределение налогов, взаимоотношения бюджетов, урегулированы вопросы привлечения иностранных инвестиций	Недостаточное поступление налогов в местные бюджеты, значительная налоговая нагрузка на бизнес
	РБ – Регулируют распределение налогов, взаимоотношения бюджетов, урегулированы вопросы привлечения иностранных инвестиций	Основные доходы бюджета формируются за счет налогов, значительная налоговая нагрузка на бизнес
Финансово-кредитная сфера, патентная, страховая и аудиторская деятельность	РТ – Развитая банковская система обеспечивает нормальное функционирование экономики	Недостаточное соответствие мировым стандартам
	РБ – обеспечивают нормальное функционирование экономики	Недостаточное соответствие мировым стандартам в области метрологии и сертификации
Сельское хозяйство	РТ – Регулируют деятельность аграрного сектора, наличие частной собственности на землю сельхозназначения	Отсутствуют четкие механизмы кредитования крестьянских хозяйств
	РБ – Регулируют различные формы предпринимательства в АПК	Не решены вопросы частной собственности на землю

В таблице выделены общие проблемы в области законодательства, существующие и Республике Беларусь, и Республике Туркменистан. *В первую очередь это вопросы наследования частной собственности, недостаточное развитие фондового рынка и отсутствие свободного движения ценных бумаг*

на вторичном рынке, значительная налоговая нагрузка на бизнес и не соответствие некоторых нормативных документов мировым стандартам, особенно в областях патентной деятельности, метрологии и сертификации. Из-за этих и других причин частное предпринимательство нуждается в серьезной государственной поддержке. В таблице 2 дана сравнительная характеристика законодательной базе в области поддержки бизнеса и правовых гарантий предпринимателям.

Таблица 2 – Законодательные акты по поддержке предпринимательства

Область законов	Республика Туркменистан	Республика Беларусь
Поддержка малого предпринимательства	Государственная программа поддержки малого и среднего предпринимательства в Туркменистане на 2011-2015 гг., Закон РТ «О предпринимательской деятельности в Туркменистане», Указы Президента РТ по вопросам государственной поддержки малого бизнеса.	Государственная программа поддержки малого бизнеса, Закон РБ «О предпринимательской деятельности», Указ Президента РБ «О некоторых мерах государственной поддержки малого бизнеса»
Существующие проблемы	<i>Закрепленные в нормативных документах гарантии не всегда соблюдаются</i>	<i>Сохраняются значительные административные барьеры</i>

Таким образом, можно констатировать, что нормативная и правовая база по малому бизнесу, как основа процессов организации, функционирования и развития данного сектора экономики Республики Беларусь и Республики Туркменистан, существует в обеих странах. Однако, как видно из таблицы 2, *сохраняются определенные административные барьеры, что не позволяет в полной мере соблюдать необходимые для создания благоприятных условий деятельности субъектов малого предпринимательства государственные гарантии.*

Рассмотрим, по каким направлениям совершенствуется государственная политика, направленная на поддержку предпринимательства в Туркменистане. Так, в новой редакции Конституции Туркменистана предусмотрены правовые гарантии развития негосударственного сектора экономики в стране. Важным шагом стало подписанное 20 июля 2013 года Постановление Президента Туркменистана «О государственной поддержке малого и среднего предпринимательства» (таблица 3).

Таблица 3 – Инструменты реализации Государственной программы

Государственная программа поддержки малого и среднего предпринимательства в Туркменистане на 2011-2015 годы			
Название документа	Содержание документа	Финансовые источники	Виды кредитов
Постановление Президента РТ «О государственной поддержке малого и среднего предпринимательства».	Меры по повышению производственной, и инвестиционной активности лиц, относящихся к малому и среднему предпринимательству.	Упрощенный порядок обеспечения кредитными средствами инвестиционных проектов, связанных с развитием производства и созданием новых рабочих мест в малом бизнесе.	– Кредиты для реализации инвестиционных проектов сферах производства и услуг (5 %, срок до 10 лет) – Кредиты для получения оборотных средств (срок до 1 года)

В данном документе предусматривается упрощенный порядок кредитования инвестиционных проектов, связанных с развитием производства и созданием новых рабочих мест в сфере малого бизнеса. Банкам Туркменистана разрешено выделять лицам, относящимся к малому и среднему предпринимательству, кредиты под 5 % годовых сроком до 10 лет для реализации инвестиционных проектов производственной направленности, и сроком до 1 года для получения оборотных средств. Следовательно, в Туркменистане проводится целенаправленная работа по динамичному развитию предпринимательства.

Важный разговор на эту актуальную тему состоялся и на прошедшем 6 июля 2013 года расширенном заседании Кабинета Министров, на котором глава государства отметил, что во всех отраслях экономики страны достигнуты положительные результаты, подчеркнув, что для обеспечения сохранения этой динамики необходимо принять неотложные меры, отведя при этом значимую роль развитию отечественной сферы предпринимательства.

Все вышесказанное является подтверждением того, что на новом этапе развития Туркменистана в ходе реализации инициированных лидером нации многоплановых и масштабных социально-экономических реформ особое внимание уделяется развитию предпринимательства. Именно поэтому принимаемые в стране меры по гармоничному развитию частного сектора национальной экономики дают положительные результаты. Однако, как отметил Президент Туркменистана на заседании Кабинета Министров 6 июля 2013 года, имеющихся в государстве финансовых ресурсов недостаточно для того, чтобы обеспечить сохранение достигнутой положительной динамики отечественной сферы предпринимательства.

Чтобы определить направления дальнейшего совершенствования государственной политики Туркменистана, рассмотрим опыт Республики Беларусь в рассматриваемом секторе национальной экономики.

Практически каждый год в Беларуси принимается Государственная программа поддержки малого предпринимательства, где декларируется важность развития предпринимательства в стране и содержатся конкретные мероприятия по упрощению условий ведения малого бизнеса. Основные положения Государственной программы конкретизируются в других нормативных документах, к которым следует отнести Постановления Совета Министров, Национального банка страны, а также Декреты и Указы Президента Республики Беларусь в инвестиционной сфере, важнейшим из которых является Указ Президента от 21 мая 2009 №255 «О некоторых мерах государственной поддержки малого предпринимательства». В нем регламентируются условия оказания государственной финансовой поддержки субъектам малого бизнеса, к которым отнесены индивидуальные предприниматели, а также коммерческие организации со средней численностью до 15 человек включительно (микроорганизации) и от 16 до 100 человек включительно (малые организации) [1].

Большое значение в решении финансовых проблем сферы малого бизнеса имеют международные программы поддержки предпринимателей, которые оказывают серьезную финансовую поддержку ряду белорусских банков по кредитованию частного предпринимательства. Действующий в Беларуси механизм поддержки развития малого предпринимательства может быть представлен в виде совокупности инструментов нормативно-правового регулирования и комплексной системы льготного кредитования хозяйствующих субъектов местными органами исполнительной власти, Белорусским фондом фи-

нансовой поддержки предпринимателей, акционерными коммерческими банками и уполномоченными банками-агентами Программы Европейского банка реконструкции и развития (Таблица 4).

Таблица 4 – Механизм поддержки малого бизнеса в Республике Беларусь

Программа социально-экономического развития РБ на 2011-2015 годы	
<i>Национальная программа мер по поддержке малого бизнеса</i>	<i>Программа ЕБРР по микрокредитованию</i>
<p>Белорусский фонд поддержки предпринимателей</p> <ul style="list-style-type: none"> • Льготное финансирование (до 5 лет) • Лизинг имущества • Гарантии по льготным кредитам <p>Облисполкомы и Мингорисполком</p> <ul style="list-style-type: none"> • Субсидии для оплаты кредитов • Лизинговые платежи лизингодателю • Аренда площадей и оборудования <p>Акционерные коммерческие банки</p> <ul style="list-style-type: none"> • Льготное кредитование под гарантию правительства • Выдача кредитов за счет бюджета 	<p>Международные ФКО</p> <p>Банки-участники, Региональные учреждения финансовой поддержки программа ЕБРР</p> <ul style="list-style-type: none"> • Выдача экспресс-кредитов (до 3 тыс. USD) юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям • Выдача микрокредитов (до 10 тыс. USD) юрлицам и ИП. • Выдача малых кредитов (до 100 тыс. USD) юридическим лицам.
Нормативно-правовое регулирование	

Национальная Программа мер по поддержке малого бизнеса содержит целый ряд ограничений, поэтому не все субъекты частного предпринимательства могут получить финансовую помощь со стороны государства. В связи с этим белорусской экономике оказывается целенаправленная финансовая помощь со стороны наиболее значимых международных организаций. В настоящее время рынок микрокредитования в Республике Беларусь представлен Программами микрокредитования, которые предлагают коммерческие банки, в том числе с участием международных финансовых организаций. Данные Программы получили развитие благодаря кредитной линии и технической помощи Европейского банка реконструкции и развития (ЕБРР). На рис.1 показана структура кредитования малого и среднего бизнеса Беларуси в рамках Программы микрокредитования в 2013 г. [2, 3].

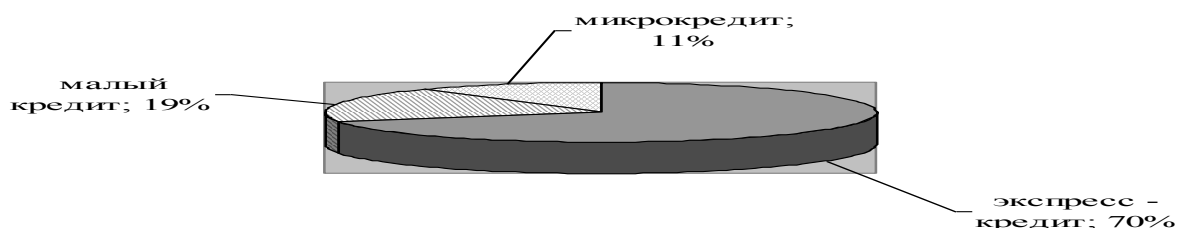


Рисунок 1 – Структура кредитного портфеля по видам кредитов

Как видим, наибольшее количество кредитных ресурсов выдается в виде экспресс-кредитов, что свидетельствует о свободном доступе малого бизнеса к финансовым ресурсам коммерческих банков и, в значительной мере, способствует активизации частного предпринимательства в Республике Беларусь. На сегодняшний день, Программа микрокредитования ЕБРР активно используется в таких странах, как Армения, Азербайджан, Болгария, Грузия, Казахстан, Македония, Молдова, Монголия, Румыния, Россия, Таджикистан, Украина, Узбекистан. К сожалению, Республика Туркменистан пока не входит

в число стран, охваченных действием Программ микрокредитования, что ограничивает финансовые возможности государства по оказанию поддержки развитию малого и среднего бизнеса.

В связи с этим считаем, что одним из направлений совершенствования государственной политики Туркменистана в этой сфере должно быть налаживание контактов с Международными организациями, оказывающими помощь развивающимся странам в активизации сектора частного бизнеса и малого предпринимательства как важнейшего элемента национальной экономики.

Список цитированных источников

1. Обухова, И.И. Финансы: теория и практика: мультимедийный курс лекций для студентов и магистрантов. – Брест: Изд-во БрГТУ, 2012. – 207 с.
2. Регламент финансирования представителей микро и малого бизнеса в ЗАО «Минский транзитный банк». – Мн.: МТБанк, 2007.
3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://belstat.gov.by>.

УДК 336.77.067

Хомичук В.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Обухова И.И.

РИСК-МЕНЕДЖМЕНТ НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ

Финансовый рынок – особая сфера товарного обращения, в которой реализуются экономические взаимоотношения между владельцами финансовых ресурсов, формирующими рыночное предложение – фондодателями и покупателями, предъявляющими на них спрос – фондополучателями. Место финансового рынка в рыночной экономике наглядно показано на схеме кругооборота денежных потоков (рисунок 1). Здесь представлены взаимосвязи между товарным, ресурсным, финансовым рынками и основными экономическими субъектами: фирмами, государством, домохозяйствами и иностранным сектором.



Рисунок 1 – Денежные потоки рыночной экономики

На основе анализа основных финансовых потоков, представленных на схеме, разработана матрица, характеризующая роль каждого сектора в движении денежных ресурсов, отражающих результаты общественного производства (Таблица 1).

Таблица 1 – Матричная модель финансовых потоков в экономике

Наименование сектора	Входные потоки	Выходные потоки
Сектор государства	Налоги, кредиты	Трансферты, субсидии
Сектор производства	Субсидии, инвестиции, займы, кредиты	Накопление, сбережение, налоги
Сектор накопления	Сбережения, приток капитала, депозиты	Кредиты, займы, инвестиции
Сектор потребления	Трансферты, потребительские кредиты, %	Сбережения, депозиты, вклады, налоги

Из представленной матрицы видно, что формирование денежных потоков секторов производства, потребления и государственного управления непосредственно связано с финансовым сектором – сектором накопления. Здесь аккумулируются свободные денежные средства всех экономических субъектов, и на этой основе создается ссудный фонд страны для финансирования заемных инвестиций в экономику.

Кругооборот денежных фондов в экономике показан на рисунке 2.

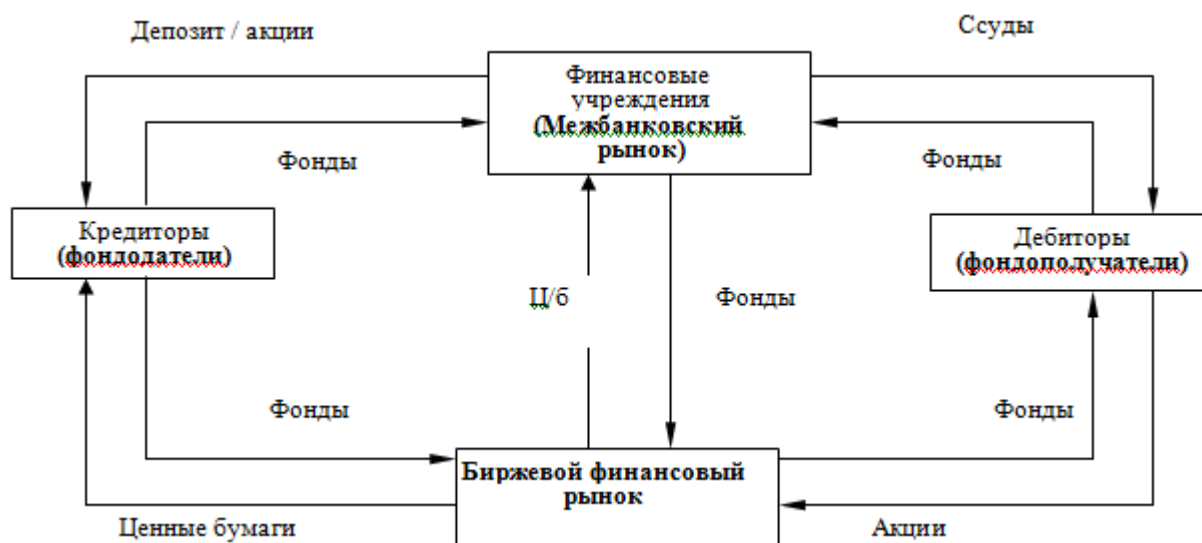


Рисунок 2 – Кругооборот денежных фондов в экономике

Как видно из данного слайда, взаимоотношения между фондоделателями и фондополучателями реализуются через кругооборот денежных фондов, обслуживающий кредиторов и заемщиков. Он представляет собой регулярно совершаемые сделки купли-продажи капиталов в различных формах на внебиржевом межбанковском рынке, основными субъектами которого являются коммерческие банки и другие финансовые институты, и на биржевом финансовом рынке, где функции посредников выполняет Белорусская валютно-фондовая биржа – БВФБ [1].

Товарно-денежные потоки финансового рынка характеризуют многообразие взаимоотношений между субъектами рыночной экономики, возникающие по поводу создания инвестиционных ресурсов. С одной стороны, это кредито-

ры, предоставляющие свои временно свободные денежные средства в финансовые учреждения, например банки, и покупающие на фин. рынке фиктивный капитал в форме ценных бумаг, надеясь на получение процентного дохода. С другой стороны, дебиторы, приобретающие в банках кредитные ресурсы на принципах возвратности и платности или реализующие в качестве эмитентов долговые ценные бумаги на фондовом рынке, получая денежные средства, необходимые для инвестиций.

Основные финансовые товары (денежные фонды) обращаются на трех секторах финансового рынка: *на денежно-валютном рынке*, который состоит из денежного рынка (краткосрочные ценные бумаги – учётный сектор; краткосрочные кредиты – кредитный сектор); и валютного рынка (иностранная валюта, валютные ценности); *рынке ссудного капитала* (кредитный рынок), на котором обращаются среднесрочные кредиты, долгосрочные кредиты и специальные кредиты (лизинг, факторинг, форфейтинг); *рынке ценных бумаг*, предназначенном для обращения фондовых инструментов в виде капитальных и производных ц/б.

Любые операции на секторах финансового рынка сопряжены с опасностью денежных потерь, характер которых зависит от специфики деятельности субъектов сделок с финансовыми товарами. Опасность таких потерь отражают *финансовые риски* – особая разновидность коммерческих рисков. Коммерческие риски бывают чистыми и спекулятивными. *Чистые риски* означают возможность получения убытка или нулевого результата, а *спекулятивные* выражаются в возможности получения как положительного, так и отрицательного результата.

Финансовые риски – это спекулятивные риски, связанные с вероятностью потерь финансовых ресурсов. Инвестор, осуществляя венчурное вложение капитала, заранее знает, что для него возможны только два вида результатов – доход или убыток.

Особенностью финансового риска является вероятность наступления ущерба в результате проведения каких-либо операций в финансово-кредитной и биржевой сферах, совершения операций с фондовыми ценными бумагами, т.е. риска, который вытекает из природы этих операций. К финансовым рискам относятся кредитный риск, процентный риск, валютный риск, инвестиционный риск (рисунок 3).

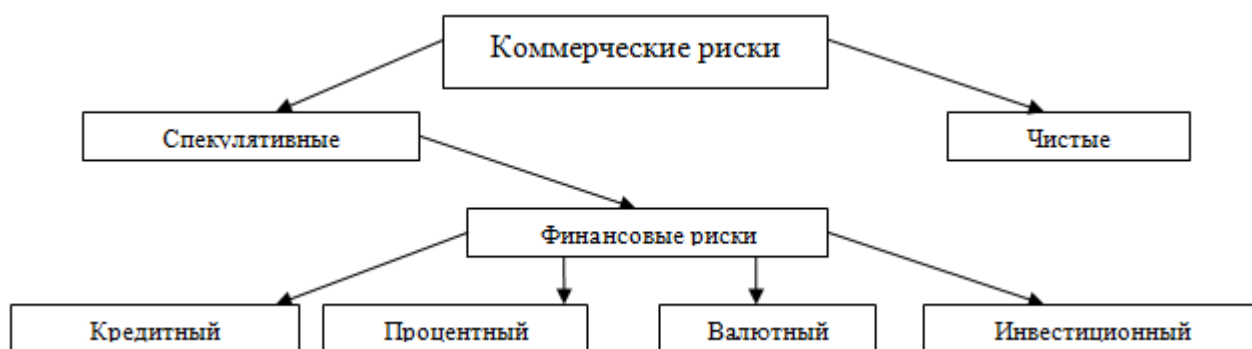


Рисунок 3 – Разновидности финансовых рисков

Кредитный риск возникает при частичной или полной неплатежеспособности заемщика. Он имеет место в финансовой деятельности фондодателя при предоставлении любого вида кредита покупателям (риск неплатежа или несвоевременного расчета за кредитные ресурсы). *К процентным рискам* отно-

сится опасность потерь кредитными учреждениями из-за превышения процентных ставок по привлеченным средствам, над ставками по предоставленным кредитам, а также риски потерь, которые могут понести инвесторы в связи с изменением дивидендов по акциям или процентных ставок на рынке ценных бумаг. *Валютный риск* связан с изменением курса национальной валюты к курсу валюты других стран. Он обычно возникает при инвестициях в иностранные финансовые активы и последующей конвертации иностранной валюты в национальную валюту инвестора. *Инвестиционный риск* характеризует возможность возникновения финансовых потерь в процессе осуществления инвестиционной деятельности предприятия (риск реального инвестирования и риск финансового инвестирования).

Для разработки *механизма управления финансовыми рисками* воспользуемся методическим подходом, используемым в системах риск-менеджмента [2]. Основные этапы риск-менеджмента представлены на рисунке 4:

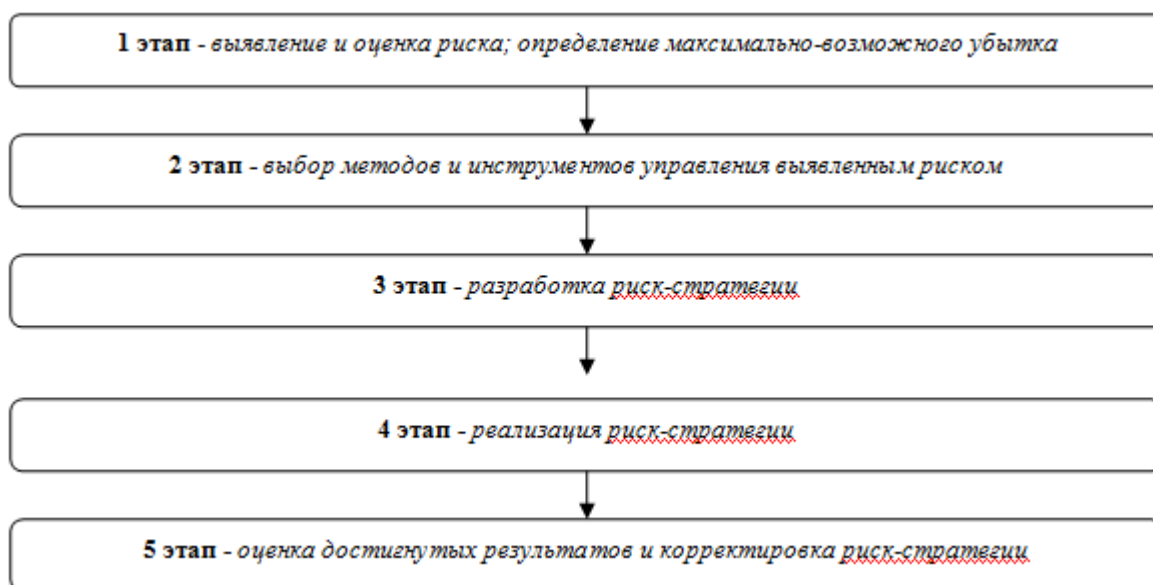


Рисунок 4 – Модель системы риск-менеджмента

Ключевым этапом риск-менеджмента считается 2-й этап – выбор методов и инструментов управления риском. К ним следует отнести: отказ от чрезмерно рискованной деятельности (**метод отказа**), профилактику или диверсификацию (*метод снижения*), аутсорсинг затратных рискованных функций (*метод передачи*), формирование резервов или запасов (*метод принятия*).

На 3-м этапе разрабатывается риск-стратегия, характер которой зависит от оценки степени риска (1-й этап), выбранных методов управления рисками (2-й этап) и используемых приемов снижения степени риска [3]. *Диверсификация* представляет собой процесс распределения инвестируемых средств между различными объектами вложения капитала, непосредственно не связанных между собой, с целью снижения степени риска и потерь доходов; диверсификация позволяет избежать части риска при распределении капитала между разнообразными видами деятельности (например, приобретение инвестором акций пяти разных акционерных обществ вместо акций одного общества увеличивает вероятность получения им среднего дохода в пять раз и, соответственно, в пять раз снижает степень риска). *Лимитирование* - это установление лимита, то есть предельных сумм расходов, продажи, кредита и т.п., применяется банками для снижения степени риска при выдаче ссуд, хозяйствующи-

ми субъектами для продажи товаров в кредит, предоставления займов, определения сумм вложения капитала и т.п. *Страхование* - защита имущественных интересов хозяйствующих субъектов и граждан при наступлении определенных событий (страховых случаев) за счет денежных фондов, формируемых из уплачиваемых ими страховых взносов. Основная задача *самострахования* заключается в оперативном преодолении временных затруднений финансово-коммерческой деятельности за счет создания собственных страховых фондов субъектами финансового рынка.

Дальнейшее исследование по проблеме управления финансовыми рисками предполагается проводить путем конкретизации всех этапов разработанной модели риск-менеджмента применительно к специфике деятельности субъектов межбанковского рынка на примере конкретного акционерно-коммерческого банка.

Список цитированных источников

1. Обухова, И.И. Финансовый рынок: учебное пособие. – Брест: Изд-во БрГТУ, 2007.
2. Педа, С.А. Механизм управления рисками и опасностями в деятельности банка // Сборник научных работ студентов и магистрантов. – Брест, БрГТУ. – 2010.
3. Масленченков, Ю.С. Финансовый менеджмент банка: уч. пос. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.

УДК 331. 101. 39

Смаль К.Г.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Юрчик В.И.

СОВОКУПНАЯ ОЦЕНКА СТОИМОСТИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

«Человеческий капитал – это капитал в виде умственных способностей, полученных через формальное обучение или образование либо через практический опыт».

Э. Долан, Дж. Линдсей

Целью настоящей работы является определение сущности человеческого капитала и выявление проблем его оценки. За счет развития человеческого капитала можно увеличить конкурентоспособность страны, повысить эффективность производства, так же его развитие способствует экономическому росту страны. Экономический рост страны в большей степени определяется наличием в ней квалифицированной рабочей силы, он невозможен без творческого потенциала, так называемых нематериальных форм богатства: знаний, навыков, умений.

Человеческий капитал – запас знаний, использование которых в процессе труда обеспечивает дополнительный доход. Человеческий капитал как запас знаний, умений, навыков, опыта способен не только накапливаться, но морально и материально изнашиваться [1].

Особенности человеческого капитала:

❖ его владелец должен лично присутствовать при его производственном использовании;

- ❖ для получения дохода с человеческого капитала работник должен затрачивать трудовые усилия;
- ❖ человеческий капитал не может быть продан или передан в наследство;
- ❖ срок его службы определяется величиной продолжительности трудовой жизни человека [2].

К затратам на производство человеческого капитала относят:

1) прямые затраты, в том числе плата за обучение и другие расходы на образование, смену места жительства и работы;

2) косвенные затраты:

а) упущенный заработок, являющийся элементом альтернативных издержек, поскольку получение образования, смена места жительства и работы связаны с потерей доходов;

б) моральный ущерб, так как получение образования является трудным и часто неприятным занятием, поиск работы утомляет и истощает нервную систему, а миграция приводит к потере старых друзей и знакомых.

Проведем Swot-анализ для выявления слабых и сильных сторон человеческого капитала (таблица 1):

Таблица 1 – Swot-анализ человеческого капитала в РБ

Сильные стороны	Слабые стороны
Высокий уровень образования населения; Положительная динамика темпов роста заработной платы; Развитие инфраструктуры жилищного фонда; Реализация приоритетных национальных проектов; Рост государственных инвестиций в НИОКР	Низкий уровень заработной платы в области науки, образования, медицины; Строительство жилищного фонда не покрывает потребности населения в жилье; Низкая заинтересованность частного бизнеса в финансировании НИОКР; Недостаточное воспроизводство и старение экономически активного населения
Возможности	Угрозы
Увеличение инвестиций в НИОКР; Повышение заработной платы в сфере науки, образования и здравоохранения; Развитие системы научно-образовательных кластеров; Государственное стимулирование человеческого капитала	Продолжение экстенсивного экономического роста в стране; Снижение наукоемкости ВВП; Рост инфляции, безработицы; Деградация населения страны и потеря конкурентных позиций в мировой экономике

На основе составленного Swot-анализа можно сказать, что человеческий капитал РБ обладает как сильными сторонами, так и слабыми. И можно заметить, что РБ есть потенциал развития имеющихся возможностей, однако для этого необходимо много еще сделать не только со стороны государства, но и со стороны каждого жителя.

Предлагается использовать затратный метод оценки человеческого капитала, включающий 3 аспекта:

1. **Экономический аспект** (затраты на заработную плату, премии, поощрительные выплаты, повышение квалификации);

2. **Социальный аспект** (затраты на отдых работника, здоровье, улучшение жилищных условий и т.д.);

3. **Экологический аспект** (затраты на улучшение экологической обстановки для повышения использования человеческого капитала).

На основе данных аспектов была разработана следующая формула:

ЧК= Экономические затраты + Социальные затраты + Экологические затраты

Для проведения математических расчётов нами была разработана следующая форма отчётности (таблица 2):

Таблица 2 – Отчётность по человеческому капиталу

Затраты	Σ, руб.
Экономические затраты:	
– затраты на заработную плату работников предприятия	
– премии работникам предприятия	
– поощрительные выплаты работникам предприятия	
– повышение квалификации работников предприятия	
Социальные затраты:	
– затраты на санаторно-курортное оздоровление работников предприятия	
– затраты на здоровье (абонемент в бассейн, мед.страховка и др.)	
– затраты на улучшение жилищных условий	
Экологические затраты:	
– затраты на улучшение экологической обстановки окружающей среды	
Итого	

На основе предложенной формулы и отчётности произведён расчёт человеческого капитала в целом по Республике Беларусь с использованием статистических данных (таблица 3):

Таблица 3 – Стоимость человеческого капитала в РБ, млрд. руб.

Затраты	2010 год	2011год	2012 год	2013 год
Экономические затраты:	86455,59	139934,55	261281,75	454220,86
– затраты на заработную плату работников предприятия	68159,8	106121,8	205154,6	355924,38
– премии работникам предприятия	13040,58	23937,04	36728,66	61639,51
– поощрительные выплаты работникам предприятия	4714,16	8968,52	19232,55	61639,51
– повышение квалификации работников и переподготовка кадров предприятия	541,05	907,19	165,94	91,9
Социальные затраты:	2271,3	3873,03	6711,71	11537,52
– затраты на санаторно-курортное оздоровление работников предприятия	151,23	175,96	207,5	243,06
– затраты на здоровье (абонемент в бассейн, мед.страховка и др.)	661,82	929,41	1 818	3 013
– затраты на улучшение жилищных условий	1458,25	2767,66	4686,21	8400,72
Экологические затраты:	1744	2002	3485	4926,41
– затраты на улучшение экологической обстановки окружающей среды	1744	2002	3485	4926,41
Итого	90470,89	145809,58	271478,46	470684,80

Используя расчётные значения, построим график динамики стоимости человеческого капитала в РБ (см. рис.1). Из графика видно, что стоимость чело-

веческого капитала в РБ возрастает за исследуемый период. Стоимость ЧК в 2012 году больше чем в 2010 году в 3 раза, а в 2013 году – в 5 раз. Это свидетельствует о том, что затраты на человеческий капитал увеличились и следовательно возросло качество человеческого капитала и увеличился интеллектуальный потенциал страны.

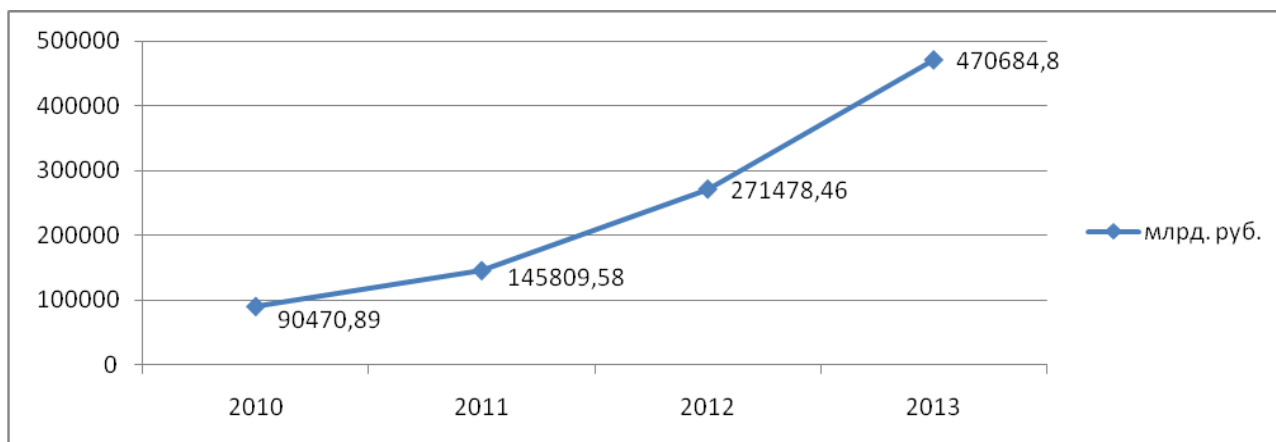


Рисунок 1 – Динамика стоимости человеческого капитала

Для устранения влияния инфляции на стоимость человеческого капитала мы рассчитали стоимость человеческого капитала в базисных ценах (таблица 4).

Таблица 4 – Стоимость человеческого капитала в ценах 2010 года

Показатели	2010	2011	2012	2013
Стоимость ЧК в текущих ценах	90470,89	145809,58	271478,46	470684,80
Индекс потребительских цен, %	109,9	208,7	121,8	101,9
Базисный дефлятор, %	100	208,7	254,2	259
Стоимость ЧК в базисных ценах	90470,89	69865,64	106797,19	181710,68
Цепной темп роста стоимости	–	77,22	152,86	170,15
Среднегодовой темп роста	126,17			

Из рассчитанной таблицы видно, что стоимость человеческого капитала в 2011 году снижается, что связано с мировым экономическим кризисом. Однако в 2012 и 2013 годах она увеличивается, но увеличение не столь значительное как в реальных ценах (в 2013 году по сравнению с 2010 годом увеличение в 2 раза, а не в 5, как было в реальных ценах).

Нами была разработана условная ситуация «Что было бы, если бы...» (таблица 5-6):

Если бы я в 2010 году не пошла учиться, то возможно я бы пошла работать официанткой или вахтёром, так как образования у меня не было, а оно на этих профессиях и не требуется. Однако я решила получать высшее образование экономиста и в связи с этим в 2010 году поступила в университет и обучалась на платной основе 4 года. В сложившейся ситуации я рассчитала зарплату вплоть до 55 лет, т.е. выхода мною на пенсию в заданных профессиях, с учётом моих затрат на обучение. И вышло так, что даже при затратах на обучение в 4000 \$ средняя зарплата экономиста-бухгалтера выше, чем средние зарплаты официанта и охранника (вахтера). В долларовой эквиваленте выиг-

рыш от обучения составляет 245 484\$ и 46 409 \$ соответственно в профессии экономист от профессий охранник (вахтер) и официант.

Таблица 5 – Сравнение зарплаты экономиста-бухгалтера с др. профессиями

	2010	2011	2012	2013	2014	...	2047
Экономист-бухгалтер	$\sum_{\text{затрат на обучение}} = 30793000 \approx 4000\$$				45978855		14929702593
Официант	21963240	24009360	30120600	33464630	41307682		14462662115
Тр	–	1,093161	1,254536				
Тср	1,111021348						
Охранник	21371040	24126000	29925000	33478834	37454715		12591364016
Тр	–	1,128911	1,240363				
Тср	1,118758035						

Таблица 6 – Выигрыш от получения образования

Профессия	$\sum_{\text{з/пл за 55 лет}}$	Сумма превышения з/пл экономиста	В USD
Экономист-бухгалтер	14929702593	–	–
Официант	14462662115	436247478	46409
Охранник	12591364016	2307545577	245484

Таким образом, можно сделать выводы, что:

1. Человеческий капитал существует на основе существования капитала;
2. Оценка человеческого капитала может осуществляться на основе 3-х аспектов:

аспектов:

- экономического;
- социального;
- экологического.

3. Расчёт стоимости человеческого капитала может определяться на основе предложенной формулы и отчётности по человеческому капиталу.

Список использованных источников

1. Корнейчук, Б.В. Информационная экономика: учебное пособие / Б.В. Корнейчук. – СПб: Питер, 2006. – 400 с.
2. Экономическая теория / И.П. Николаева. – М.: Финстатинформ, 2002.

УДК 336.717.061.1

Прохоцук Д.Г.

Научный руководитель: доцент Макарук Д.Г.

МОНИТОРИНГ ПОВЕДЕНИЯ КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЕЙ НА ОСНОВЕ ВЕРОЯТНОСТНОГО ПОДХОДА С ЦЕЛЮ ОЦЕНКИ РИСКА НЕВОЗВРАТА КРЕДИТОВ

Актуальность предложенного направления исследования обоснована тем, что банки в своей практике чаще всего изучают факторы риска невозврата кредита на основе моментной информации, не предусматривая динамическую составляющую.

Цель работы: разработать вероятностный подход в оценке поведения кредитополучателей – физических лиц.

Задачи работы:

- определить факторы, влияющие на риск невозврата кредита для физических лиц;
- оценить вероятность наступления риска невозврата кредита при различных динамических факторах с использованием вероятности;
- качественная оценка кредитного риска.

В банковской деятельности всегда присутствует большое количество рисков, ведь она является чувствительной как к разным факторам социально-экономического характера, так и к политическим, экологическим и прочим факторам. Наибольшие риски возникают при кредитовании населения. Эффективность процесса кредитования населения банками находится в значительной зависимости от правильного управления кредитными рисками – рисками непогашения заемщиком основного долга и процентов по кредиту в соответствии со сроками и условиями кредитного договора. Величина кредитного риска измеряется суммой, которая может быть потеряна при неуплате или просрочке выплаты задолженности.

Так как за последние десятилетия темпы роста кредитования населения резко выросли, в отечественной и зарубежной экономической литературе все чаще стали поднимать вопросы управления рисками кредитования физических лиц. Отметим, что за последние 4 года и только начавшийся 2014 год, задолженность по кредитам, выдаваемым банками физическим лицам, имеет явную тенденцию к увеличению. Только за 1 января 2014 по сравнению с 1 января 2013 года задолженность увеличилась на 34% ($53917,2/40183,6 \cdot 100 = 134\%$) (рисунок 1).

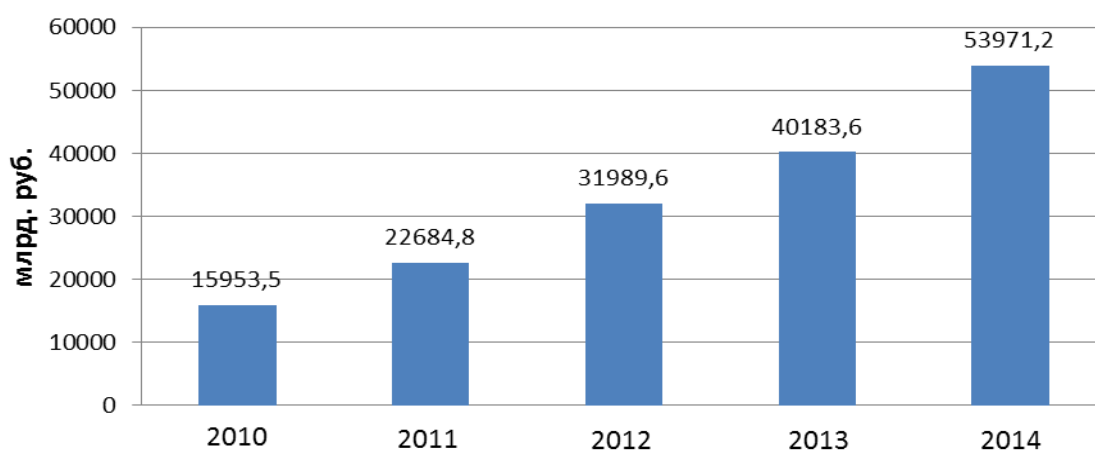


Рисунок 1 – Динамика задолженности по кредитам, выданным банками РБ физическим лицам [1], [2], [3]

При операциях с физическими лицами банк несет весь спектр банковских рисков:

- риск валютного колебания, инфляционный риск;
- риск, связанный с жизнедеятельностью заемщика (несчастные случаи, болезнь или смерть клиента);
- риск целевого использования кредита;
- политический риск;
- риск обычного мошенничества и неспособности платить (зачастую обманным путем) и т.д.

Все это и будет составной частью риска кредитования населения, то есть риска невозврата заемщиком кредитных средств.

Важным ресурсом кредитования, как населения, так и юридических лиц являются депозитные средства, которые доверили каждому банку его вкладчики. Отсюда управление рисками кредитования населения становится главной задачей каждого коммерческого банка и любой другой кредитной организации, преследующей поддержание ликвидности и избежание возможного банкротства.

Банки должны постоянно совершенствовать управление рисками для предотвращения ухудшения качества активов. В настоящее время требуется значительно расширить объем навыков управления кредитами, кредитным риском в частности, тщательно разработать оптимальные методики управления рисками и процедуры их осуществления.

Банки зачастую не располагают надежно разработанным процессом управления кредитным риском. Среди наиболее часто встречающихся недостатков можно отметить следующие [2]:

- отсутствие документально зафиксированного изложения банковской политики;
- отсутствие ограничений в отношении концентрации портфеля;
- излишняя централизация или децентрализация кредитного руководства;
- некачественный анализ кредитуемой отрасли;
- поверхностный финансовый анализ заемщиков;
- завышенная стоимость залога;
- недостаточно частые контакты с клиентом;
- недостаточные проверки и отсутствие сбалансированности в процессе кредитования;
- отсутствие контроля над займами;
- неспособность к увеличению стоимости залога по мере ухудшения качества кредитов;
- некачественный контроль за документированием займов;
- неполная кредитная документация.

Эти недостатки выливаются в слабость кредитного портфеля, включая чрезмерную концентрацию кредитов, предоставляемых в одной отрасли, большие портфели неработающих кредитов, убытки по кредитам, неплатежеспособность и неликвидность.

Не вызывает сомнения, что на многих рынках банкам приходится действовать в таких экономических условиях, которые характеризуются наличием объективных трудностей для качественного управления кредитами, что лишний раз свидетельствует о важности усиления такого управления.

Кредитная политика создает основу всего процесса управления кредитами, она определяет объективные стандарты и параметры, которыми должны руководствоваться банковские работники, отвечающие за предоставление и оформление займов, и управление ими. Когда кредитная политика сформулирована правильно, четко проводится сверху и хорошо понимается на всех уровнях банка, она позволяет руководству банка поддерживать правильные стандарты в области кредитов, избегать излишнего риска и верно оценивать возможности развития бизнеса. Лица, осуществляющие контроль за работой банков, считают, что разумная задокументированная кредитная политика банка является основополагающей для правильного управления кредитным риском.

Банк должен определить, какие кредиты он будет предоставлять, а какие нет, сколько кредитов каждого типа он будет предоставлять, кому он будет предоставлять кредиты и при каких обстоятельствах эти кредиты будут пре-

доставляться. Существует очень мало других отраслей бизнеса, в которых можно с такой легкостью и быстротой оказаться в тяжелой ситуации. И этот риск нельзя игнорировать. Все эти важные решения требуют, чтобы целью политики банка было поддержание оптимальных отношений между кредитами, депозитами и другими обязательствами и собственным капиталом. Здоровая кредитная политика способствует повышению качества кредитов.

Цели кредитной политики должны охватывать определенные элементы правового регулирования, доступность средств, степень допустимого риска, баланс кредитного портфеля и структуру обязательств по срокам.

Наиболее важным является то, что разработка кредитной политики вызывает необходимость у совета директоров или со стороны руководителей высшего звена комитета по кредитам банка определить уровень приемлемости риска в свете прибыльности и эффективности работы банка, учитывая при этом потребности рынка, на котором действует банк. Кредитная политика как бы создает единый кредитный язык банка в целом, и этот язык очень важен для поддержания преемственности по мере роста банка, диверсификации его деятельности и делегирования кредитных полномочий и обязанностей в банке.

Управление кредитным риском – это процесс, который можно представить в виде сложной системы. Начинается он с определения рынков кредитования, которые часто называются «целевыми рынками», продолжается в форме последовательности стадий погашения долгового обязательства. Отдельные компоненты этого процесса более подробно рассматриваются ниже.

Существует четыре способа (метода) снижения риска [3]:

- 1) диверсификация;
- 2) объединение риска или страхование;
- 3) распределение риска;
- 4) поиск информации.

Диверсификация (diversification) – это метод, направленный на снижение риска путем распределения его между несколькими рисковыми товарами таким образом, что повышение риска от покупки (или продажи) одного означает снижение риска от покупки (или продажи) другого.

Объединение риска (risk pooling) – это метод, направленный на снижение риска путем превращения случайных убытков в относительно небольшие постоянные издержки. Он лежит в основе страхования. Болезни, стихийные бедствия, кражи и тому подобные непредвиденные обстоятельства связаны со значительными расходами. Смягчить последствия этих инцидентов помогает страхование.

Страховые компании организуют дело таким образом, чтобы сумма выплат и затраты на организацию страхового дела не превышали величины полученных взносов.

Главное условие эффективности объединения риска при страховании заключается в том, чтобы риски застрахованных лиц были независимыми друг от друга (или, как в случае диверсификации, имели разнонаправленную, отрицательную корреляцию).

Распределение риска (risk spreading) – это метод, при котором риск вероятного ущерба делится между участниками таким образом, что возможные потери каждого относительно невелики. Именно благодаря использованию данного метода финансово-промышленные группы не боятся идти на риск финансирования крупных проектов или новых направлений НИОКР.

Поиск информации также способствует снижению риска. Большинство ошибочных решений связано с недостатком информации. Получение ее может значительно снизить величину риска. Информация – редкое благо, за которое приходится платить. Поэтому, чтобы определить количество необходимой информации, следует сравнить ожидаемые от нее предельные выгоды с ожидаемыми предельными издержками, связанными с ее получением.

Банки имеют успех тогда, когда принимаемые ими риски разумны, контролируются и находятся в пределах их финансовых возможностей и компетенции. Активы, в основном кредиты, должны быть в достаточной степени ликвидными, чтобы покрыть любой отток средств, расходы и убытки и при этом обеспечить приемлемый для акционеров размер прибыли. Достижение этих целей лежит в основе политики банка по принятию рисков и управлению ими, а также в основе принятой методологии оценки риска при кредитовании отдельных контрагентов коммерческого банка.

Список цитированных источников

1. Бюллетень банковской статистики. Региональный выпуск. – 2011. – № 6 [Электрон. ресурс] / Ответственный за выпуск Д.В. Великий. – Минск, 2011. – Режим доступа: http://nrb.by/publications/bulletinRegional/BBS_Region2011_6.pdf.

2. Бюллетень банковской статистики. Региональный выпуск. – 2012. – № 12 [Электрон. ресурс] / Ответственный за выпуск Д.В. Великий. – Минск, 2012. – Режим доступа: http://nrb.by/publications/bulletinRegional/BBS_Region2012_12.pdf.

3. Бюллетень банковской статистики. Региональный выпуск. – 2014. – № 2 [Электрон. ресурс] / Ответственный за выпуск Великий Д.В. – Минск, 2014. – Режим доступа: http://nrb.by/publications/bulletinRegional/BBS_Region2014_2.pdf.

УДК 336.717.061.1

Прохоцук Д.Г.

Научный руководитель: доцент Макарук Д.Г.

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ПОВЕДЕНИЯ КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЕЙ НА ОСНОВЕ ВЕРОЯТНОСТНОГО ПОДХОДА С ЦЕЛЬЮ ОЦЕНКИ РИСКА НЕВОЗВРАТА КРЕДИТОВ

Наиболее часто при оценке кредитополучателей используется вероятностная оценка. Так, *кредитный риск (PK)* можно оценить по факторам, влияющим на него, с использованием следующей шкалы опасности: очень высокая; высокая; средняя; низкая; случайная.

Эта шкала значимости факторов хорошо укладывается в шкалу вероятностей, имеющую размерность от 0 до 1. Поэтому приведенную качественную шкалу опасности факторов риска можно перевести в шкалу вероятностей, то есть «оцифровать» эти факторы риска следующим образом (в банке это может быть опрос экспертов) [1, с.145]:

- «очень высокая» – когда вероятность события $Q = 0,8$;
- «высокая» – при $Q = 0,7$;
- «средняя» – при $Q = 0,5$;
- «низкая» – при $Q = 0,3$;
- «случайная» – при $Q = 0,1$.

С использованием этих значений рассмотрим факторы, влияющие на риск невозврата кредита для физических лиц. Для этих целей возьмём условного заёмщика и определим вероятность влияния того или иного фактора с точки зрения его данных.

Факторы в социально-политической области (рисунок 1):

- 1) резкая смена социального статуса, как в сторону повышения, так и в сторону понижения – КР «высокий», $Q = 0,7$;
- 2) смена социальной ориентации – КР «высокий», $Q = 0,7$;
- 3) резкое усиление или снижение реально проявляемой политической активности – КР «низкий», $Q = 0,3$;
- 4) смена места работы с изменением социального статуса – КР «средний», $Q = 0,5$;
- 5) изменение социального положения в связи с браком, наследством, нашедшимися родственниками и др. – КР «средний», $Q = 0,5$.

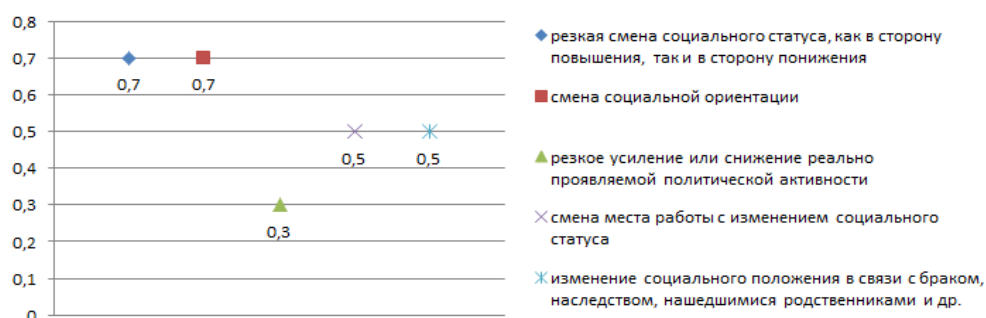


Рисунок 1 – Факторы в социально-политической области [2]

Факторы в области занятости, доходов, имущества (рисунок 2):

- 1) переход (перевод) на менее стабильный статус занятости (например, конкурсное избрание, контракт, сезонный контракт, почасовая занятость) – КР «очень высокий», $Q = 0,8$;
- 2) изменение статуса места работы, формы собственности организации – КР «высокий», $Q = 0,7$;
- 3) активизация отраслевых, региональных рисков, рисков операционного цикла в сфере занятости – КР «высокий», $Q = 0,7$;
- 4) крупные приобретения, продажи имущества – КР «средний», $Q = 0,5$;
- 5) смена квартиры, места проживания – КР «высокий», $Q = 0,7$;
- 6) кражи, ограбления – КР «средний», $Q = 0,5$.

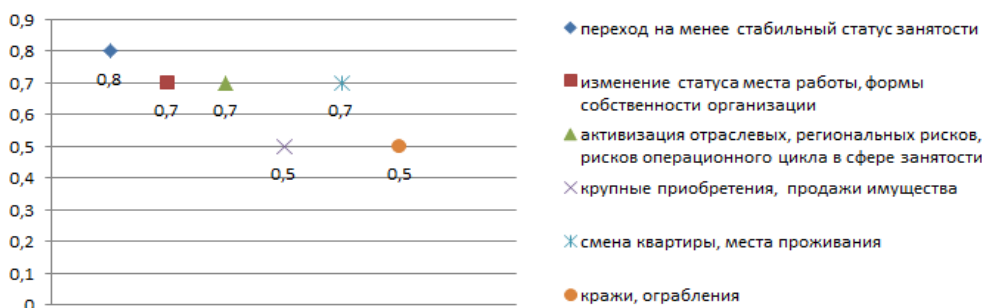


Рисунок 2 – Факторы в области занятости, доходов, имущества [2]

Факторы окружения, семьи, социального окружения (рисунок 3):

- 1) активизация в регионе проживания группировок, криминала, сект (риск вовлечения членов семьи, их похищения и др.) – КР «высокий», $Q = 0,7$;

2) появление новых родственников (браки), принадлежащих к народностям со специфическими общественными отношениями, иерархиями (кланы, тейпы, племена и др.), моралью, правилами поведения, отношением к обязательствам, понятиями чести и др. – КР «средний – низкий», $Q = 0,4$;

3) политические, социальные, национальные, религиозные, возможно, природные или техногенные факторы, изменяющие у отдельных народностей семейные и/или финансовые отношения – КР «средний – низкий», $Q = 0,4$;

4) резкие изменения в семейном положении и окружении клиентов – КР «низкий», $Q = 0,8$;

5) «критические» семейные состояния (холостяки, разведенные) – КР «очень высокий», $Q = 0,8$.

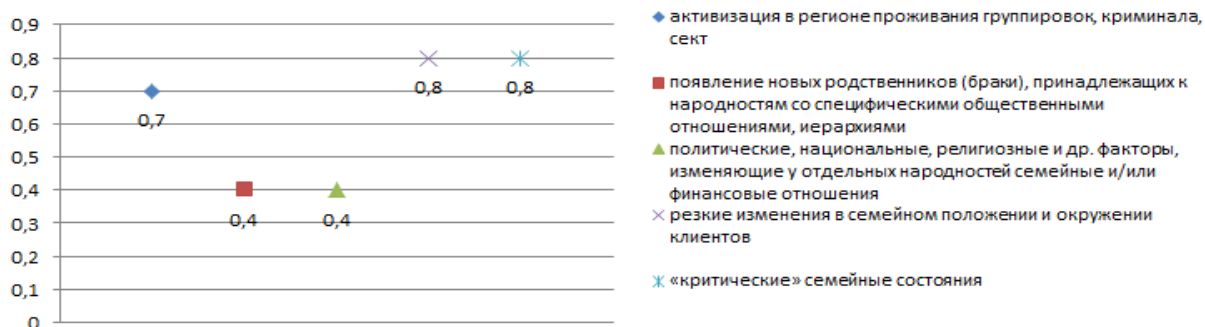


Рисунок 3 – Факторы окружения, семьи, социального окружения [2]

Факторы физического состояния, здоровья (рисунок 4):

1) достижение «критических» возрастов – КР «очень высокий», $Q = 0,8$;

2) заболевания, в том числе ближних родственников, – КР «высокий», $Q = 0,7$;

3) ухудшение экологической обстановки региона работы или проживания, опасность эпидемий и др. – КР «высокий», $Q = 0,7$;

4) туристические поездки в страны с большими рисками заболеваний, особенно малоизученных, – КР «низкий – средний», $Q = 0,4$.

Присвоение той или иной вероятности наступления любого из данных факторов (которых может быть в реальности и больше), которые впоследствии повлияют на увеличение КР зависит и определяется банковскими работниками на основании полученных анкетных данных, кредитной истории заёмщика, информации об его доходах, об его окружении. Так же возможен психологический анализ заёмщика, который позволит определить степень подверженности заёмщика влиянию того или иного фактора. Поэтому данное распределение вероятности можно считать условным.

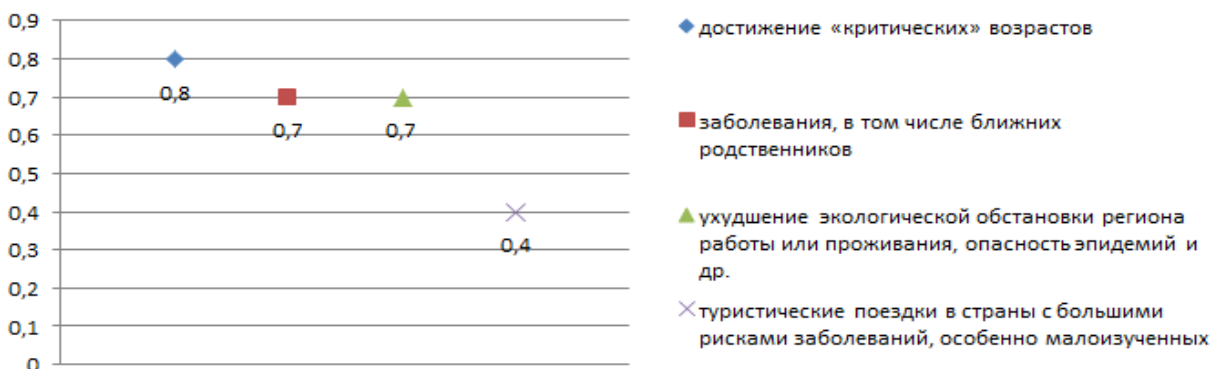


Рисунок 4 – Факторы физического состояния, здоровья

Перейдем к количественной оценке события Q по вышеизложенным факторам этого негативного явления, то есть к оценке КР.

Выпишем для этого вероятности влияния 14 (произвольно выбранных, т.к. их вариация может быть разнообразна, в данном случае отражается лишь методика оценки) из имеющихся 20 факторов в КР для физических лиц:

0,7; 0,5; 0,8; 0,7; 0,5; 0,7; 0,5; 0,7; 0,4; 0,8; 0,8; 0,8; 0,7; 0,7.

«Вес», или значимость, каждого фактора определить очень трудно, а на стадии априорной оценки практически невозможно. Поэтому логично присвоить всем факторам одинаковый «вес», равный $1/14 = 0,071$, где 14 – это количество учитываемых факторов. В дальнейшем вес каждого фактора может быть определен на основе сформированных кредитных баз данных.

Теперь можно получить вероятности каждого фактора для реализации события Q, или КР с учётом его значимости. Произведя вычисления, получим ряд указанных вероятностей: 0,05 ($0,7 \cdot 0,071$); 0,036; 0,057; 0,05; 0,036; 0,05; 0,036; 0,05; 0,024; 0,057; 0,057; 0,057; 0,05; 0,05 (рисунок 5).

Суммируя эти вероятности, получим оценку вероятности события Q, или вероятность КР, под воздействием всех рассмотренных факторов. Получим, что $Q = 0,66$.

Таким образом, оценив влияние 14 факторов из 20, можно сделать вывод о том, что вероятность наступления события Q, т.е. кредитного риска, равна 66% при воздействии всех этих факторов. Отметим ещё раз, что рассматривать можно разные вариации влияния факторов и определять вероятность наступления кредитного риска.

Качественная оценка.

Данный способ оценки риска представляет собой словесное описание его уровня путем выявления негативной информации, на основании которой определяется кредитный рейтинг заемщика. Опираясь на показатели по каждому кредитополучателю, можно определить средневзвешенный показатель риска в целом [1].

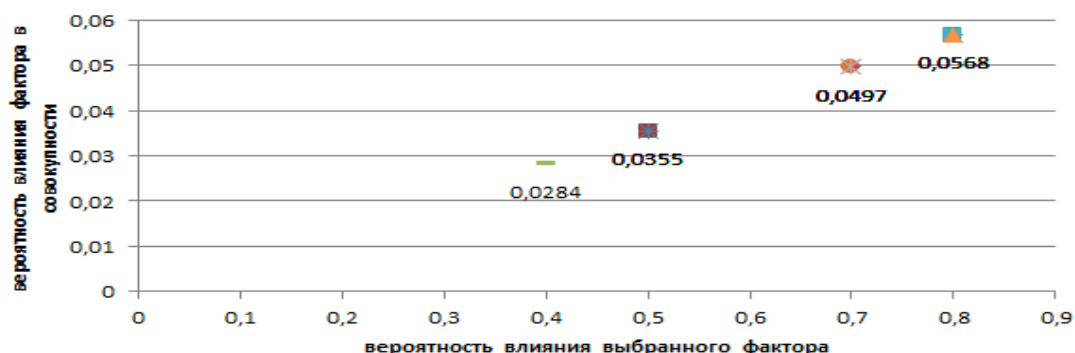


Рисунок 5 – Вероятность влияния группы выбранных факторов [2]

1. Используя факторы, влияющие на кредитный риск, из предыдущей оценки, составим шкалу факторов, влияющих на уровень риска для заемщика [3]: факторы в социально-политической области; факторы в области занятости, доходов, имущества; факторы окружения, семьи, кланов; факторы физического состояния, здоровья.

2. Выделим существенные группы влияющих факторов, определяющие кредитный риск, и определим их удельные веса при формировании совокупного фактора (определено по степени значимости, от самого значимого, до менее значимого и удельные веса различны): факторы в социально-полити-

ческой области – 1 %; факторы в области занятости, доходов, имущества – 3 %; факторы окружения, семьи, кланов – 3 %; факторы физического состояния, здоровья – 3 %; итого – 10%.

3. Для существенных групп факторов из п.2 определяются границы, каждой группе присваивается определённое количество баллов: умеренный риск – 2 баллов; высокий риск – 4 балла; повышенный риск – 6 баллов; критический риск – 8 балла.

4. Определяется совокупный фактор риска, или консолидированный уровень риска, путем соединения оценок отдельных показателей согласно их удельным весам. Распределим риск следующим образом: допустимый < 40; 40 < повышенный < 60; критический > 60 (таблица 1).

Таблица 1 – Расчёт совокупного фактора риска [1]

Группа факторов	Удельный вес	Уровень риска	Балл	Оценка риска (ст.2*ст.4)
факторы в социально-политической области	1	умеренный	2	2
факторы в области занятости, доходов, имущества	3	повышенный	6	18
факторы окружения, семьи, кланов	3	высокий	4	12
факторы физического состояния, здоровья	3	высокий	4	12
Консолидированный риск	Повышенный = 2 + 18 + 12 + 12 = 44 балла			

Таким образом, кредитный риск, при влиянии данных факторов, является повышенным. Удельный вес и присвоение баллов, так же как и в предыдущем методе, зависит от имеющейся в распоряжении банка информации о заёмщике.

Следует заметить, что комплексное управление рисками кредитования физических лиц сопряжено с рядом трудностей, таких как: нехватка квалифицированных специалистов, отсутствие достоверных и качественных информационных источников, наличие непредсказуемости в прогнозах решений органов власти.

Банки имеют успех тогда, когда принимаемые ими риски разумны, контролируются и находятся в пределах их финансовых возможностей и компетенции. Активы, в основном кредиты, должны быть в достаточной степени ликвидными, чтобы покрыть любой отток средств, расходы и убытки и при этом обеспечить приемлемый для акционеров размер прибыли. Достижение этих целей лежит в основе политики банка по принятию рисков и управлению ими, а также в основе принятой методологии оценки риска при кредитовании отдельных контрагентов коммерческого банка.

Список цитированных источников

1. Четыркин, Е.М. Финансовая математика. 4-е изд. – Москва: Дело, 2004. – 400 с.

2. Официальный сайт Национального банка Республики Беларусь // Де-нежнo–кредитная и финансов статистика [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://nbrb.by/statistics/MonetaryStat/FinSectorSurvey/>.

3. Официальный сайт рейтингового агентства S&P // Rejting [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://www.standartandpoors.ru>.

ПРИМЕНЕНИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНО-СТОИМОСТНОГО ПОДХОДА К АНАЛИЗУ УЧЕТНОЙ ИНФОРМАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В современном мире одним из ключевых факторов успеха компании является эффективное управление информацией. Важнейшим центром, генерирующим информационные потоки, является бухгалтерия. От предоставленной учетно-аналитической информации зависит эффективность принимаемых управленческих решений. Стоит также отметить, что под качеством информации мы понимаем ее достоверность, содержательность, актуальность, своевременность и устойчивость.

Одним из основных вопросов эффективной организации учета является соответствие качества учетной информации затратам, которые понесены на ее сбор, обработку и анализ.

На наш взгляд, в качестве инструмента для решения этого вопроса может выступать функционально-стоимостной анализ учетной информации.

Функционально-стоимостной анализ – это метод системного исследования функций, работоспособности различных объектов и затрат на их реализацию. Термин был введен в 1970 году инженером Евгением Александровичем Грампом. В настоящее время ФСА достаточно редко применяется на предприятиях, хотя имеет долгую историю развития [1].

Цель данного анализа – выявить лишние функции, выполняемые бухгалтерской службой, а также приведение в соответствие значимости выполняемых операций для принятия управленческих решений и затрат на их выполнение.

Рассмотрим на примере проведение ФСА бухгалтерской службы предприятия по техническому обслуживанию автомобилей. Главная цель ФСА определена как контроль и регулирование деятельности бухгалтерии, ее оптимизация с минимально возможной потерей полезности предоставляемой ею информации.

Оценить функциональную значимость можно только экспертно, однако все участвующие эксперты должны иметь единообразное понимание функциональной значимости и руководствоваться единственным составом критериев – значимостью информации при принятии управленческих решений на каждом уровне организации [2].

На момент проведения анализа в команде ФСА числились: директор предприятия, главный бухгалтер, заместитель директора и внешний специалист по функционально-стоимостному анализу [3].

Были определены функции бухгалтерской службы. И их значимость на каждом уровне управленческих решений для участников команды ФСА через анкетирование. Достаточно удобно представить ее в графическом виде (таблица 1).

Были рассчитаны основные затраты на бухгалтерский отдел за месяц (таблица 2), при количестве работников бухгалтерского отдела 3 человека; при условии размера отчислений ФСЗН – 34%, Белгосстрах – 0,47% от заработной платы работников; полугодовая подписка на периодическое издание – 800 000 бел.р.; Аренднованное помещение – 30 кв.м., где взята сумма в 15 у.е. за 1 кв.м. Был применен метод «Фотографии рабочего времени».

Таблица 1 – Анкета оценки значимости функций бухгалтерской службы

Наименование функций и работ бухгалтерской службы	Оценка значимости информации для принятия управленческих решений (%)
Учет и расчет заработной платы с работниками организации	6
Учет затрат по всем видам производства	8
Сведение полученных данных в Главную книгу	3
Учет кассовых операций	10
Учет материальных ценностей, их хранения и использования	5
Учет затрат предприятия по текущей деятельности	8
Составление финансовой отчетности	4
Управление системой налогообложения	3
Учет спец.одежды	2
Информация по кредиторским и дебиторским задолженностям	14
Учет расчета с под отчетными лицами	6
Учет бланков строгой отчетности (БСО)	5
Учет банковский операций	5
Расчет доходов и выручки текущей деятельности	9
Учет основных средств	7
Учет банковских и других займов	5
	100,00

Таблица 2 – Свод затрат на бухгалтерскую службу предприятия

Затраты на б.с. за месяц	Сумма (бел.руб)
Заработная плата работникам бухгалтерской службы	18 000 000
Отчисления ФСЗН	6 120 000
Отчисления в БелГосСтрах	846 000
Амортизация орг.техники	200 000
Затраты на приобретение канц.товаров	250 000
Периодические информационные услуги	140 000
Аренда помещения (30кв.м. (15 у.е. = 1кв.м.))	4 410 000
Итого:	29 966 000

Благодаря расчету ежемесячных затрат и определению процентной значимости, мы можем провести анализ участков работы бухгалтерской службы для определения их затрат, и доли в общей сумме затрат на бухгалтерию.

Вычислим общее время работы бухгалтерии в месяц, где за основу взят восьмичасовой рабочий день. С учетом вычетов выходных получим ~18 рабочих дней.

1. $18 * 8 = 144$ рабочих часа на одного работника бухгалтерии.

2. $144 * 3 = 480$ (получаем общее часовое время работы бухгалтерской службы за месяц)

где 3 – это количество рабочих отдела бухгалтерии.

Затраты по одному участку работы находились по формуле:

$$\frac{a}{b} * c,$$

где а – общее время работы одного участка,

б – общее часовое время работы отдела, а

с – сумма общих затрат объекта (29 966 000 бел.р.).

Приведем полученные результаты в графическом виде (Таблица 3):

Таблица 3 – Матрица отклонений по значимости и стоимости функций бухгалтерской службы

Наименование функций и работ бухгалтерской службы	Общее часовое время работы бухгалтерской службы за месяц (ч)	Затраты по участкам работы	Доля затрат на ведение объекта учета в общей сумме затрат на бухгалтерию (%)	Значимость объекта учета для принятия управленческих решений (%)	Отклонение (%)
Учет и расчет заработной платы с работниками организации	20	1 248 583р.	4	6	2
Учет затрат по всем видам производства	40	2 497 167р.	8	5	3
Сведение полученных данных в Главную книгу	24	1 498 300р.	5	3	2
Учет кассовых операций	18	1 123 725р.	4	5	-1
Учет материальных ценностей, их хранения и использования	124	7 741 217р.	26	14	12
Учет затрат предприятия по текущей деятельности	64	3 995 467р.	13	8	5
Составление финансовой отчетности	32	1 997 733р.	7	4	3
Управление системой налогообложения	24	1 498 300р.	5	3	2
Учет спец.одежды	8	499 433р.	2	2	0
Информация по кредиторским и дебиторским задолженностям	20	1 248 583р.	4	15	-11
Учет расчета с подочетными лицами	18	1 123 725р.	4	4	0
Учет бланков строгой отчетности (БСО)	12	749 150р.	3	5	-3
Учет банковский операций	20	1 248 583р.	4	5	-1
Расчет доходов и выручки текущей деятельности	20	1 248 583р.	4	9	-5
Учет основных средств	16	998 867р.	3	7	-4
Учет банковских и других займов	20	1 248 583р.	4	5	-1
	480	29 966 000р.	100	100	

Таким образом, в приведенной таблице мы можем видеть процент отклонения доли затрат на ведение объекта учета и его значимость для управленческих решений. Если отклонения в пределах до 9% включительно, мы принимаем за пределы нормы, то участки работы с процентом отклонения свыше 9% («Учет материальный ценностей», «Информация по кредиторским и дебиторским задолженностям») интересуют нас как объекты для дальнейшего исследования и поиска оптимального варианта для совершенствования данных участков работы.

Список цитированных источников

1. Электронный ресурс [<http://buhgalter.by>] – Режим доступа: <http://buhgalter.by> – Брест, 2014. – Дата доступа: 27.02.2014.
2. Применение ФСА в управленческих задачах: учеб.пособие / Под ред. В.В. Рыжовой. – М.:ИНФРА-М, 2011. – 245 с.
3. Электронный ресурс [<http://citforum.ru/cfin/idef/abc.shtml>] – Режим доступа: <http://citforum.ru/cfin/idef/abc.shtml> – Брест, 2014. – Дата доступа: 01.03.2014.

УДК 658

Бердник К.О.

Научный руководитель: ст. преподаватель Почко Е.О.

ОПТИМИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ЛОГИСТИКИ И МАРКЕТИНГА

В современном мире любой уважающий себя бизнесмен понимает важность и значимость логистики. Большинство крупных компаний имеют отдел логистики, или же логиста на ставке. Однако, не смотря на быстрошагающее развитие, некоторые частные предприниматели все еще раздумывают, что такое логистика и нужны ли услуги логиста предприятию.

Любой человек, занимающийся бизнесом, рано или поздно встретится с вопросом, например, как снизить расходы на доставку или как упростить схему доставки продукции, проблемы выбора самого краткого незатратного маршрута доставки. Для правильного и оптимального решения вопросов подобного плана, на помощь придет логистика. Также логистика поможет решить ряд других вопросов предприятия, оптимизировать торгово-производственный процесс, сократить время, затрачиваемое на услуги, она поможет провести мониторинг транспорта, сократить производственные и транспортные расходы [1, с.28].

Конечно, далеко не всем компаниям и частным предпринимателям нужно иметь в штате отдел логистики, иногда достаточно иметь в штате логиста, а можно обратиться к услугам логистической фирмы.

Как нам показывает опыт промышленно развитых стран и передовых компаний, логистике принадлежит стратегически важная роль в современном бизнесе.

Если исходить из назначения логистики применительно к бизнесу, логистическая стратегия фирмы должна быть основана на поддержании корпоративной стратегии с целью оптимизации ресурсов компании при управлении материальными и сопутствующими потоками.

Выбираемая фирмой логистическая стратегия должна соответствовать корпоративной стратегии и основываться на определенной концепции логистики.

Ведущие компании мира успешно применяют в своей деятельности логистические концепции, технологии и системы, что непосредственно позволяет им оптимизировать ресурсы, связанные с управлением информационными и товарными потоками [2, с.137].

Как показывает практика, компании, использующие логистику, значительно увеличили прибыль за счет снижения затрат связанные с сокращением производственных издержек в области ресурсного потенциала, тем самым получили преимущество перед конкурентами. Применение логистики позволяет существенно сократить временной интервал на всех стадиях производственного цикла, ведь при прохождении товара по различным техническим операциям производственного процесса занимает около 90% всех временных затрат. Уменьшение временных затрат происходит в первую очередь в производственном процессе между приобретением сырья, материалов и доставкой готового продукта потребителю [3, с. 96].

Роль маркетинга в бизнесе определяется тем, что он раскрывает потенциальные возможности производства и сбыта товара, разрабатывает оптимальную товарную политику, определяет направления конкурентной борьбы и завоевания рынка, предлагает набор инструментов для стимулирования спроса, создает эффективную систему товародвижения, позволяет изучить и спрогнозировать состояние и развитие рынка [4, с. 69].

Однако роль маркетинга в конкретном бизнесе и отношение к нему предпринимателя в немалой степени зависят от того, на каком рынке выступает предприятие. Ценность предложения компании на рынке – это не только товар и его отпускная цена, а степень удовлетворения потребностей клиентов, включающая качество обслуживания, которое приобрело за последнее время для клиентов огромное значение. Собственно осознание такой ситуации и есть отправная точка дальнейших рассуждений, и есть ответ на вопрос «зачем компании нужны изменения». Конечно, возник и следующий вопрос – что

необходимо изменять в первую очередь, и до какой степени, что требует клиент от компании, и какого качества должны быть изменения.

Оказалось, что одним из ключевых факторов, который может оказать существенное влияние на конкурентоспособность предложения компании, является отсутствие очередей на складе и быстрота обслуживания.

Таким образом, реализуется модель взаимодействия маркетинга и логистики путем постановки задачи для логистики: провести оптимизацию процессов обслуживания клиентов на складском комплексе, при этом критерием оптимизации является минимизация очереди и минимизация времени обслуживания. Причем, исходя из проведенных исследований, удалось даже точно определить допустимые границы такой минимизации: клиент должен обслуживаться не более 20 минут. Отдел логистики (совместно с технической службой) занялся поиском оптимальных путей для решения проблемы равновесного состояния системы товарных потоков в рамках задач определенных отделом маркетинга [5, с. 177].

На предприятии наиболее существенна взаимосвязь логистики с маркетингом.

Система логистики влияет и маркетинговую тактику продаж. Если, например, фирма выбирает тактику специального предложения, т.е. спонтанные разовые продажи, то система физического распределения (транспорт, склады, оформление заказа) должна быть подготовлена к подобного рода пикам реализации. Эти же проблемы учитываются при составлении рыночного прогноза, который, в свою очередь, является основой развития всей сети распределения и выбора канала распределения, в том числе финансирования и инвестиций в этой сфере.

Качественный анализ системы логистики позволяет управляющему маркетингом более четко определить цели и задачи распределения. В этом плане системный анализ логистики является инструментом маркетинга, позволяющим определить и поддерживать стандарты обслуживания.

Логистика требует интеграции в единый комплекс всех процессов и этапов продвижения сырья и продукции к потребителю. Поэтому нельзя упускать из внимания влияние логистики на вспомогательные функции товаров, такие как упаковка, дизайн и т.д. Если раньше дизайн продукции был ориентирован на существующую технологию производства, а позднее – на потребности маркетинга, то в настоящее время дизайн призван конструировать продукцию таким образом, чтобы ее было легко упаковывать, складировать и отгружать или чтобы ее легко можно было модифицировать в соответствии с требованиями потребителей.

Также необходим логистически обоснованный подход к выбору такой упаковки, которая обеспечивает оптимальное сочетание и учет всех ее «плюсов» и «минусов», т.к., чем дороже упаковка, тем выше ее доля в конечной цене реализуемой продукции, т.е. недопустимо увеличивает его реальную цену.

Как отмечалось выше, логистика используется фирмой для выработки стратегий планирования и производства и взаимодействует с функциональными областями: производство и технология, маркетинг, а также финансирование и администрирование [6, с.112].

Наличие оптимизированной системы логистики является сегодня одним из самых серьезных конкурентных преимуществ на рынке. Грамотная организация логистики минимизирует случаи отсутствия товарной позиции на складе или на полке магазина и гарантирует получение товаров клиентом. В последние 20 лет логистика динамично развивается, что обусловлено прежде всего

углублением международного разделения труда, процессами глобализации, потребовавшими от компаний. Как показывает практика, использование логистического аппарата позволяет корпорации добиться весомого преимущества на рынке [1, с. 30].

Логистика – это прежде всего бизнес-концепция, базирующаяся на методе вовлечения отдельных взаимосвязанных элементов в общий процесс в целях предотвращения нерационального расходования и потерь товарных, финансовых, трудовых ресурсов [5, с. 85].

Список цитированных источников

1. Балацкий, Е. Малый и крупный бизнес: тенденции становления и специфика функционирования / Е. Балацкий, А. Потапова // Экономист. – 2005. – №4. – С.34-37.

2. Лелюк, В.А. Совершенствование бизнес-систем: методы, инструментарий, опыт / В.А. Лелюк. – Харьков, 2011. – 324 с.

3. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф.Котлер. – М.: Бизнес-книга, 1995. – 146 с.

4. Гаджинский, А.М. Логистика / А.М. Гаджинский. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 484 с.

5. Новиков, М.В. Моделирование бизнес-процессов управления / М.В. Новиков. – М., 1998. – 267 с.

6. Зайцев, Н.Л. Экономика, организация и управление предприятием / Н.Л. Зайцев. – М.: Инфра, 2004. – 290 с.

УДК 658

Бердник К.О.

Научный руководитель: ст. преподаватель Почко Е.О.

ВЗАИМОСВЯЗЬ МАРКЕТИНГОВЫХ И ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Маркетинг был востребован практикой в связи с возникшими трудностями со сбытом товаров исторически в более ранний период, чем логистика. В современных условиях «уйти вперед» только на базе применения маркетинга уже нельзя. Выявленный маркетингом спрос должен своевременно удовлетворяться посредством быстрой и точной поставки. Этот «быстрый ответ» на возникший спрос возможен лишь при налаженной системе логистики [1, с. 79].

Как известно, цель предприятия (производственного, торгового, посреднического) – удовлетворение потребностей клиента. Маркетинг и логистика являются частями единого процесса – процесса удовлетворения запросов потребителей. Маркетинг формирует и определяет возникший спрос, а логистика обеспечивает продвижение товарного потока к потребителю. Маркетинг – вид экономической деятельности человека, направленный на удовлетворение нужд и потребностей путем обмена. Логистика – общая стратегия хозяйственной деятельности или стратегия оптимизации материальных и информационных потоков, необходимая для обеспечения конкурентоспособности компании [2, с.46].

Концепция логистики и маркетинга базируется на экономической общности, отражающей сущность рыночных процессов. Маркетинг представляет собой концепцию управления (планирование, организацию и контроль) производством и реализацией продукции, ориентированной на спрос. Логистика яв-

ляется концепцией управления материальными, информационными и иными потоками, ориентированной на эффективное использование потенциальных средств и усилий для решения комплекса задач по физическому перемещению продукции.

По вопросу взаимосвязи маркетинга и логистики существуют три совершенно разные позиции.

Первая позиция заключается в том, что логистика возникла и имеет право на существование лишь как раздел концепции маркетинга.

Сторонники второй позиции считают, что, возможно, так было в период созревания и становления концепции логистики. Однако в настоящее время логистика давно вышла за отведенные ей первоначально рамки. Более того, сейчас уже маркетинг следует рассматривать как раздел теории и практики логистики.

Сторонники третьей позиции считают, что маркетинг и логистика представляют собой самостоятельные направления производственно-хозяйственной деятельности, тесно связанные между собой.

В то же время следует подчеркнуть, что наибольший эффект можно получить только при умелом использовании обеих концепций одновременно [3, с.37].

Чтобы в полной мере удовлетворить потребителей, необходима активная маркетинговая деятельность. В то же время производитель, использующий маркетинговую концепцию, не сможет эффективно осуществлять продвижение своих товаров на рынок, если не решены в той или иной мере вопросы логистического сервиса. На начальной стадии формирования логистической системы цели логистики часто вступают в конфликт с целями маркетинга.

Показательным является соотношение маркетинга и логистики на микроуровне. На практике в любой компании или предприятии существует отдел маркетинга, а также отдел логистики.

Задача службы маркетинга на предприятии заключается в том, чтобы держать курс на потребителя, постоянно следить за тем, что ему нужно, а также следить за деятельностью конкурентов, определять слабые и сильные их стороны, исходя из этого определять направление совершенствования своей деятельности, доводить эту информацию до всех других подразделений предприятия. Логистика же обязана, исходя из полученной информации, довести в определенный срок продукт необходимому потребителю.

Специалисты по маркетингу находятся в начале, а не только в конце производственного цикла. Они должны установить и довести до каждого работника, каким потребитель хочет видеть данный продукт, какую цену он готов платить и где и когда потребуется этот продукт.

Задача управления на основе логистического подхода – согласовать потребности в операциях на межфункциональной основе для достижения глобальной цели предприятия [1, с.139].

Но существуют и негативные аспекты взаимодействия двух отделов, которые могут сказаться на результате выполненной работы.

Несмотря на разногласия, оба отдела должны быть нацелены, в первую очередь на конечный результат, а конкретные задачи воспринимать как промежуточное звено на пути к достижению глобальной цели. Конечным результатом в большинстве случаев является заключение контракта с клиентом (заказчиком) и поставка ему продукции.

Стоит также отметить, для того, чтобы результат любой деятельности был положительным, важно все делать вовремя. Именно поэтому, говоря о вопросах взаимодействия между отделами, можно сказать, что для достижения

максимальной эффективности необходимо поддерживать обратную связь между подразделениями. Иначе возможны такие ситуации как:

- продукция лежит на складе, а отдел маркетинга только запускает рекламную кампанию по продвижению бренда;
- доставка товара к потребителю (заказчику) осуществлена не вовремя, в связи с неверными данными о поставщиках и клиентуре;
- неверные сведения о предпочтениях потребителя и в результате большие излишки продукции на складах [4, с. 88].

Обратная связь, постоянный контакт между отделами – наиболее важные элементы координации служб в любой компании.

Рабочий процесс – это ежедневное столкновение личных интересов. И полностью избежать конфликтных ситуаций между отделами сложно. Главное, свести их к минимуму.

Больше всего проблем возникает, когда одни начинают выполнять обязанности других или диктовать друг другу, что и как им надо делать.

Если говорить об отделе маркетинга, то основная проблема в следующем. Увлекаясь работой, маркетологи часто начинают самостоятельно заниматься поиском новых клиентов и обсуждением конкретных условий поставок. Может ли отдел маркетинга взять на себя функции отдела логистики? Теоретически может. Но специалист в конкретной области потому и называется специалистом, что делает свою работу профессионально. Попытка выполнить несколько дел сразу ни к чему хорошему не приводит. Если говорить образно, то маркетолог – это сценарист, от которого зависит успех всего «фильма». А отдел логистики – это профессиональные актеры, задача которых – блестяще довести спектакль до конца. Важно разграничить сферу деятельности каждого.

Налаживание коммуникаций между отделами – задача непростая. Создать такие условия, при которых сотрудники сами будут чувствовать необходимость внутренней кооперации – вот задача руководителя каждого из отделов.

Все подразделения обязаны предоставлять отделу маркетинга любую информацию о результате своей деятельности. В свою очередь, отдел маркетинга обязан предоставлять подразделениям информацию, которая необходима им для рыночной ориентации. Очень важен совместный эффект действий, являющихся результатом обмена информацией. Это позволяет предприятию успешно достигать своих целей [2, с.68].

Таким образом, можно сделать вывод, что логистика и маркетинг представляют собой две равноправные концепции с единым полем функционального приложения, едиными конечными целями, но различным инструментарием и предметом интересов. Хозяйственные структуры, использующие в своей деятельности маркетинговую концепцию, рано или поздно вынуждены создавать соответствующую систему логистики, а в дальнейшем совершенствовать ее, повышая качество логистических процессов.

Список цитированных источников

1. Зайцев, Н.Л. Экономика, организация и управление предприятием / Н.Л. Зайцев. – М.: Инфра, 2004. – 290 с.
2. Гаджинский, А.М. Логистика / А.М. Гаджинский. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 484 с.
3. Николайчук, В.А. Взаимосвязь и различия логистики и маркетинга / В.А. Николайчук // Экономика Украины. – 1999. – №4. – 67 с.
4. Новиков, М.В. Моделирование бизнес-процессов управления / М.В. Новиков. – М., 1998. – 267 с.

ЭТАПЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Стратегическое планирование представляет собой целостный и непрерывный процесс, включающий в себя три базовых элемента: разработку стратегического плана (пять – десять лет), бизнес-планирование (один – три года) и бюджетирование (год) (рисунок 1). Каждый из обозначенных элементов сопровождается процессами мониторинга, сопутствующими ключевыми показателями деятельности и ключевыми индикаторами достижения цели, управленческой отчетностью и системой анализа.



Рисунок 1 – Элементы (этапы) стратегического планирования

Целями стратегического планирования являются определение и разработка стратегии развития банка на долгосрочную перспективу, наиболее оптимальной с точки зрения реализации видения банка и его миссии в изменяющихся условиях внешней и внутренней среды деятельности банка [1, 2].

Весь процесс стратегического планирования должен быть направлен на реализацию обозначенных целей и задач. Цели, действия и решения, фиксируемые системой стратегического планирования, должны быть выстроены в иерархию по приоритетам, иметь единую направленность, быть конкретными, измеримыми, достижимым и соотноситься с конкретным сроком реализации [3, 4]. Все мероприятия, предусматриваемые в процессе стратегического планирования, должны быть обоснованы с точки зрения потребности в них, нали-

чия у банка финансовых и нефинансовых ресурсов для их проведения выгодными для банка.

Каждый из этапов стратегического планирования имеет три иерархических уровня или компонента (рисунок 2):

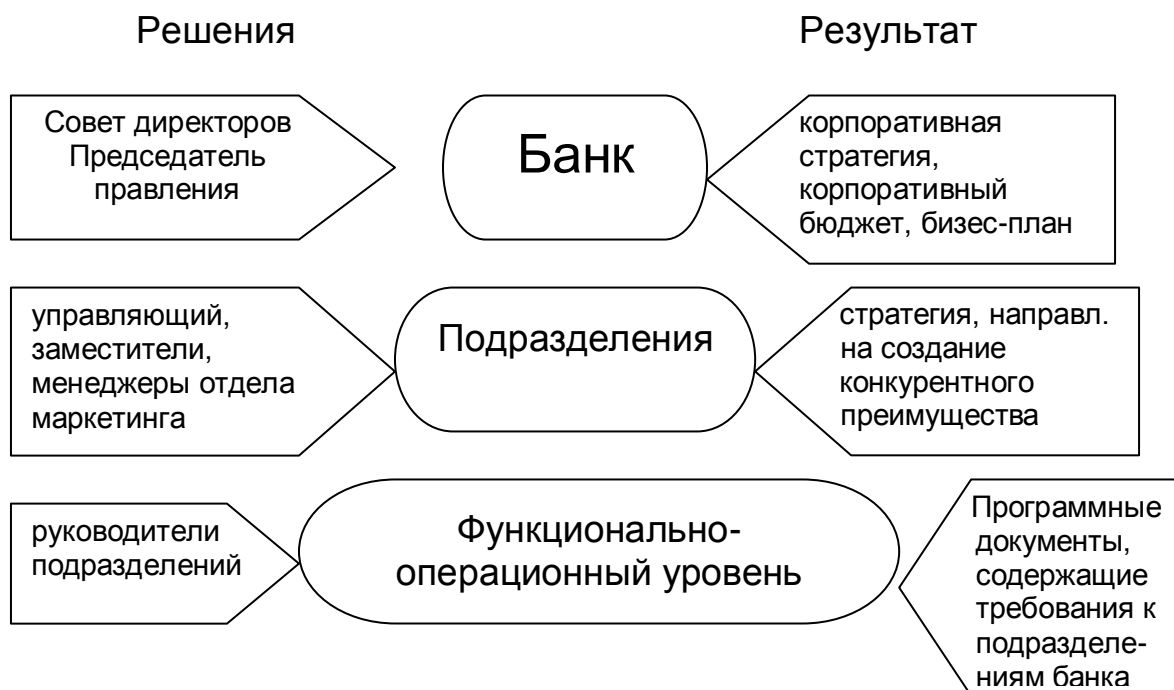


Рисунок 2 – Иерархические уровни стратегического планирования

Первый уровень – банк в целом. На уровне банка разрабатывается стратегическое видение, посредством которого в будущем будет осуществляться общее руководство и определяться направления деятельности банка, его организационная структура и распределение ресурсов. На этом уровне решения принимаются советом директоров, председателем правления и высшим оперативным руководством. Результатами реализации данного этапа являются корпоративная стратегия банка, корпоративный бизнес-план, корпоративный бюджет.

Второй уровень – уровень подразделений. На уровне подразделений реализуются специализированные стратегии, бизнес-планы и бюджеты, которые нацелены на создание конкурентного преимущества по отдельным направлениям деятельности банка, способные сохраняться длительное время. Это достигается путем определения целевых групп клиентов по каждому из направлений деятельности банка (причем клиенты могут быть как внешними, так и внутренними) и их потребностей; набора операций, продуктов и услуг, которые будут отвечать потребностям этих групп; географического охвата ключевых факторов успеха по каждому из направлений деятельности; цели бизнеса; средства измерения достижения целей, специализированные стратегии разрабатываются для каждого отдельного подразделения (направления) банка. Решения на этом уровне управляющим, его заместителями или менеджера отдела маркетинга.

Третий уровень – функционально-операционный уровень. На этом уровне разрабатываются программные документы, которые консолидируют функциональные (операционные) требования, предъявляемые взаимосвязанным ме-

жду собой подразделениям банка. На этом уровне также создается набор методик, инструкций и других документов, регламентирующих функциональные процессы, благодаря которым банк развивает и сохраняет свои исключительные преимущества. Конкретные решения принимаются на уровне руководителей подразделений с учетом имеющихся кадровых ресурсов, информационных систем, технологий и операций.

Этап разработки стратегии собственно подразумевает процесс по разработке стратегии развития, планов по ее внедрению, мониторингу и контролю реализации.

На первом этапе разработки стратегии происходит формирование концептуальных основ деятельности банка на стратегический период. Концепция развития формулируется собственником банка и включает в себя миссию, видение и стратегические цели деятельности банка на стратегический период.

На втором этапе разрабатывается собственно корпоративная стратегия развития банка. Процесс разработки стратегии развития представляет собой целостный алгоритм, результаты реализации которого описываются в соответствующих разделах стратегии развития в соответствии с минимальным перечнем требований к их содержанию.

Третий этап разработки стратегии – формирование инструментов ее внедрения на следующих уровнях (этапах) системы стратегического планирования банка: в бизнес-планировании и бюджетировании, речь идет о таких инструментах, как:

1. Система ключевых показателей деятельности;
2. Стратегии развития отдельных направлений деятельности банка;
3. Проектное управление;
4. Анализ и прогнозирование реализации корпоративной стратегии развития банка;
5. Система обучения и мотивации персонала [5].

Четвертый этап разработки стратегии предусматривает формирование представлений о системах мониторинга и контроля реализации стратегии. Определяются показатели мониторинга, отчетность, периодичность ее составления, а также ответственные лица за проведения мониторинга.

Пятый этап разработки стратегии предполагает формирование критериев актуализации корпоративной стратегии развития банка и инициации разработки новой стратегии развития (в том числе на следующий стратегический период) – на новый стратегический цикл.

Список цитированных источников

1. Балащенко, В.Ф. Финансовый менеджмент / В.Ф. Балащенко, Т.Е. Бондарь. – Минск: ТетраСистемс, 2010. – 272 с.
2. Гушель, О.И. Управление персоналом / О.И. Гушель, Е.Н. Костюкевич. – Минск, 2009.
3. Савчук, В.П. Управление финансами предприятия / В.П. Савчук. – Москва: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2009. – 480 с.
4. Управление финансовым состоянием организации (предприятия): учебное пособие / Э.И. Крылов [и др.]. – Москва: Эксмо, 2007. – 409 с.
5. Финансовый менеджмент организации: учебное пособие / Н.Н. Никулина, Д.В. Суходоев, Н.Д. Эриашвили. – Москва: ЮНИТИ–ДАНА, 2009. – 511 с.

ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ И ПЛАНИРОВАНИЯ БАНКОМ

Стратегическое управление является основным фактором успеха хозяйствующих субъектов. Рассмотрим исторические предпосылки развития стратегического управления на примере США (рисунок 1):

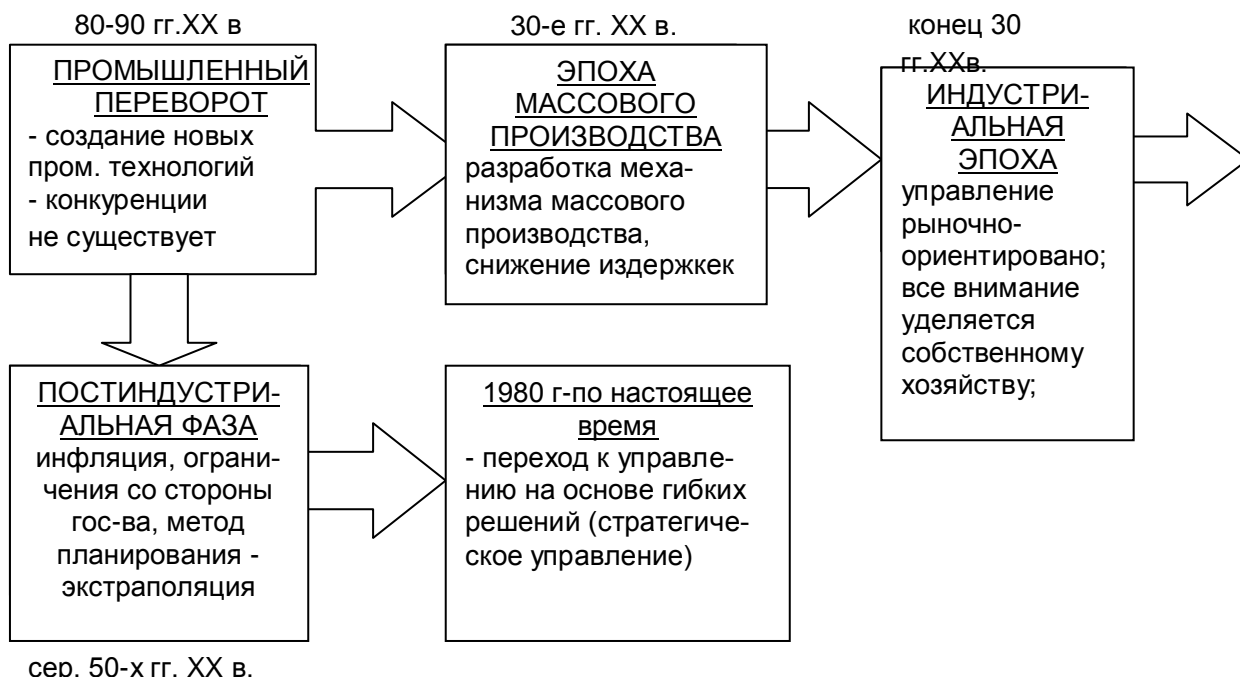


Рисунок 1 – Исторические предпосылки возникновения стратегического управления [1]

Инфраструктура для развития промышленности сформировалась в США к 80-90 гг. XIX в., образовав общеамериканский рынок. Период с 1820 г. до 1900 г., получивший название промышленного переворота, отличался необычайной динамичностью стратегий. Начало XX в. ознаменовало переход к развитию и консолидации производственной структуры. Это новая тенденция, продолжавшаяся до 30-х гг., получила название эпохи массового производства. К началу 30-х гг., в предкризисный период, спрос на основные потребительские товары был близок к насыщению. Внутрифирменная борьба за власть стала частым явлением, основное внимание уделялось текущим характеристикам продукции и рынков, а не заботе о потенциале для поддержания уровня прибылей в будущем. С середины 50-х гг. началось ускоренное развитие рынков, событий, которые стали менять границы, структуру и динамику предпринимательства. В 1980-х годах темп перемен стал таким, что их стало невозможно сразу предусмотреть. Потребовались изменения в принципах и инструментах управления – субъекты хозяйствования столкнулись с необходимостью перехода к управлению на основе гибких экстренных решений или стратегическому управлению.

Стратегическим управлением называют управление, которое опирается на человеческий потенциал как на основу организации, ориентирует деятельность организации на запросы клиентов, гибко реагирует на своевременные изменения в деятельности, отвечающие вызовам макросреды и позволяющие добиваться конкурентных преимуществ, и проводит эти изменения, что в совокупности дает возможность организации выжить в долгосрочной перспективе и достигать при этом своих целей [2].

Объектами стратегического управления являются как организации, в том числе кредитные, так и отдельные функциональные зоны.

Предметом стратегического управления являются:

- 1) задачи, связанные с реализацией стратегических целей организации;
- 2) задачи и решения, связанные с каким-либо элементом организации, если этот элемент необходим для достижения целей, но на текущий момент отсутствует или имеется в недостаточном объеме;
- 3) задачи, связанные с внешними факторами (макросреда), которые являются неподконтрольными организации.

Стратегическое управление нацеливается на решение трех вопросов (рисунок 1.2). Для решения первого вопроса строится соответствующая информационная платформа, содержащая аналитические оценки прошлых, настоящих и будущих ситуаций. Второй вопрос отражает такую важную особенность для стратегического управления, как его ориентация на будущее, а потому требует ясного представления собственников организации того, к чему стремиться и какие ставить цели. Третий вопрос связан с реализацией выбранной стратегии, в ходе которой может происходить корректировка двух других вопросов. Важнейшая составляющая данного вопроса – имеющиеся или доступные ресурсы, система управления, организационная структура и персонал, который будет реализовывать данную стратегию.

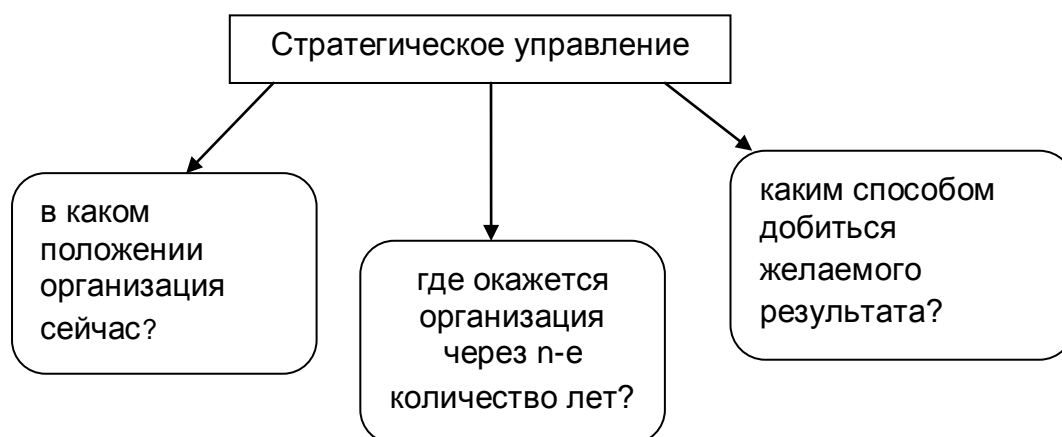


Рисунок 2 – Основополагающие аспекты стратегического управления

Таким образом, сущность стратегического управления состоит в формировании и реализации стратегии развития предприятия на основе непрерывного контроля и оценки происходящих изменений в деятельности с целью поддержания способности к выживанию и эффективному функционированию в условиях нестабильной внешней среды.

Как отмечалось выше, **основой стратегического управления** выступает система стратегий, состоящая из взаимосвязанных специализированных бизнес- и управленческих стратегий.

Процесс по разработке, внедрению, мониторингу и контролю реализации стратегии развития, а также процесс поддержания ее в актуальном состоянии называют **стратегическим планированием**.

Стратегическое планирование является неотъемлемой частью стратегического управления, отличаясь от него целями и масштабностью решаемых задач. Процесс стратегического планирования включает в себя такие функции, как прогнозирование, разработка стратегии и бизнес-планирование (бюджетирование) (рисунок 3).

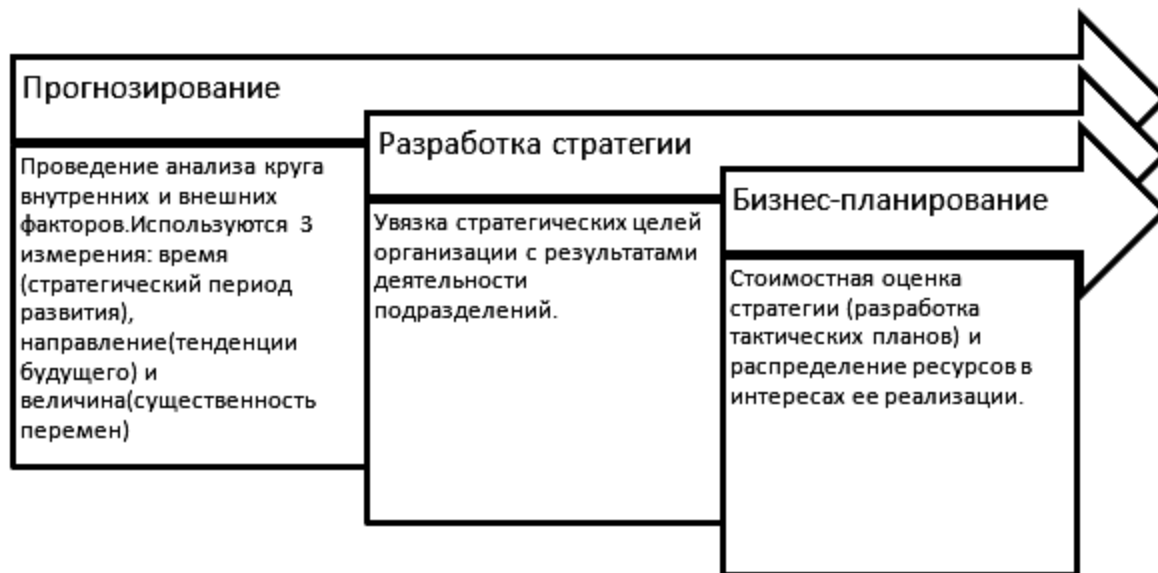


Рисунок 3 – Процесс стратегического планирования [3]

Стратегическое планирование и, в частности, основной его элемент – стратегия – сложный и потенциально мощный инструмент, с помощью которого современный банк может противостоять и даже получать выгоду от постоянно изменяющихся условий деятельности. При этом стратегическое планирование как инструмент управления не так прост в применении, его внедрение и использование обходятся банку недешево, а результат может быть понятен только по прошествии определенного времени, установленного стратегией.

Это обстоятельство частично объясняет противодействие со стороны руководителей банка и его сотрудников внедрению стратегического планирования в банке. Одна из трудностей связана с тем, что во многих банках процесс принятия решений находится в полной зависимости от структуры управления. Другая, не менее существенная проблема состоит в том, что внедрение стратегического планирования приводит к противоречию между прежними видами деятельности, обеспечивающими банку стабильную прибыль, и новыми, выгоду от которых пока только предстоит получить.

Понятно, что процесс разработки стратегии развития, равно как и процесс постановки системы стратегического планирования в банке, многогранен и довольно сложен. Он требует со стороны банка материальных и нематериальных ресурсов, требует готовности к переменам. Однако все затраты и перемены являются оправданными, поскольку очевидно, что стратегия необходима и небольшому банку, и крупному, ведь именно от стратегии банка зависят не только его позиции на рынке, работа систем управления, бизнес-процессы, но и сам факт существования банка в будущем.

Список цитированных источников

1. Асаул, А.Н. Менеджмент корпорации и корпоративное управление / А.Н. Асуал, В.И. Павлов, Ф.И. Бескиерь, О.А. Мышко. – СПб.: Гуманистика, 2006. – 580 с.
2. Основы финансового менеджмента. Учебное пособие / О.А. Лытнев; Калинингр. ун-т. – Калининград, 2000. – Ч. I. – 120 с.
3. Технологии финансового менеджмента: учеб. пособие / В.В. Быковский, Н.В. Мартынова, Л.В. Минько, В.Л. Пархоменко, Е.В. Быковская. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2008. – Ч. 1. – 80 с.

УДК 334.723

Мельникова Ю.А.

Научный руководитель: доцент Макарук Д.Г.

ГЧП – НОВАЯ ТЕХНОЛОГИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

Экономика ряда развитых, а в последнее время и развивающихся стран широко применяет новую особую форму взаимодействия государства и частного бизнеса. Эта особая форма партнерства, обозначаемая обычно термином Public Private Partnership (PPP), или государственно-частное партнерство [1].

Такая форма партнерства основана на ослаблении прямого воздействия государства в экономике, передачи функциональных полномочий частному сектору и одновременное сохранение и усиление своего регулирования.

Государство представляет собой некое агентство по реализации общественно значимых благ и услуг. Некоторые части этих благ оно может производить самостоятельно, а остальное путем привлечения возможностей и способностей частного сектора. Бизнес как бы приглашается в управление госактивами для улучшения и качественной реализации государственных проектов.

Понятие государственно-частного партнерства пока не имеет четкого определения. Тем не менее, проекты, относящиеся к этой сфере, обладают определенными ключевыми признаками [2]:

1. Состав участников: государство и частный бизнес.
2. Проекты общественной значимости.
3. Равноправный характер взаимодействия сторон.
4. Объединение ресурсов и вкладов сторон.
5. Распределение рисков, затрат и достигнутых результатов в заранее определенных пропорциях.

Для осуществления проекта каждый участник вносит свой вклад в его развитие. К примеру, бизнес обеспечивает финансовые ресурсы, профессиональный опыт, гибкость, быструю адаптацию и оперативность в принятии решений, проявляет эффективное управление, новаторские способности. При этом внедряются так называемые «ноу-хау» в технологиях и способах управления при реализации проектов, и налаживаются связи с поставщиками и подрядчиками, что повышает спрос высококвалифицированных работников на рынке труда.

Государство же обеспечивает правомочия собственности, предоставляет всевозможные льготы и гарантии, а также финансовые ресурсы. При ГЧП государство развивает свои основные функции – контроль, регулирование, соблюдение общественных интересов.

Далее рассмотрим заинтересованность каждого участника проекта в ГЧП.

Интерес бизнеса обусловлен заинтересованностью в максимизации прибыли от реализации проектов, т.к. обладая хозяйственной свободой в проектах, предоставляемой государством, частный сектор стремится к увеличению производительности труда и нововведениям. Во-вторых, бизнес, при неудачном стечении обстоятельств при реализации проекта, получает достаточные гарантии возврата вложенных средств в реализацию проекта, т.к. государство несет определенные риски (согласно договоренностям сторон). В некоторых случаях, при высококачественном обслуживании, государство доплачивает своему партнеру. И последнее, частный сектор получает в долговременное управление активы государства на льготных условиях платы.

Заинтересованность же государства состоит в том, что оно может переложить часть расходов по содержанию и инвестированию имущества на частный сектор. Так же, за счет арендных и концессионных платежей, государственные структуры получают дополнительный источник доходов в бюджет.

Термин «государственно-частное партнерство» (ГЧП, Public Private Partnership) появился в начале 90-х гг. XX в. И связан, главным образом, с «британской моделью» ГЧП. В 1992 году правительство Д. Мейджора объявило о «частной финансовой инициативе» (Private Finance Initiative – PFI), которая представляла собой модернизированную концепцию управления госсобственностью. Суть PFI состояла в том, чтобы в рамках договоров и соглашений о государственно-частном партнерстве передать частному сектору функции финансирования (строительства, реконструкции, эксплуатации, управления и т.д.) объектов социально – культурной и производственной инфраструктуры, находящихся в государственной собственности. Данное кардинальное изменение системы государственного управления в Великобритании повлекло за собой существенную трансформацию в институциональной среде, а также во взаимоотношениях госаппарата и частного бизнеса [3].

Интерес к инвестиционной составляющей ГЧП возник достаточно давно: первая постройка канала по концессионному принципу во Франции датируется 1552 годом. Активно государственно-частное партнерство в концессионной форме использовалось многими странами на рубеже XIX–XX веков, особенно для строительства железных дорог [3].

Основные формы ГЧП [1]:

1. *Контракты* как административный договор, заключаемый между государственным органом и частной организацией на осуществление определенных видов деятельности. Наиболее распространенными в зарубежной практике ГЧП являются контракты на поставку продукции для государственных нужд, на оказание технической помощи. В административных контрактных отношениях права собственности не передаются частному партнеру, расходы и риски полностью несет государство. Интерес частного партнера состоит в том, что по договору он получает право на оговариваемую долю дохода (прибыли).

2. *Аренда*. Особенность арендных отношений между властными структурами и частным бизнесом заключается в том, что происходит на определенных договором условиях передача частному партнеру государственного или коммунального имущества во временное пользование и за определенную плату.

3. *Концессия*. Ее особенность заключается в том, что государство (муниципальное образование) в рамках партнерских отношений, оставаясь полноправным собственником имущества, составляющего предмет концессионного соглашения, уполномочивает частного партнера выполнять в течение опре-

деленного срока оговариваемые в соглашении функции и наделяет его с этой целью соответствующими правомочиями, необходимыми для обеспечения нормального функционирования объекта концессии. За пользование государственной или муниципальной собственностью концессионер вносит плату на условиях, оговоренных в концессионном соглашении. Возможно применение трех видов концессий:

- 1) концессия на уже существующие объекты;
- 2) концессия на строительство или модернизацию объектов;
- 3) передача объектов государственной собственности в управление частной управляющей компании.

4. *Государственно-частные предприятия* – могут быть либо акционерными обществами, либо совместными предприятиями с долевым участием сторон; возможности частного партнера в принятии самостоятельных административно-хозяйственных решений и риски сторон определяются, как правило, долей в акционерном капитале.

В последние годы в связи с увеличением масштаба проектов и необходимостью более эффективного управления проектными рисками стали разрабатываться более сложные договорные и концессионные модели. Так, например, получили развитие так называемые «гибридные» ГЧП (Hybrid PPP), – софинансируемые за счет трех источников – 1) общих фондов Евросоюза, 2) национальных фондов, 3) частного капитала [1].

В результате значительная часть инвестиционных расходов стала направляться на расчеты с государством (так называемые «платежи Правительству») Под «платежами Правительству» понимаются — платежи по договорам концессии и лизинга, выплата дивидендов и другие выплаты, предусмотренные условиями ГЧП.

Новые схемы финансирования из единого фонда ЕС предполагают увеличенный размер межгосударственных инвестиций по сравнению с традиционным финансированием. В результате растет рентабельность операционной деятельности компаний и уменьшается доля в прибыли ежегодных платежей по займам.

Условием получения финансирования из единого фонда Евросоюза для реализации проектов ГЧП является размер ВВП на 1 чел. – не менее 90% от среднего по ЕС.

Благодаря поддержке Евросоюза и использованию современных схем финансирования, странам Европы удалось в последние годы успешно реализовать масштабные транспортные проекты на основе ГЧП.

Проблемы для реализации ГЧП в Беларуси:

1) отсутствие соответствующей институциональной среды для реализации механизмов ГЧП. Например, в России существуют такие структуры, которые реализуют проекты ГЧП: Инвестиционный фонд, Банк развития, государственные корпорации, Российская венчурная компания и др. В Казахстане в августе 2008 года по постановлению правительства был создан Казахстанский центр государственно-частного партнерства в форме акционерного общества;

2) отсутствие действенного механизма концессии. Несмотря на то, что в Беларуси механизм концессии законодательно закреплен, его применение на практике фактически отсутствует;

3) дефицит высококвалифицированных кадров. Специалистов в сфере государственного управления Беларуси, способных профессионально составлять долгосрочные концессионные договоры, недостаточно. Необходимо фор-

мирование системы подготовки специалистов в области концессий и других форм ГЧП.

Направления развития ГЧП в Беларуси:

- разработка типовых соглашений ГЧП, руководства по подготовке проектов, порядка заключения соглашений, положения об обязанностях участников партнерства, распределении рисков между участниками проектов;
- определение координирующего органа ГЧП – организации, которая будет информировать участников о потенциальных проектах ГЧП, предоставлять образовательные услуги широкому кругу заинтересованных сторон по проблематике ГЧП, участвовать в конкурсах по отбору участников и т.д.;
- создание концепции и стратегии развития ГЧП;
- формирование эффективной институциональной среды для реализации механизмов ГЧП (инвестиционных фондов, венчурных компаний, центров государственно-частного партнерства, независимых организаций, осуществляющих экспертизу проектов и консалтинг, управляющих компаний, ассоциаций, объединений и др.);
- организация подготовки высококвалифицированных специалистов в области концессий и других форм ГЧП;
- разработка механизмов предоставления государственных гарантий по привлекаемому финансированию и возможных льгот частным инвесторам при реализации социально значимых проектов.

Список цитированных источников

1. Медведев И.Ю. Опыт реализации проектов ГЧП в сфере жилищно-коммунального хозяйства: проблемы и пути развития [Электрон. ресурс] – 08 октября 2008. – Режим доступа: http://www.veb.ru/common/upload/files/veb/ppp/actions/20081021/c0810_medvedev.pdf.
2. Свистунов, Н. Концессии – инструмент активизации международных инвестиционных проектов в России // Проблемы теории и практики управления. – 2004. – № 3. – С.75-79.
3. Рейтинг регионов ГЧП-2014. Развитие государственно-частного партнерства в субъектах Российской Федерации. – Москва : Центр развития государственно-частного партнерства, 2014. – 13 с.

УДК 334.723

Мельникова Ю.А.

Научный руководитель: доцент Макарук Д.Г.

АНАЛИЗ МИРОВЫХ ГЧП ПРОЕКТОВ

Для развивающихся экономик ГЧП остается одним из наиболее привлекательных инструментов. Особенно значительный рост инвестиций в инфраструктуру с использованием механизмов ГЧП происходит в Юго-Восточной Азии, причем на Китай приходится до 90% таких сделок. Бразилия, Китай, Индия, Турция и Россия также демонстрируют высокий уровень использования механизмов ГЧП.

Проекты по развитию отраслей инфраструктуры – связи, генерации, передачи и распределения энергии, транспорта и водоснабжения (ЖКХ) – занимают в развивающихся странах около половины всех сделок ГЧП. За ними по

размеру выручки следуют сектора с более высоким уровнем конкуренции – производство, услуги, туризм, нефтепереработка, финансы и добывающие отрасли.

В странах Европы и США наблюдается неравномерное использование ГЧП. Так, наиболее активно ГЧП получило развитие в Великобритании и Италии, поскольку именно в этих странах наиболее интенсивно проходили процессы реструктуризации инфраструктурных отраслей и законодательство было существенным образом скорректировано под данные целевые задачи.

Великобритания считается государством с наиболее развитым институтом ГЧП. Применение механизмов государственно-частного партнерства там началось с реализации проектов национального масштаба (строительство Евро-тоннеля, лондонского метрополитена, новых железных дорог). И рассматривалось как альтернативный приватизации способ привлечения опыта, знаний и ресурсов частного бизнес в сектор бюджетных услуг. Основной формой заключения контрактов в Великобритании является «частная финансовая инициатива» (ЧФИ, Private Finance Initiative), при которой частная фирма получает от государства в лице ведомства, органа местного самоуправления или иного государственного института заказ на предоставление, создание или восстановление основных фондов (например, строительство больницы или школы, ремонт станции метро), а также долгосрочных услуг по эксплуатации (на 25-50 лет). При этом в контракте должны максимально четко оговариваться сроки выполнения работы, а также критерии и условия, при выполнении которых государство оплачивает оказанные частной компанией услуги [1].

За период с 1997 по 2003 гг. в Великобритании было реализовано 563 проекта общей стоимостью 35,5 млрд. фунтов. Из 563 проектов 451 были закончены, объекты введены в эксплуатацию [2].

Ниже представлен график, показывающий распределение проектов по различным сферам, представленным на рисунке 1.

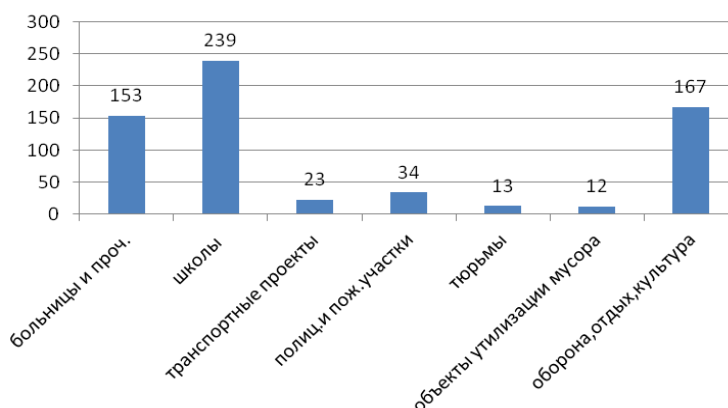


Рисунок 1 – PFI проекты Великобритании за 1997-2003 гг. [2]

После кризиса 2008 года активность в секторе ГЧП в Великобритании упала почти на 40 %. Общая стоимость проектов ГЧП в 2009 году составила половину аналогичного показателя 2007 года. Ситуация, когда частные компании уже не располагают достаточными средствами для участия в ГЧП, а банки неохотно дают долгосрочные кредиты, поставила многие проекты под угрозу срыва. В результате в 2009 году британское казначейство вынуждено было выделить 2 млрд. фунтов из госбюджета на поддержку частных компаний, участвующих в ГЧП [2].

На сегодняшний день было создано порядка 940 ГЧП на общую сумму более 66 млрд.ф.ст. Контракты в форме ЧФИ чаще всего заключались в таких областях, как транспорт, оборона, образование, здравоохранение и правопорядок. По данным Министерства финансов, при помощи контрактов ГЧП было построено более 800 школ, 70 больниц, 45 транспортных проектов [2].

В 2010 году в Великобритании действовало четыре наиболее известных проекта ГЧП, реализованных с группой частных компаний «HCA International». Летом этого же года был запущен самый крупный из них – всемирно известный онкологический центр «Кристи» в Манчестере подписал соглашение с группой частных компаний HCA International, которая инвестировала в новый проект 14 миллионов фунтов стерлингов [2].

На данный момент доля ГЧП в общем объеме инвестиций по отдельной отрасли невелика. Так, например, в Великобритании в сфере транспорта и инфраструктуры – главной сфере применения проектов ГЧП – объем инвестиций через ГЧП составляет около 10 % от общего объема инвестиций по отрасли. Исключение составляет лишь сфера образования, в которой за последние несколько лет доля стоимости проектов ГЧП в общем объеме финансирования отрасли достигла 40 %.

С 1990 по 2012 годы в ЕС были реализованы 1452 проекта ГЧП на сумму 272 млрд. евро. Только в 2012 году их было 112, и их стоимость составила 18.3 млрд. евро. Значительная доля проектов ГЧП присутствует в экономике Франции — общий объем соглашений ГЧП за 2012 год составил 1.8 млрд. евро. В целом же по ЕС объем сделок по ГЧП в ЕС в сферах образования и здравоохранения по итогам 2012 года составил 6.5 млрд. евро [1].

Ниже представлена диаграмма (рисунок 2) по количеству соглашений ГЧП в Европе в 2012 г. в процентах.

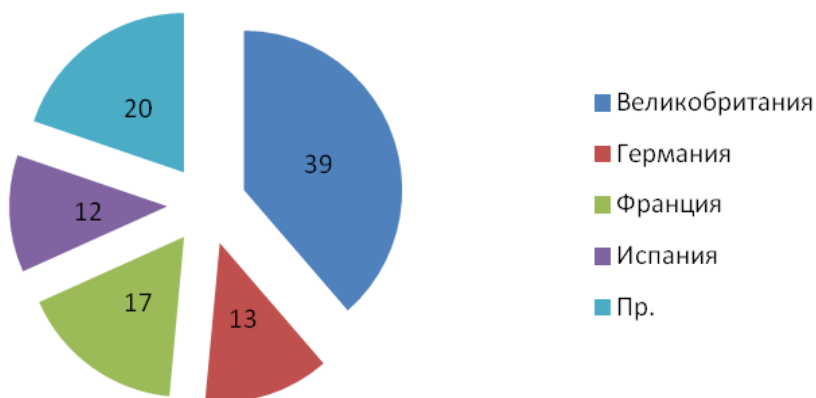


Рисунок 2 – Количество соглашений ГЧП в Европе в 2012 году, % [1]

Отдельно стоит отметить перераспределение отраслевых приоритетов в европейских проектах ГЧП за последнее время. По итогам 2012 года лидером по количеству соглашений ГЧП в Европе является сфера образования (34 %), ощутимо опережающая традиционную для ГЧП транспортную сферу (21%). Значительные позиции в общем объеме сделок ГЧП занимает и здравоохранение (17%) (рисунок 3). Важно и то, что по объему сделок в 2012 году «нетранспортные» сегменты в целом впервые заняли более половины суммарной стоимости проектов ГЧП. А совокупная доля образования и здравоохранения возросла до 35% по стоимости и до 51% по количеству сделок.

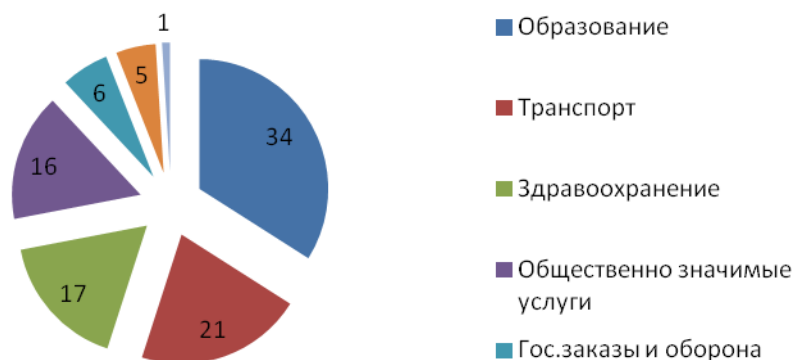


Рисунок 3 – Количество сделок ГЧП в Европе в 2012 году по секторам, % [1]

В Канаде и Австралии, использующих схему ГЧП с 1990-х годов, была разработана комплексная нормативная и законодательная база для сравнительно небольшого рынка. В Австралии с помощью схемы ГЧП осуществляется 10-15% всех инфраструктурных проектов. В Канаде более 100 проектов стоимостью около \$31 млрд были профинансированы по схеме ГЧП.

До 2007 г., согласно отчету PricewaterhouseCoopers, США неохотно применяли схему ГЧП. Популярность оно приобрело вследствие финансового кризиса: 25 штатов приняли законы о ГЧП – непереносимое условие для органов власти при использовании схем государственно-частного партнерства [3].

ГЧП довольно широко используется в мире как одно из эффективных средств, способствующих развитию различных отраслей и сфер деятельности. Посредством ГЧП реализуются крупные инфраструктурные проекты, имеющие прямое отношение к уровню социально-экономического развития страны.

Список цитированных источников

1. Свистунов, Н. Концессии – инструмент активизации международных инвестиционных проектов в России // Проблемы теории и практики управления. – 2004. – № 3. – С.75-79.

2. Медведев, И.Ю. Опыт реализации проектов ГЧП в сфере жилищно-коммунального хозяйства: проблемы и пути развития [Электрон. ресурс] – 08 октября 2008. – Режим доступа: http://www.veb.ru/common/upload/files/veb/ppp/actions/20081021/c0810_medvedev.pdf.

3. Рейтинг регионов ГЧП-2014. Развитие государственно-частного партнерства в субъектах Российской Федерации. – Москва : Центр развития государственно-частного партнерства, 2014. – 13 с.

УДК 330.341:331.101.39

Махунова М.А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Голец О.В.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Целью данной работы является исследование демографических проблем Республики Беларусь – сокращение рождаемости, старение населения; анализ статистических данных, а также краткосрочный прогноз численности населения.

Основными объектами прогнозирования демографической ситуации являются: смертность, рождаемость, миграция, трудовые ресурсы.

Демографическое развитие Республики Беларусь осложняется вследствие сохранения относительно **высокого уровня смертности**, прежде всего среди лиц трудоспособного возраста, отказа части семей от рождения детей, что приводит к **сокращению рождаемости** до уровня, не обеспечивающего простого замещения родительских поколений, деформации возрастной структуры городского и сельского населения. Перечисленные факторы усиливают демографическое старение населения. В этих условиях демографические перспективы республики во многом зависят от мер социальной защиты населения, а от решения демографической проблемы – устойчивость и конкурентоспособность экономики, социальное развитие [1].

Одной из главных проблем демографического развития РБ является сокращение рождаемости. Суммарный коэффициент рождаемости в РБ составляет 1,4 рождения на одну женщину, в то время как для простого воспроизводства населения необходимо 2,1 [2].

Рассмотрим причины снижения рождаемости. Глубокий кризис института семьи является первопричиной демографического неблагополучия и причиной снижения рождаемости.

Усугубляющим фактором демографической трагедии является внебрачная рождаемость (20-25 % от общего числа рождений), которая выступает следствием массовой распространенности незарегистрированных сожительства. В РБ на уровне массового сознания происходит изменение отношения к официально зарегистрированному браку, который утрачивает свои позиции как обязательной и единственной формы совместной жизни. На сегодняшний день незапланированная беременность и партнерство до брака не всегда являются основанием для его официальной регистрации. Демографический эффект этого явления легко оценить, если учесть, что уровень рождаемости в незарегистрированных союзах в два раза ниже, чем в официальных браках. Причины рождения внебрачных детей разные: до 20 лет это результат нежелательной беременности, в старших возрастах – это результат осознанного намерения женщины родить ребенка, не вступая в зарегистрированный брак (экономическая независимость женщин и значительно более лояльные отношения общества к этому явлению).

Об изменении ценностных ориентаций на обзаведение семьей свидетельствует и сдвиг рождаемости к более поздним возрастам. В РБ средний возраст матери при рождении ребенка достиг 26,3 лет, при рождении первого ребенка – 24,6 лет. В ближайшей перспективе позднее материнство может стать для нашей республики детородной нормой, как это имеет место во многих странах Европы, и, надо признать, что такой поворот событий только усложнит наше тяжелое демографическое положение [3].

Среди населения преобладает ориентация на 1-2-детную семью. Особенно низкие репродуктивные установки у молодежи. Дети в условиях невысокого уровня жизни населения становятся главным фактором бедности.

Следующим показателем репродуктивной деградации является число совершаемых ежегодно аборт. Определенная часть беременностей в нашей стране ежегодно уходят в абортную плоскость, способствуя тем самым ухудшению женского здоровья и нарастанию демографического кризиса. Так, за 2013 год было выполнено более 30 000 абортов [4].

В настоящее время Беларусь перешла рубеж 24 лет и стала относиться к странам с высоким средним возрастом вступления в первый брак. Международная статистика беспощадна: по данным ЮНЕСКО, Беларусь одна из самых несемейных стран.

Проведем анализ старения нации. В соответствии с классификацией ООН население считается старым, если доля людей в возрасте 65 лет и старше составляет 7% и более. Это обусловлено как невысокими темпами рождаемости, так и увеличением средней продолжительности жизни. Сейчас в Беларуси 1,244 миллиона жителей старше 65 лет. Это 13,5% от общей численности населения.

Аналитики всерьез заговорили о том, что нынешнему поколению тридцатилетних придется встретить старость без пенсий. При сохранении тенденции старения белорусского населения через тридцать лет пенсионные фонды просто некому будет пополнять. Такая же ситуация наблюдается и у наших соседей – Украине, Латвии и других.

Мужчинам остается только радоваться, что они не доживут до того возраста, когда останутся без средств к существованию. А молодым женщинам – рожать детей и воспитывать их так, чтобы в старости можно было рассчитывать на их помощь и поддержку.

Ключевой составляющей процесса депопуляции в Беларуси является высокий уровень смертности, в том числе среди граждан, находящихся в трудоспособном возрасте. При этом уровень смертности мужчин в 3 раза превышает уровень смертности женщин. По данным ВОЗ, в Республике Беларусь смертность мужчин в возрасте 15-60 лет в 3-4,5 раза выше, чем в странах Европейского Союза.

Возрастающие потери трудоспособной части населения сокращают среднюю продолжительность жизни в стране. Беларусь сегодня отстает от развитых стран по показателю ожидаемой продолжительности жизни на 11-15 лет у мужчин (64,7 года) и на 5-10 лет у женщин (76,4 года) [5].

Используя имеющиеся статистические данные, а также метод экстраполяции по среднему абсолютному приросту, рассчитали прогнозируемые уровни смертности и рождаемости с 2014 по 2030 годы, тенденцию их изменение вы можете проследить на рисунке 1.

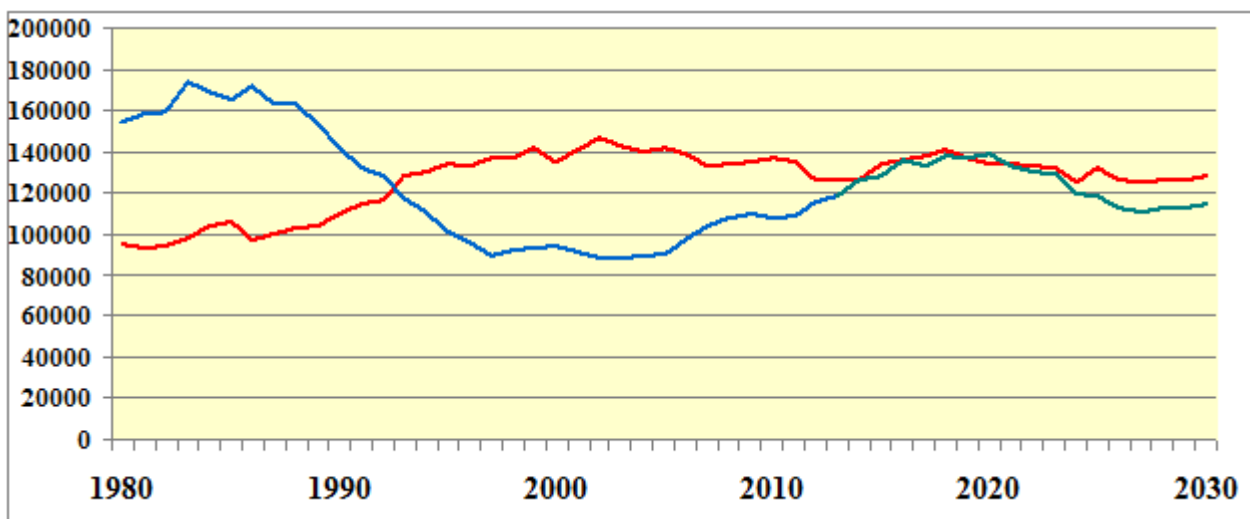


Рисунок 1 – Прогнозируемые уровни смертности

На данном графике видно, что в 2013 году показатели демографической ситуации были лучшими за последние 10 лет. Естественная убыль населения составила 7,4 тыс. человек и сократилась по сравнению с 2011 годом в 3,5 раза, по сравнению с 2006 годом – в 5,6 раза. Такое снижение отмечалось во всех регионах Беларуси. В 2020 году демографическая ситуация в Республике Бе-

ларусь может резко увеличиться, на некоторый период естественный прирост может принять положительное значение, однако затем наблюдается тенденция резкого спада уровня рождаемости и увеличения уровня смертности.

Высокая смертность и низкая рождаемость увеличивают нагрузку на экономически активное население, систему здравоохранения и социальной защиты.

По прогнозу при существующих тенденциях к 2030 году на 1000 человек трудоспособного возраста будет приходиться около 800 человек в нетрудоспособном возрасте. На начало 2014 года на 1000 человек населения в трудоспособном возрасте приходилось 403 человека в возрасте старше трудоспособного, в 2009 году – 359 человек.

Значительные потери трудового потенциала ведут к увеличению дефицита трудовых ресурсов, сдерживанию темпов инновационного развития экономики. В результате утрачиваются инвестиции, вложенные в формирование трудовых ресурсов – рождение, воспитание и образование будущих работников.

Рассмотрев основные и глобальные причины ухудшения демографической ситуации в Республике Беларусь можно сделать краткосрочный прогноз численности населения. На рисунке 2 можно проследить тенденции изменения численности населения за последние 23 года, а также прогнозируемый уровень численности с 2014 года по 2023 года.

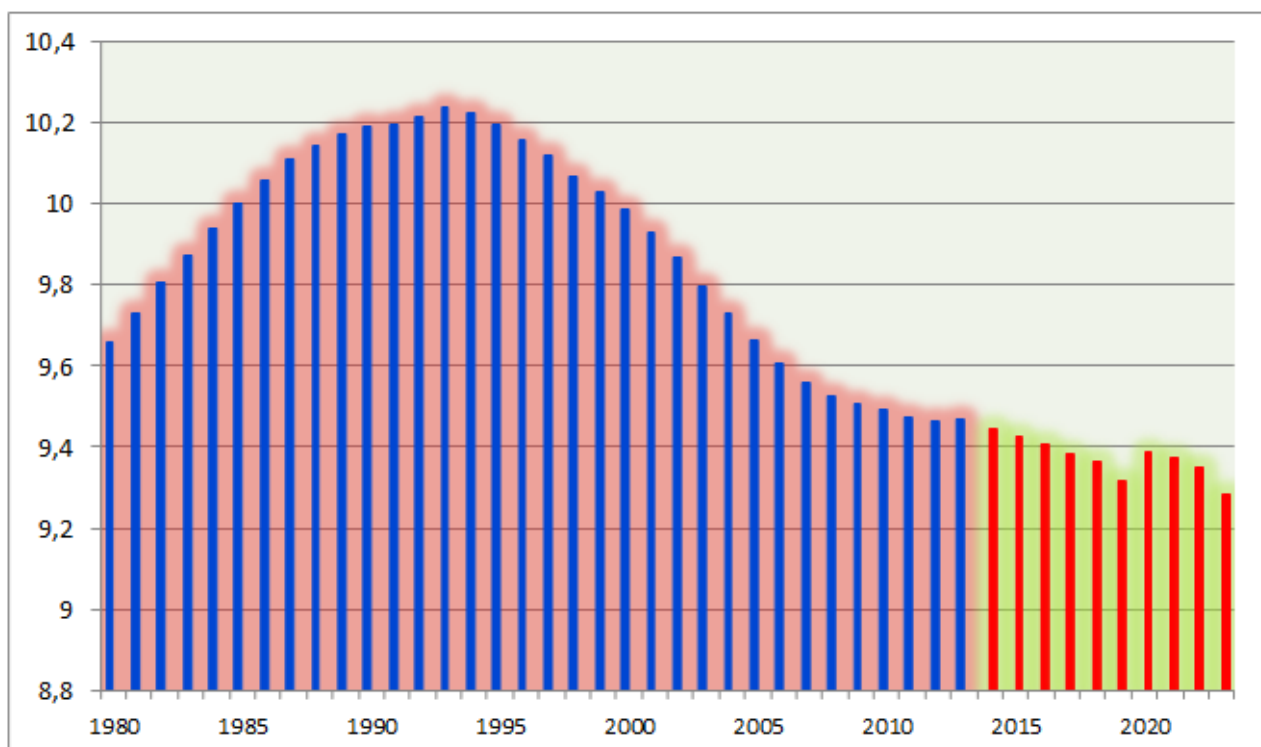


Рисунок 2 – Изменение численности населения

Существенным резервом восполнения потерь человеческих ресурсов является миграция.

Основной миграционный обмен происходит с Россией, Украиной и Казахстаном, на долю которых приходится около 90% прибывающих в Республику Беларусь. Особенностью внешних миграционных процессов в Беларуси на современном этапе является положительный миграционный прирост. Однако его объемов недостаточно для компенсации убыли населения и трудовых ресурсов.

Республика Беларусь должна перейти к целевому принципу организации миграции – возвращение соотечественников, проживающих за рубежом, при-

влечение иностранных специалистов для работы в приоритетных и нуждающихся в кадрах отраслях экономики, предоставление миграционных льгот иностранным студентам и аспирантам, успешно окончившим учреждения образования страны.

В сфере внутренней миграции продолжается отток населения из сельской местности в крупные города и особенно в г. Минск. За последние годы увеличилось количество административных районов с отрицательным естественным приростом населения. Продолжение процесса урбанизации неизбежно приведет к нарастанию дисбаланса в территориальном распределении населения [6].

Наряду с реализацией мер, направленных на стимулирование рождаемости, охрану материнства и детства, укрепление здоровья граждан, требуются фундаментальные изменения в экономике.

На сегодняшний день демографическая ситуация в Республике Беларусь является одной из самых глобальных. Улучшить показатели рождаемости и смертности будет тяжело, поэтому целесообразно провести меры, которые позволят сохранить сегодняшнюю численность населения.

Одной из важнейших причин для улучшения демографической ситуации может послужить поднятие стандартов жизни людей на качественно новый уровень. Также имеет место и постоянная разработка и последовательное осуществление государственных программ поддержки материнства и детства. Чтобы преодолеть суженное воспроизводство населения, происходящее из-за преобладающей ориентации на однодетную или двухдетную семью, предстоит более целенаправленно поддерживать (прежде всего материально) те семьи, где рождается трое и более детей.

Создать возможность родителям устраивать детей в детские дошкольные учреждения рядом с домом. Соответствующие распоряжения Президентом даны председателям облисполкомов и главе Минска – взять решение данного вопроса под личный контроль [7].

Усилить борьбу с распространением курения и алкоголизма, но в первую очередь – с наркоманией в подростковом возрасте, иначе мы не сумеем обеспечить качественный и здоровый генофонд нации, воспроизводство физических, нравственно, социально здоровых поколений.

При реализации жилищной программы первоочередное внимание уделять обеспечению жильем многодетных семей, чтобы родители и дети располагали современным благоустроенным жильем [8].

Внести коренные изменения в молодежную политику, формируя в процессе ее реализации ориентацию молодых людей на счастливую семью, на рождение и воспитание детей.

Возможно, что, реализовав хотя бы эти направления государственной политики, мы сможем переломить сложившуюся нынче неблагоприятную демографическую ситуацию и достичь превалирования рождаемости над смертностью.

Список цитированных источников

1. Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>
2. Население Белоруссии // Сводная энциклопедия Википедия [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/Население_Белоруссии
3. Шахотько, Л.П. Снижение рождаемости как главный из вызовов демографической безопасности Республики Беларусь // Вопросы статистики. – 2007.

4. Кухаревич, Е.И. Мужчины и женщины Республики Беларусь // Статистический сборник / Национальный статистический комитет Беларуси. – Минск, 2010.
5. Шахотько, Л.П. Модель демографического развития Республики Беларусь / Л.П. Шахотько. – Минск: Беларуская навука, 2009. – 439 с.
6. Национальная экономика Беларуси: Потенциалы. Хозяйственные комплексы. Направления развития. Механизмы управления: учеб. пособие / Под общ. ред. В.Н. Шимова. – Минск: БГЭУ, 2005.
7. Указ Президента Республики Беларусь 11 августа 2011г. №357 // Об утверждении Национальной программы демографической безопасности Республики Беларусь на 2011 – 2015 годы.
8. Программа статистических работ на 2014 год (утверждена постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 23 декабря 2013г. №1117). – Минск, 2013.

УДК 330.341:331.101.39

Махунова М.А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Голец О.В.

ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ ПРОГНОЗ КАК ОСНОВА ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ

Целью данной работы является изучение теоретических аспектов демографических прогнозов, прогнозов трудовых ресурсов и исследование традиционных методов их составления.

Существенное воздействие на мировую эволюцию оказывает демографическое развитие мира. Демографическая проблема обрела статус глобальной. Это понятие включает воспроизводство населения, изменение его структуры, увеличение продолжительности и качества жизни, использование рабочей силы, ее квалификацию, миграцию населения и ее социально-экономические последствия. От численности населения Земли, его территориального размещения, масштабов хозяйственной деятельности зависят обеспеченность населения ресурсами, состояние биосферы Земли, мировая социальная и политическая среда. Динамика численности населения существенно влияет на динамику абсолютных размеров валового внутреннего продукта. Под демографическим развитием понимается взаимодействие процессов длительной эволюции народонаселения и качественных сдвигов в воспроизводстве населения, происходящих в относительно короткие периоды времени.

Воспроизводство населения – это процесс его непрерывного обновления в результате рождаемости и смертности. Таким образом, непрерывно совершаются два процесса: смена поколения и естественный прирост населения.

Трудовые ресурсы – это та часть населения, которая благодаря совокупности физических способностей, специальных знаний и опыта может участвовать в процессе воспроизводства, создания материальных и нематериальных благ и услуг. К трудовым ресурсам относятся: население трудоспособного возраста (за исключением неработающих инвалидов I и II групп и неработающих лиц, получающих пенсию по возрасту на льготных условиях), а также лица старше и младше трудоспособного возраста, занятые в экономике. В Республике Беларусь к населению трудоспособного возраста относятся мужчины в возрасте от 16 до 60 и женщины – от 16 до 55 лет [1].

В Беларуси, как впрочем и в других развитых странах, существуют демографические угрозы: неблагоприятная возрастная структура населения, связанная, в первую очередь, со старением населения; уменьшение числа браков, низкий уровень рождаемости, в результате чего не восполняется численность граждан страны; недостаточно высокая продолжительность жизни; сокращение численности сельского населения.

Таким образом, основными объектами прогнозирования демографической ситуации являются: смертность, рождаемость, миграция, трудовые ресурсы, старение населения.

Огромное влияние на развитие экономики, социальной сферы оказывает возрастная структура населения: с увеличением доли лиц трудоспособного возраста в общей численности населения увеличиваются, при прочих равных условиях, темпы, масштабы социально-экономического развития, и наоборот. Это происходит потому, что влияние демографического фактора проявляется, прежде всего, посредством реализации трудового потенциала населения, который определяется численностью трудовых ресурсов, их составом, структурой – профессиональной, квалификационной, образовательной и др. Формирование трудового потенциала осуществляется в процессе воспроизводства населения, расширенного возобновления поколений. Оно может происходить стихийно (или на основе сложившихся национальных традиций, религиозных представлений) и в сочетании стихийности с элементами государственного управления, регулирования, т.е. специальными мерами (прямыми или косвенными) воздействия на воспроизводственное поведение населения. Управление воспроизводством населения осуществляется посредством разработки и реализации демографической политики, стержневую основу которой образуют демографические прогнозы [2].

Демографический прогноз – это научно обоснованное предвидение основных параметров движения населения и будущей демографической ситуации: численности, возрастно-половой и семейной структуры, рождаемости, смертности, миграции. Необходимость демографического прогнозирования связана с задачами прогнозирования и планирования социально-экономических процессов в целом. Без предварительного демографического прогноза невозможно представить себе перспективы производства и потребления товаров и услуг, жилищного строительства, развития социальной инфраструктуры, здравоохранения и образования, пенсионной системы, решение геополитических проблем и т.д. Именно поэтому деятельность по прогнозированию динамики численности и структуры населения, численности и структуры семей, отдельных демографических процессов составляет важнейшую часть общей деятельности международных, государственных и неправительственных организаций, учреждений и научных институтов [3].

С технической точки зрения демографический прогноз выступает обычно в виде перспективного исчисления населения, т.е. расчета численности и возрастно-половой структуры, построенного на основании данных об изменениях демографических характеристик (численности населения, демографических структур, рождаемости, смертности и т.д.) в прошлом, а также с учетом принимаемых гипотез относительно их динамики в будущем. Такого рода расчеты делаются обычно в нескольких вариантах, задавая границы наиболее вероятных изменений населения. Условием точности прогноза являются правильные, научно обоснованные предположения о тенденциях изменения репродуктивного, самосохранительного и миграционного поведения населения, данные о которых можно получить с помощью специально организованных социолого-демографических исследований [4].

Разработка демографических прогнозов – процесс сложный, многостадийный. Первая стадия – аналитическая. Ее содержание – анализ демографической ситуации в стране, регионах на начало прогнозируемого периода, оценка демографических результатов развития общества за истекший период, сопоставление их с прогнозными значениями показателей, выявление характера отклонений фактических значений показателей от прогнозных и причин, обусловивших такие отклонения. Очень важно выявить в процессе анализа те диспропорции, негативные тенденции, которые возникли в демографическом развитии страны, и на основе этого обосновать состав демографических проблем, их масштабы, остроту. Необходимо также выявить положительные тенденции в демографическом развитии для того, чтобы предусмотреть их усиление, развитие в прогнозных периодах.

Вторая стадия – целевая. На этой стадии обосновывается состав целей демографического прогноза. Значимость этой стадии определяется тем, что состав целей определяет характер тех мер, которые органы управления должны разработать и реализовать, чтобы повлиять на демографическое развитие в соответствующих направлениях.

В составе дерева целей следует выделить по характеру их возникновения две группы. Первая группа – это цели, достижение которых представляет собой решение тех проблем, которые возникли в демографическом развитии страны истекшего периода. Вторая группа – это цели, достижение которых предопределено изменением демографических условий в прогнозном периоде, характером тех требований, которые предъявит развитие экономики и социальной сферы к демографической ситуации страны в прогнозном периоде.

Третья стадия – расчетная. Ее содержание заключается в обосновании системы прогнозных показателей: численности населения, естественного прироста, структуры населения (половозрастной, территориальной, образовательной и др.) [2].

Важнейшим критерием классификации демографических прогнозов является их цель. По целям прогнозирования все демографические прогнозы делятся на аналитические, прогнозы-предостережения, нормативные прогнозы и функциональные прогнозы [4].

Целью аналитического прогноза является исследование современных тенденций воспроизводства населения путем оценки их возможного влияния на будущую численность и состав населения, а также на социально-экономическое развитие в целом. Для аналитического прогноза характерно не столько прогнозирование само по себе, сколько изучение реальной ситуации для выявления в ней «проблемных ситуаций», сохранение которых может так или иначе повлиять на будущую динамику социально-экономических, политических и других процессов, обострить уже существующие или привести к возникновению новых проблем.

Аналитический прогноз обычно выражается в виде оценки параметров будущей демографической ситуации, которая делается на основе предположения о неизменности режима воспроизводства населения или того или иного его изменения. Аналитический прогноз, как правило, является долгосрочным. При этом, будучи сам по себе мало реалистичным и маловероятным, аналитический прогноз как бы очерчивает возможные и не выходящие за пределы разумного рамки будущих изменений численности и структуры населения. Однако разработанный краткосрочный демографический прогноз будет являться более реалистичным. В этом плане аналитический прогноз служит выработке целей социально-экономической и, в частности демографической по-

литики, призванной предупредить возникновение тех негативных последствий и проблемных ситуаций, для выявления возможности которых и осуществляется демографический прогноз этого вида [5].

При разработке демографических прогнозов наиболее часто используют следующие четыре группы методов: методы экстраполяции, экономико-математические методы, позволяющие разработать многофакторные динамические модели, методы передвижки возрастов и когорт, методы экспертных оценок.

Наиболее широкое использование получили методы экстраполяции, при демографическом прогнозировании это объясняется тем, что данные процессы в большинстве случаев достаточно инерционны в своем развитии. Методы экстраполяции применяются не только для оценки будущей численности населения, но и для расчета характеристик движения населения (например, коэффициентов рождаемости, смертности, миграции). Общий недостаток построенных с помощью методов экстраполяции прогнозов - это то, что они опираются на средние тенденции динамики населения, зачастую игнорируя особенности отдельных половозрастных групп.

Методы экстраполяции применяются в демографии для расчета общей численности населения, только при отсутствии резких колебаний рождаемости, смертности и миграции. При демографическом прогнозе вычисления методами экстраполяции проводят по среднему абсолютному приросту населения, на основе показателей среднего темпа роста и прироста населения. В связи с тем, что в реальности неизменными среднегодовые абсолютные приросты могут оставаться таковыми только непродолжительное время, поэтому прогнозирование численности населения с использованием данных методов лучше производить на краткосрочные периоды.

Список цитированных источников

1. Мировая экономика // И.П. Николаева. – 2006
2. Финансы и статистика: курс демографии // А.Я. Боярский. – 2004.
3. Демография и статистика населения: учебник / под ред. И.И. Елисеевой. – М.: Финансы и статистика, 2006.
4. Основы демографии: учебное пособие / Е.Б. Бреева. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2004.
5. Демография: учебное пособие / М.Б. Денисенко, Н.М. Калмыкова. – М.: ИНФРА-М, 2007.

Социально-исторические и гуманитарные проблемы

УДК 796

Мороз Д.С.

Научный руководитель: профессор Артемьев В.П.

СОМАТОМЕТРИЧЕСКИЕ И ГИПОДИНАМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ФИЗИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ МОЛОДЁЖИ 17-18 ЛЕТ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ОБСТАНОВКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Значение соматометрических и гиподинамических показателей физического развития студентов заключается в том, что по педагого-врачебным результатам даётся предварительное заключение о состоянии здоровья, а это чрезвычайно важно в дальнейшем для определения планируемой величины оптимальной физической нагрузки.

Специальная проверка физического развития предполагала использование варианта соматометрического типа – соотношения трех основных тотальных размеров тела: роста стоя, веса и грудных периметров.

Несколько слов об этих довольно странных, но вроде бы принятых понятиях – “идеальный вес”, “нормальный вес”, “эталонная фигура”.

Они, откровенно говоря, появились отнюдь не из медицинских исследований, но стали популярными, модными.

И хотя понятие “хорошая фигура” вообще-то спорное, но более половины населения планеты (а женщины – 60 процентов) принимают его, при этом так или иначе озабочены своим весом.

Оказалось, что действительный вес девушек приближается к “идеальному”, а вот у юношей превышает расчётный почти на 5 кг, составляя 66,5 кг.

Средний рост стоя у юношей – 178,6 см, девушек – 164,9 см.

Более «плотная» группа: девушки ($\delta=5,2$; $\delta^2=26,9$). Значительнее разброс результатов у юношей ($\delta=5,8$; $\delta^2=34,3$).

Вычисление величины индекса Кетле позволило утверждать, что у девушек тип сложения – нормостенический, а у юношей – гиперстенический, характеризующийся склонностью к полноте (составляя соответственно 331,1 г/см у девушек и 398,5 – у юношей).

На основании полученного индекса пропорциональности развития грудной клетки (Эрисмана) во всех возрастных группах отмечается узкогрудие.

Индекс Пинье свидетельствует о слабости телосложения у девушек; показатель крепости телосложения у юношей - хороший (соответственно -30,5 и 19,7 условных единиц).

Наконец, индекс массы тела (BMI) свидетельствует о том, что, в целом, как девушки, так и юноши находятся в нормальной форме: соответственно 20 и 22,3 кг/м².

Полученный показатель пульса в покое определяет состояние организма девушек, как нормальное (79,6 уд. в мин), у юношей - тахикардия, как проявление сердечной слабости (81,7 уд. в мин).

При этом больший разброс показателей наблюдается у юношей ($\delta=10,6$), у девушек - более плотные результаты ($\delta=4,3$).

Еще более разительные расхождения – по величинам дисперсии: у юношей $\delta^2=112,1$; у девушек - всего 18,1.

Средний рост стоя у юношей этой группы – 176,0 см, девушек – 167 см; вес – 58,0 см и 61,0 см; тип сложения – нормальный и нормостенический соответственно.

Полученное значение индекса Эрисмана характеризует узкогрудие как у девушек, так и у юношей.

Крепость телосложения – средняя, индекс массы тела (BMI) свидетельствует о нормальной форме.

Пульс – в пределах нормы.

Сравнительная характеристика уровней физического развития студентов, проживающих в различных регионах, позволила констатировать следующее (Табл. 1).

Таблица 1 – Физическое развитие студентов

Исследуемые параметры	Количественные показатели			
	Исследуемые группы			
	Проживающие в благоприятных условиях		Проживавшие в условиях экологического неблагополучия	
	Пол			
	Девушки	Юноши	Девушки	Юноши
Рост стоя, см	164,9	178,6	167,0	176,0
Окружность груди в паузе, см	81,1	89,3	88,0	91,0
Вес по Бонгарду, кг	55,7 Хор.	66,5 Хор.	61,2 Удовл.	66,7 Хор.
Инд. Кетле, г/см	331,1 Вес – норм.	398,5 Вес – норм.	347,3 Вес – норм.	363,6 Вес – норм.
Инд. Эрисмана, усл. ед.	-1,4 Узкогрудие	-0,06 Узкогрудие	4,5 Хор.	3,0 Узкогрудие
Показ. Пинье, усл. ед.	30,5 Слабое	19,7 Среднее	23,0 Среднее	21,0 Среднее
Инд. массы тела (BMI), кг/м ²	20,1 Норма	22,3 Норма	20,8 Норма	21,0 Норма
ЧСС в покое, уд. в мин.	70,6 Норма	81,7 Тахикардия	80,2 Норма	72,0 Норма

Речь идет о таких абсолютных данных, как рост, вес, окружность грудной клетки и ЧСС в покое, а также производных: показатель идеального веса по Бонгарду, индексы Кетле, Эрисмана, Пинье и BMI.

Иллюстрированные цифры могут создать представление о преимуществах или недостатках половозрастных групп.

Например, очевидно, что вес юношей, проживавших в пунктах постоянного дозиметрического контроля (66,7 кг), такой же, как в группе молодёжи, проживающей в «чистых» районах (66,5 кг).

Однако, в целом, «на слух», создать общее впечатление весьма сложно, поэтому нами эти данные в удобном для сравнения виде представлены в таблице 2.

Все полученные результаты были переведены в условные оценки: хорошо (2 балла), удовлетворительно – (1 балл), неудовлетворительно (слабо) – (0 баллов).

По окончании подсчетов был определен средний показатель (\bar{x}): 1,5 балла у девушек и юношей всех групп проживания.

Это позволило сделать окончательное заключение, состоящее в следующем.

Таблица 2 – Оценка физического развития

Параметры	Условная величина оценки			
	Пол			
	Девушки		Юноши	
	Сравниваемые группы			
	Проживающие в благопр. условиях	Проживавшие в неблагопр. усл.	Проживающие в благопр. усло-виях	Проживавшие в неблагопр. усл.
Вес	2	2	1	2
Индекс Кетле	2	2	2	2
Инд. Эрисмана	1	2	1	1
Индекс Пинье	0	0	1	0
Индекс BM1	2	2	2	2
ЧСС	2	1	2	2
Ср. показ., \bar{x}	1,5	1,5	1,5	1.5

Усл .величины: хор. – 2;
удовл. – 1;
слабо – 0.

По перечисленным соматометрическим и гиподинамическим показателям физического развития заметных преимуществ не имеет ни одна из групп молодёжи.

УДК 796

Мороз Д.С.

Научный руководитель: профессор Артемьев В.П.

РАЗВИТИЕ ОСНОВНЫХ ФИЗИЧЕСКИХ КАЧЕСТВ МОЛОДЁЖИ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ УСЛОВИЙ ПРОЖИВАНИЯ

Нами были определены немногочисленные, но весьма удобные для обследования физические упражнения (тесты), дающие право для суждения уровня развития наиболее популярных двигательных способностей. Для определения статистической значимости различий мы попытались изобразить значения всех изучаемых тестов в таблице 1.

Таблица 1 – Общая структура системы тестов (М.В. Лебедь, В.Н. Кряж, В.П. Артемьев)

Тестируемые физические качества (способности)	Оцениваемая характеристика	Номер теста	Содержание теста
Скоростные способности	Скорость бега	1	Челночный бег, 4х9 м
Гибкость	Подвижность позвоночника	2	Из положения, сидя на полу, наклон туловища с одновременным вытягиванием рук вперед, раз
Силовые способности	Силовая динамическая выносливость рук	3	Подтягивание на перекладине, раз
Выносливость	Общая выносливость	4	Поднимание и опускание туловища из положения, лежа на спине, раз

Все полученные результаты были обобщены в сводной таблице 2.

Таблица 2 – Сводные результаты физической подготовленности

Содержание теста	Пол	Данные экологически чистых районов				
		Результаты в пунктах постоянного дозиметрического контроля (ППДК)				
		Статистическая величина				
		X	δ	δ^2	R	D
Челночн. бег 4х9 м, с (быстрота)	М	10.33-10.67	0.58-0.58	0.33-0.33	(-0.49); (-1.00)	0.24 - 1.00
		14.55	6.83	46.62		
	Ж	11.60-11.60	0.89-0.55	0.80-0.30	(-0.26); (-0.74)	0.07 - 0.54
		11.43	0.24	0.06		
Из положения сидя на полу наклон туловища с одновременным вытягиванием рук вперед, раз (гибкость)	М	11.00-11.33	1.73-1.53	3.00-2.33	0.90;0.71	0.81 - 0.50
		2.79	1.36	1.85		
	Ж	13.20-12.6	2.28-3.36	5.20-11.30	0.34;0.44	0.12 - 0.19
		8.25	3.06	9.37		
Подтягивание на перекладине, раз (силовая выносливость)	М	8.67-9.33	1.15-2.52	1.33-6.33	(-1.00); (-0.92)	1.00 - 0.84
		5.07	0.75	0.56		
Поднимание и опускание туловища из положения лежа на спине, раз (общая выносливость)	Ж	14.60-21.00	0.89-2.74	0.80-7.50	0.34; (-0.24)	0.12 - 0.06
		35.33	2.62	6.88		

Оказалось возможным дальнейшее сравнение этой меры, полученной в разных условиях проживания. Для этого нами была определена статистическая значимость различий развития каждого из физических качеств с учетом пола и места проживания (Табл.3).

Таблица 3 – Статистическая значимость различий

		Значимость различий												
Пол	Зона сравнения: благопр ППДК	Содержание теста									Подтягивание на перекладине		Поднимание и опускание туловища из положения, лежа на спине	
		Челночный бег 4×9 м			Из положения сидя на полу наклон туловища вперед			Значения t и P						
		табл.	Вычисл.	P	табл.	Вычисл.	P	Табл.	Вычисл.	P	табл.	Вычисл.	P	
М	Благопр	4.31	1.02	p<0.05	4.31	18.27	p>0.05	4.31	3.27	p<0.05	-	-	-	
	ППДК	4.31	0.91	p<0.05	4.31	13.31	p>0.05	4.31	2.30	p<0.05	-	-	-	
Ж	Благопр	2.78	0.39	p<0.05	2.78	3.54	p>0.05	-	-	-	2.78	18.82	p>0.05	
	ППДК	2.78	0.52	p<0.05	2.78	2.85	p>0.05	-	-	-	2.78	7.59	p>0.05	

Обобщая полученные материалы на этом этапе ее обработки, следует сказать следующее.

Заметны преимущества в развитии скоростных способностей у юношей, проживающих в экологически чистых районах. У девушек достоверных различий не обнаружено.

По силовой динамической выносливости рук юношей можно сказать то, что она достоверно не различается, не зависит от места проживания: во всех случаях p<0.05. Силовые способности, следовательно, существенно не различаются.

Факт обнаружения достоверных различий по общей выносливости, вообще говоря, ожидаемый, но то, что абсолютные показатели выносливости выше у девушек (p>0.05), проживающих в зонах повышенного дозиметрического контроля, по сравнению с проживающими в "чистых" районах – неожиданный, но это действительно имеет место.

У молодежи, проживавшей до поступления в университет в пунктах постоянного дозиметрического контроля, результаты в гибкости и силе хуже, чем у проживающих в относительно чистых местностях.

Выборочное среднее квадратическое отклонение. Дисперсия.

Что следует из анализа имеющихся данных? В абсолютном выражении рассеивание, т.е. отклонение вариант, которые получены в исследовании, от их средней величины больше – у юношей, проживавших в ППДК (быстрота), и меньше у девушек, проживающих в благополучных условиях (выносливость). Во всех остальных случаях эти расхождения невелики.

Дисперсия случайной величины, как характеристика рассеивания (этого и следовало ожидать) выше в случае с быстротой у юношей: ее размерность, как следует из определения дисперсии, равна квадрату разности случайной величины.

Корреляция.

Сравнивая данные, полученные в экологически чистых районах, с результатами измерений в пунктах постоянного дозиметрического контроля, следует сказать следующее.

Связь показателей в челночном беге больше между молодежью, проживающей в чистых районах, по сравнению с проживавшими в ППДК: соответственно полу (муж. и жен.) - 1,00 и - 0,74.

По второму тесту: из положения сидя на полу наклон туловища с одновременным вытягиванием рук вперед – эта связь больше у мужского населения (0,90 и 0,71) и меньше – у девушек (0,34 и 0,44).

Более заметной корреляция является в подтягивании на перекладине (-1,00 и -0,92) и менее заметной – в поднимании и опускании туловища из положения, лежа на спине (0,34 и – 0,24).

УДК 338.486

Романюк К.И.

Научный руководитель: Харитонович С.С.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

В современном мире туризм – это многогранное явление, тесно связанное с экономикой, историей, географией, архитектурой, медициной, культурой, спортом и другими науками. Однако ни одна из них не может полностью и исчерпывающе охарактеризовать его как объект собственных исследований, и ни один из существующих социально-экономических институтов не в состоянии самостоятельно решить комплекс его проблем.

Любое определение понятия "туризм" исключает момент получения прибыли во время туристической поездки. Поэтому туризм является популярной формой организации отдыха, проведения досуга, познание родного края, окружающей среды, знакомства с историей, культурой и традициями определенной страны.

Международный туризм занимает значительное место в международных отношениях. Около 1 млрд. человек ежегодно посещают зарубежные страны в туристических целях.

Рынок международного туризма является одним из ключевых для экономик различных стран. Туристические услуги становятся всё более востребованы. Сейчас это один из наиболее прибыльных и динамичных секторов мировой экономики. Обмен услугами международного туризма между странами является частью международной торговли и оказывает значительное влияние на показатели экспорта и импорта страны.

Сфера туризма, влияя на такие ключевые сектора хозяйства, как транспорт и связь, торговлю, строительство и многое другое, является катализатором

ром социально-экономического развития стран. Во многих странах туризм – главный источник поступлений в иностранной валюте. В 2013 году сфера туризма развивалась, наблюдался её рост в общем объеме мирового ВВП. Причем рост опережает отрасли производства, финансовые услуги и розничную торговлю. Более того, за счет туристической деятельности в мире в 2013 году было создано свыше 4 млн. новых рабочих мест [1].

Развитие туризма в любой стране, регионе зависит от целого комплекса факторов, условий и ресурсов.

Несмотря на то, что Беларусь не располагает морями и горами, она имеет ряд преимуществ в сравнении с другими странами. Среди них:

- близость к Западной Европе, Скандинавии – туристическому рынку с очень высоким финансовым потенциалом;
- соседство со странами Балтии, Россией, Польшей, что является серьезным ресурсом, способствующим развитию трансграничного туризма;
- древняя и богатая история, самобытная культура;
- роскошный природный потенциал, самый старый в мире лес – Беловежская пуца.

Рост интереса к Беларуси со стороны иностранных туристов, выгодное географическое и транспортное положение страны, живописная природа, большое количество памятников архитектуры и других объектов экскурсионного показа, гостеприимство и доброжелательность белорусского народа.

Туристическая деятельность является частью как экономической, так и социальной сферы. Наличие достаточно развитой туристической индустрии позволяет решить проблему занятости населения, так как туризм является одной из самых трудозатратных отраслей, не поддающихся в большинстве случаев механизации и автоматизации.

По статистическим данным ВТО, каждое пятнадцатое рабочее место в мире сегодня дает туристическая отрасль.

К общей инфраструктуре относятся те элементы, которые создаются не только для туристической отрасли, но и для других сфер деятельности и отраслей. Это – дороги, коммуникации, водоснабжение, банки, страховые компании и т. д.

В Республике Беларусь в соответствии с подпрограммой «Развитие инфраструктуры туризма» Национальной программы предполагается создать конкурентоспособный туристический комплекс, обеспечить качество услуг, отвечающее международным стандартам.

Состояние инфраструктуры туристической отрасли на территории Республики Беларусь характеризуется в основном устаревшей материальной базой, слабо развитой инфраструктурой вблизи объектов историко-культурного наследия, национальных парков, автомобильных дорог, водных систем. Имеющиеся объекты общественного питания и размещения не отвечают международным стандартам.

Медленными темпами ведется строительство объектов инфраструктуры, в частности, гостиниц, объектов придорожного сервиса, туристических комплексов и баз отдыха, объектов показа, центров народного творчества.

В программе развития туризма на 2011-2015 годы особое внимание обращено на создание комплексов на базе существующих АЗС на всех республиканских автомобильных дорогах, обустроив их мини-мотелями, кемпингами,

гостиницами, площадками для отдыха, автостоянками, объектами торговли, пунктами питания, санитарно-гигиеническими местами [2].

Для того чтобы внутренний туризм имел хорошие перспективы в будущем, необходимо развивать направления основных видов туризма:

1. Развитие транзитного и трансграничного туризма – основной резерв для увеличения экспорта туристических услуг в краткосрочной перспективе. Опыт разных стран показывает, что успех их развития предрешен, если широко использовать общую историю и традиционные культурные связи, принцип добрососедства, сходство природных условий на основе международных договоров. Убедительным примером служит использование природного наследия у нас и наших соседей в Польше. У Беларуси и Польши есть две основные и общие достопримечательности природы: Беловежская пуца и Августовский канал.

2. Водный туризм.

Данный вид туризма может быть реализован в виде краткосрочных прогулок на пассажирских судах, включенных в комбинированные многодневные туристские маршруты и путешествия белорусских и иностранных туристов на комфортабельных судах по водным путям республики. Программой предусмотрено строительство пассажирских судов соответствующего класса и уровня комфортности, создание береговой и плавучей инфраструктуры в опорных точках маршрутов.

3. Познавательный туризм.

Основой для развития познавательного туризма предусматривается использование культурно-исторического наследия Республики Беларусь и общности истории и культуры Беларуси со странами-соседами. Программой предусматривается:

- создание условий для формирования туристско-экскурсионных маршрутов для разных категорий населения по местам важных исторических событий и деятельности выдающихся исторических личностей этих народов на территории нашей республики;

- более эффективное использование возможностей имеющихся туристских ресурсов для организации ностальгических туров для выходцев из Беларуси и их потомков, проживающих сейчас в других странах;

- более активное вовлечение молодежи к путешествиям по родному краю в целях воспитания уважения к историческому прошлому.

4. Экотуризм.

Основными направлениями развития экологического туризма в Беларуси являются: организация туристских походов в нетронутые уголки природы; фотоохота на редких зверей и птиц, находящихся в естественных условиях; туры по болотам.

5. Спортивный туризм.

Рост популярности здорового образа жизни, спортивные традиции, доступность использования имеющейся инфраструктуры предопределили три основных направления в развитии спортивного туризма: оздоровление нации через развитие активных форм туризма; развитие «фанат-туризма» через организацию туристских маршрутов с посещением массовых спортивных мероприятий; возрождение туристско-спортивных клубов.

6. Рекреационный и оздоровительный туризм.

Основой для развития рекреационного и оздоровительного туризма является более эффективное использование природных ресурсов и имеющейся инфраструктуры. В этой связи предусматривается:

- более широкое использование в туристских целях имеющейся санаторно-курортной базы республики;
- обновление имеющейся и создание новой инфраструктуры, расширение спектра предлагаемых туристских услуг в местах отдыха и оздоровления;
- создание летних туристско-оздоровительных лагерей, кемпингов, оборудованных стоянок.

7. Деловой туризм.

Рост деловой активности, расширение международных контактов является серьезной предпосылкой для развития делового туризма. Основное внимание будет уделено:

- развитию туристско-экскурсионных услуг для участников международных конгрессов, конференций, симпозиумов; организации международных торговых выставок, ярмарок;
- создание условий для оказания туристско-экскурсионных услуг бизнесменам, работающим в Республике Беларусь.

8. Религиозный туризм и его направления:

- использование потенциала основных религиозных конфессий;
- организация паломнических туров;
- организация туров по местам религиозных святынь [3].

Перспективными для развития можно выделить такие специфические виды туризма, как медицинский, образовательный, научный, событийный. Их целями являются предоставление качественных и относительно недорогих услуг.

Особого внимания требует Интернет, который становится сегодня все более востребованным источником информации и, согласно статистике, является самым популярным средством при поиске туристических туров и маршрутов, электронном бронировании туров и гостиничных номеров по электронной почте через сеть туристско-информационных сайтов.

В 2013 году численность туристов, организованно выезжавших из Республики Беларусь за рубеж, составила 708,4 тыс.

В 2013 году наиболее посещаемыми зарубежными странами традиционно оставались Россия, Украина, Болгария, Греция, Египет, Испания, Италия, Литва, Польша, Турция, Чешская Республика [4].

Устойчивое развитие туризма – процесс длительной перспективы, требующий поступательных грамотных решений в краткосрочном периоде. Для этого необходимы:

- разработка рекреационных и экскурсионных программ;
- внедрение приемлемых стандартов обслуживания;
- формирование определенных традиций гостеприимства;
- внедрение нововведений и широкое использование информационных технологий;
- развитие маркетинговой стратегии в сфере туризма;
- совершенствование ценовой политики при создании белорусского турпродукта, способного конкурировать с соседними государствами;
- совершенствование учета в сфере туризма;
- изменение содержания и структуры образования и науки в туристической индустрии.

Список цитированных источников

1. Рынок международного туризма: основные тенденции 2013 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/byrkova.htm.
2. Развитие сферы туризма в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://otherreferats.allbest.ru/sport/00223672_1.html. – Дата доступа: 21.11.2012.
3. Проблемы и перспективы внутреннего туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://turboreferat.ru/turism/problemy-i-perspektivy-vnutrennego-turizma/249110-1339315-page4.html>. – Дата доступа: 03.11.2012.
4. Туризм в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/homep/ru/indicators/pressrel/tourism.php>.

УДК 32.001(075.8)

Кравец К.О.

Научный руководитель: доцент Бодак М.С.

КОРПОРАТОКРАТИЯ И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА МИРОВУЮ ПОЛИТИКУ

Целью данной работы является исследование процесса обретения транснациональными корпорациями (ТНК) функций государства и влияния, которое они оказывают на современную мировую политику. Современный мир, состоящий из более двух сотен государств, с различными политическими режимами, экономикой, населением и уровнем развития пронизывают бесчисленные торговые и политические связи. Этим обстоятельством пользуются транснациональные корпорации, которые представляют собой могущественные организации, преследующие лишь одну цель – экономическую выгоду.

Влияние транснациональных корпораций на экономику различных государств мира непрерывно растёт. Сегодня крупнейшие корпорации могут диктовать условия не только своим конкурентам, но и целым государствам благодаря своему финансовому могуществу и политическому лоббированию на самых высоких уровнях. Корпорации всё больше приобретают признаки государства: работники корпорации становятся их гражданами, директора превращаются в президентов или диктаторов. Уже сейчас транснациональные корпорации влияют на мировую политику, развязывая войны и конфликты, для получения выгоды. Доходы этих корпораций превышают объёмы ВВП многих стран мира, они создают миллионы рабочих мест в каждом государстве, некоторые из них уже являются с экономической точки зрения государствообразующими.

Политический режим, при котором высшая власть принадлежит корпорациям и осуществляется непосредственно ими либо выборными и назначенными представителями, действующими от их имени, называется корпоратократией. Данный термин был введён организацией Global Justice Movement. Дословно переводится как «власть корпорации» (от лат. *Corporatio* – объединение, сообщество и от греч. *Kratos* – власть) [1].

У корпоратократии нет граждан, а есть сотрудники и акционеры. У нее нет правительства, а есть совет директоров. У неё нет территории, а есть рынки сбыта. Акционеры голосуют, выбирая директоров, но у обычного сотрудника акций ничтожно мало, если есть вообще, а у правящей элиты – достаточно. Поэтому реальную власть при корпоратократии монополизируют богачи и

миллиардеры, способные купить наибольшее число акций, назначать своих людей в совет директоров и своих наемных менеджеров, которым принадлежит основная масса решений [3].

Свое начало транснациональные корпорации берут ещё со времён Средневековья, а именно с Ордена Тамплиеров, основанном в 1118 году. Орден Тамплиеров стал первым транснациональным финансовым учреждением, когда в 1135 году начал заниматься банковским делом. Орден имел огромное влияние и силу, а подчинялся непосредственно Ватикану, что делало его независимым и только увеличивало его сходство с транснациональной корпорацией.

Первой истинной транснациональной компанией в истории стала Британская Ост-Индская компания, основанная в 1600 году. Голландская Ост-Индская компания, основанная двумя годами позднее, была первой акционерной компанией и самой крупной из ранних международных компаний. Кроме того, она, вероятно, была первой в мире мегакорпорацией, обладая квазигосударственными полномочиями, в том числе имея возможность содержать наёмную армию, вести войну, участвовать в политических спорах, чеканить монету, а также создавать и управлять колониями [1].

ТНК – это не только производственные компании, но и транснациональные банки, телекоммуникационные компании, страховые компании, аудиторские компании, инвестиционные и пенсионные фонды. Многие транснациональные корпорации обладают монопольной властью. Некоторые из них по объёму оборота превосходят страны, а руководители этих компаний, как правило, ведут дела непосредственно с главами государств [1].

Транснациональные корпорации, представленные во многих странах мира, способны влиять на все сферы общественной жизни. Самые крупные и могущественные способны уклоняться от экономического и политического контроля. В истории имели место случаи, когда иностранные инвесторы добивались поддержки своих действий от политического руководства, независимо от их последствий для местного населения и благосостояния страны в целом. Обычно подобный диктат осуществляется с применением серьезной поддержки политиками, дипломатами и СМИ. Примеров такой деятельности множество. Так, в 2003 году американская компания Halliburton заключила контракт по восстановлению инфраструктурных объектов в Ираке на \$680 млн. В 2003 году Билл Гейтс впервые выплатил дивиденды, которые увеличили личные доходы американцев на рекордные 3,7%. Эта прибыль досталась 4,6 млн. американцев.

Из 100 наибольших экономик в мире 52 – транснациональные корпорации, остальные – государства. Свыше 2/3 внешней торговли и около половины мирового промышленного производства приходится на ТНК. Они контролируют примерно 80% технологических нововведений и ноу-хау [2].

Общий объем накопленных прямых иностранных инвестиций превышает \$4 трлн., а объем продаж ТНК составляет 25% мировых, причем 1/3 продукции ТНК выпускается аффилированными зарубежными структурами. Объем продаж заграничных структур ТНК уже превышает весь мировой экспорт. К примеру, половина экспортных операций США осуществляется американскими и зарубежными ТНК, в Великобритании аналогичные операции осуществляют до 80% ТНК, в Сингапуре – до 90% [4].

На предприятиях ТНК работает более 73 млн. человек, которые ежегодно производят продукции более чем на \$1 трлн. С учетом смежных отраслей ТНК обеспечили работой 150 млн. человек. ТНК играют очень весомую роль в ми-

ровых научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработках (НИОКР). На долю ТНК приходится более 80 % зарегистрированных патентов, при этом на долю ТНК приходится и около 80 % финансирования НИОКР.

Российский газовый монополист "Газпром" занял в последнем списке Forbes самых могучих титанов мирового рынка лишь 16-е место, правда, став при этом одним из лидеров среди ведущих компаний нефтегазового сектора. По данным издания, прибыль "Газпрома" составила \$24,3 млрд, рыночная стоимость – \$133,6 млрд. Российские "ЛУКОЙЛ" и "Роснефть", по версии американских журналистов, занимают 69-ю и 77-ю строчки в этом мировом рейтинге. Нефтегазовый сектор представлен в этом рейтинге 115 компаниями со всего мира.

Россия, как и другие постсоциалистические страны, не играет заметной роли в международном перемещении капитала. На 96-97% международные потоки капитала обращаются среди развитых стран. На развивающиеся страны приходится лишь 3-4% [4].

Наднациональные структуры надо изучать, так как лишь хорошо зная противника, можно его победить. Бильдербергский клуб – это группа из 120-140 влиятельных людей, которые собираются каждый год для обсуждения мировой политики. Эти встречи для общественности закрыты. Анализ информации показывает связи членов с корпорациями, благотворительными организациями, политическими группами и средствами массовой информации. Об этой группе существует огромное количество теорий заговора, включая и те, которые утверждают, что они контролируют мировую экономику [1]. Сложным ответ на поставленный вопрос представляется потому, что до конца не известны имена настоящих правителей. Как говорится, «завеса тайны навсегда скрывает от глаз непосвященных истинные мотивы и механизмы катаклизмов, которые мы, не зная другого определения, называем историческими событиями». И хотя анонимность этих людей порождает их безнаказанность, она не означает их всемогущества.

Основными противниками ТНК, как и глобализации в целом, являются антиглобалисты. Основной повод для протестов – это то, что по их мнению, ТНК монополизуют национальный рынок и уничтожают государственный суверенитет. Действия ТНК по захвату рынка называют экономической войной против граждан. Во многих странах действуют законы, ограничивающие действия как крупных национальных производителей, так и ТНК (антимонопольное регулирование). Примерами служат Канада, Россия, Китай и др.

Транснациональные корпорации стали неотъемлемой частью нашего современного мира. Они пустили корни в большей части стран мира и пользуются своим могуществом для воздействия и принуждения целых стран к определённым, выгодным для корпорации действиям. Долгое время Корпорации оставались под контролем стран-покровителей, но в наше время транснациональные корпорации достигли возможностей, позволившим им диктовать условия своим вчерашним «хозяевам».

Мы наблюдаем тенденцию, когда роль государства уменьшается, а влияние корпораций на сферы деятельности государств только растёт. Уже сейчас корпорации могут экономически «убить» страну, полностью отрезав её от поставок своей продукции. Именно это ведёт к созданию Корпоратократического общества. Если ничего не изменится, если государственная власть не возьмёт под контроль деятельность корпораций, если государства продолжат пренебрегать национализацией экономики и продолжать потакать плутократии и

олигархии, это приведёт к краху государственной системы и окончательному становлению корпоратократии. Корпорации объединят территории государств не по территориальному, национальному или языковому признаку, они поделят между собой «рынки сбыта», они будут иметь свои собственные наёмные частные армии и смогут вести войны за сферы влияния. Совет директоров станет новым правительством, определяющим внутреннюю и внешнюю политику, развитие общества на территории своей корпорации. Разница между социальными уровнями людей многократно увеличится. Работники корпорации будут постоянно подвергаться пропаганде, убеждающей их в лояльности корпорации. Нельзя с уверенностью сказать, выйдет ли человечество на новый уровень развития, приняв корпоратократию, или же спустится вниз. Можно сказать лишь одно: нельзя игнорировать то, что становление корпоратократии уже идёт.

Тенденции развития национальных государств и корпораций



Список цитированных источников

1. Википедия [Информационный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org>. – Дата доступа: 02.04.2014.
2. Железный закон олигархии / Елена Пономарева, профессор МГИМО. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.fondsk.ru/news/2011/08/16/kto-na-samom-dele-pravit-amerikoj-i-4421.html> – Дата доступа: 02.04.2014.
3. Перкинс, Джон. Исповедь экономического убийцы. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://royallib.ru/book/perkins_dgon/ispoved_ekonomicheskogo_ubiytsi.html Дата доступа: 02.04.2014.
4. Грибцова, Мария. Корпорации, которые правят миром. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.rb.ru/article/korporatsii-kotorye-pravyat-mirom/6756067.html> – Дата доступа: 02.04.2014.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОБЩЕНИЯ СТУДЕНТОВ И ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ В ПЕРИОД ЭКЗАМЕНАЦИОННОЙ СЕССИИ

Общение – сложный социальный процесс, выполняющий целый ряд важных функций. Первая из них – информационная. По подсчётам учёных [1], четыре пятых всей информации люди получают по каналам межличностного общения. Исследованиями доказано, что в экстремальных условиях у человека возникает эмоциональное напряжение, нередко проявляющееся как чувство ярко выраженной тревожности, то есть ожидания возможной неприятности. Так, в ожидании экзамена у большинства студентов возникает состояние беспокойства, тревоги по поводу возможных его результатов.

По данным опросов, проведенных на первом курсе в вузах г. Бреста, около 75 % студентов накануне первой экзаменационной сессии заявляли, что они боятся “провала”. Даже на старших курсах выявлено до 17 % студентов, которые не уверены в том, что успешно сдадут экзамены. При этом некоторые студенты испытывают чувство страха, переходящего в панику. Не так уже редки случаи, когда первокурсники, “срезавшиеся” на первом экзамене, подают заявление с просьбой отчислить их из вуза. Они опасались, что не смогут сдать и другие экзамены.

Среди студентов, проявляющих общее беспокойство в связи с предстоящими экзаменами, выявлены и такие, о которых преподаватели отзывались как о добросовестных студентах, хорошо усвоивших учебный материал. Однако состояние тревоги у указанных студентов отрицательно сказывалось на результатах экзаменов; оценка не соответствовала уровню реальных знаний студента, была более низкой. В ответе проявлялись скованность, чувство неуверенности в знаниях, “выпадение” памяти. Это явление можно объяснить целым рядом причин и обстоятельств, в том числе и значительной перегрузкой.

Выявлено также, что студенты изучают программный материал таким способом, каким способом их опрашивают. Если на экзамене преобладают вопросы, рассчитанные на запоминание, студенты усваивают учебный материал на уровне восприятия и памяти. Если от них добиваются усвоения знаний на уровне мышления и творчества, то они также стремятся проработать учебный материал соответствующим образом. Важно сформировать у обучающихся широкие социальные мотивы обучения, так как будущий специалист должен использовать всю систему усвоенных знаний, добиваться высокого профессионального мастерства и творчески применять знания.

Этому способствует понимание психологических особенностей проблем общения преподавателя со студентами на экзамене.

Экзамен в вузе является основной формой итоговой проверки успеваемости студентов. Он способствует не только регулированию учебного процесса и побуждению молодых людей к учению, но и позволяет решать педагогические задачи, связанные с формированием подлинной гражданственности. Вот почему чрезвычайно важное значение приобретает проблема педагогического такта на экзамене несоблюдение преподавателем принципа меры в общении со студентами, умение выбрать правильный подход в системе воспитательных отношений с ними.

Преподаватель на экзамене, как и в процессе повседневного общения со студентами, призван показывать пример доброжелательности, гуманизма, подлинной нравственности, высокой культуры поведения, а вместе с тем требовательности и принципиальности.

К сожалению, в вузовской практике до конца не изжиты факты проявления грубого отношения отдельных преподавателей к студентам. Подготовка современного специалиста не имеет ничего общего с действиями, унижающими личность, оскорбляющего студента. Педагогический такт – один из важнейших компонентов педагогического мастерства, регулятор поведения преподавателя и воспитателя. На экзамене он проявляется в корректном отношении к студенту, в умении терпеливо и предельно внимательно выслушать ответ, поставить уточняющие вопросы, вежливо и точно высказать суждения о качестве ответа как письменного, так и устного.

Нередки факты, когда студент высказывает своё несогласие с оценкой, выставяемой преподавателем. На этой почве может возникнуть конфликт. Студент доказывает, что он “учил”, а преподаватель пытается убедить последнего, что тот не знает определённые проблемы курса. В вузовской практике приходится сталкиваться и с самым неожиданным мотивированием слабых ответов студентами (болел, воспитываю ребёнка, пропустил тему, так как участвовал в спортивном соревновании за честь вуза и пр.). Преподаватель возражает студенту, допуская бестактность (нет дела до всего этого, ничем помочь не могу и т.д.). Бесспорно, педагогических рецептов на все случаи жизни никто, разумеется, дать не сможет, но общение не следует заменять формированием конфликтной ситуации.

Одним из приемлемых путей, например, является сообщение студентам точных критериев оценки успеваемости по данной дисциплине.

Вместе с тем не следует забывать, что экзамен – не самоцель. Все педагогические средства, в том числе и общение, должны быть направлены на формирование деловых и тесных взаимоотношений между преподавателями и студентами, а в конечном итоге – на формирование настоящего специалиста.

В творческом сотрудничестве со студентами принцип поведения преподавателей может быть исключительно разнообразным, детерминированным их индивидуальностью. Это – крупные учёные, отличающиеся пунктуальностью, строгостью по отношению к студентам, и, наоборот, предельно снисходительные, готовые принять на себя весь груз ответственности за неудачный исход эксперимента. Однако при всём этом многообразии логическим центром, определяющим воспитывающий и развивающий эффекты такого сотрудничества, всегда оказывается уважение к личности студента – то чувство равенства, которое отличает субъект-объектные отношения.

Думается, что не подобная рядоположенность, а слитность педагогических, организаторских, коммуникативных и, собственно, исследовательских “потенциалов” преподавателя высшей школы закономерно связана с той формой его взаимодействия со студентами, которая суть совместная творческая деятельность. Немыслимо, чтобы такого рода личность учёного-педагога выростала на почве учебного процесса, организованного как монолог, как элементарное индивидуальное воспроизведение студентом провозглашенных преподавателем готовых формулировок.

Личность преподавателя воздействует на студентов, когда они сами раскрываются ему навстречу как личности [2,3,4]. Тогда преподаватель, устремлённый к сотворчеству, оказывается готовым к динамической смене позиций. Иначе говоря, в общении со студентами он расположен к тому, чтобы у них – у

студентов – учиться, т.е. общение имеет многоуровневый, многовекторный характер в совместной творческой деятельности преподавателей и студентов.

Как свидетельствуют наблюдения, далеко не каждому преподавателю удаётся преодолеть барьер фиксированной ролевой позиции, найти подходящую обстоятельствам манеру общения, отмотилизовать адекватные лингвистические и паралингвистические средства, снять внутренне напряжение.

Отсюда достаточно специфична и типизация преподавателей студентами: «профессионал», «организатор», «методист», «учёный», «пофигист». Типизация молодых преподавателей более экзотичная: «вечный студент», «бывший моряк», «почасовщик».

Старшекурсники среди преподавателей видят: “безразличных”, “завистливых”, “ограниченных”, “господ-баринов”, “роботов” и т.п., но замечают и тех, кто “выкладывается в работе”, “наслаждается работой со студентами” – гурманы, “друзья”. По их мнению, наиболее распространённый тип преподавателя в высшей школе – это “преподаватель-стандарт”: “знает предмет, живёт своей работой, труден в общении, упрям, амбициозен, не интересен ни себе, ни студентам”.

Традиционные отношения в системе “преподаватель – студент” зависят от описанных типов педагогов и носят субъективный характер, но их можно представить следующим образом:

- общение с профессионалами;
- общение на основе дружеского расположения;
- общение-дистанция;
- общение-устрашение;
- общение-заигрывание.

Отсюда следует, что проблема подготовки высококачественных специалистов обусловлена не столько недостатками научной и методической подготовки преподавателей, сколько деформацией сферы профессионально-педагогического общения со студентами: от доверительно-диалогического к пассивно-информационному или авторитарно-монологическому.

Основными психолого-педагогическими условиями, способствующими успешному решению этих проблем, являются:

- формирование у будущих специалистов высоких мотивов учебной деятельности;
- всестороннее и глубокое изучение студентов как личности, их индивидуальных особенностей, видов деятельности, к которым они склонны;
- чёткая организация общения на экзамене;
- организация общения не только на информационном, но и на дискуссионном уровне;
- проявление доброжелательного отношения преподавателя к студентам, что должно проявляться в речи, мимике, пантомимике;
- стимулирование инициативных и активных обратных связей.

Список цитированных источников

1. Педагогика и психология высшей школы. Серия “Учебники, учебные пособия”. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1998. – 544 с.
2. Педагогические условия совершенствования учебного процесса в вузе: Межвузовский тематический сборник. – Барнаул: изд. Алтайск.ун-та, 1985. – 199 с.
3. Рогинский, В.М. Азбука педагогического труда. – М.: Высшая школа, 1990. – 112 с.
4. Основы педагогического мастерства / Под ред. И.А. Зязюна. Киев: Вища школа, 1987. – 207 с.

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

Выхватенко Н.А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Черноокая Е.В.

ФОРМИРОВАНИЕ СТОИМОСТИ БРЕНДА 4

Выхватенко Н.А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Черноокая Е.В.

БРЕНД КАК ОБЪЕКТ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА..... 6

Войтеховская Е.В.

Научный руководитель: доцент, к.э.н. Куган С.Ф.

ПРИМЕНЕНИЕ ИНТЕГРАЛЬНОГО ИНДЕКСА ПРИ ОПРЕДЕЛЕНИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА ПРИМЕРЕ РАЙОНОВ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ 8

Войтеховская Е.В.

Научный руководитель: доцент, к.э.н. Куган С.Ф.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ВЫБОРА ФАКТОРОВ ПРИ РАСЧЕТЕ
ИНТЕГРАЛЬНОГО ИНДЕКСА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНОВ..... 12

Макаревич Е.В.

Научный руководитель: доцент Зазерская В.В.

ОПТИМИЗАЦИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ 17

Макаревич Е.В.

Научный руководитель: доцент Зазерская В.В.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ..... 19

Луковская Н.С.

Научный руководитель: доцент Кивачук В.С.

БУХГАЛТЕРСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ПОТЕРЬ ПРЕДПРИЯТИЯ, СВЯЗАННЫХ
С ПРОИЗВОДСТВЕННЫМ ТРАВМАТИЗМОМ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМИ
ЗАБОЛЕВАНИЯМИ, И ПРАВОВАЯ ОСНОВА ОХРАНЫ ТРУДА..... 24

Луковская Н.С.

Научный руководитель: доцент Кивачук В.С.

БУХГАЛТЕРСКОЕ ОТРАЖЕНИЕ И МЕТОДИКА АНАЛИЗА ПОТЕРЬ,
СВЯЗАННЫХ С ТРАВМАТИЗМОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ..... 27

Левонюк В.Н.

Научный руководитель: доцент Зазерская В.В.

ОРГАНИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ДЛЯ ЦЕЛЕЙ УПРАВЛЕНИЯ 30

Кулеша Д.Ю.

Научный руководитель: ст. преподаватель Кот Н.Г.

ПРОБЛЕМЫ И ОПТИМИЗАЦИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО
СТРАХОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ 33

Кулеша Д.Ю.

Научный руководитель: ст. преподаватель Кот Н.Г.

ПЕРСПЕКТИВЫ ВВЕДЕНИЯ ЕДИНОЙ ВАЛЮТЫ В РАМКАХ ЕврАзЭС 37

Корделюк О.Л.

Научный руководитель: ст. преподаватель Голец О.В.

ТРЕНД – ВАШ ДРУГ 39

Корделюк О.Л. Научный руководитель: ст. преподаватель Голец О.В. ТЕХНИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КАК МЕТОД ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ЦЕН	43
Концевая А.А. Научный руководитель: доцент Макарук Д.Г. ЭМИССИЯ АКЦИЙ БЕЛОРУССКИХ ЭМИТЕНТОВ НА МЕЖДУНАРОДНЫХ РЫНКАХ НА ОСНОВЕ ДЕПОЗИТАРНЫХ РАСПИСОК	47
Концевая А.А. Научный руководитель: доцент Макарук Д.Г. АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ РЫНКА АМЕРИКАНСКИХ И ГЛОБАЛЬНЫХ ДЕПОЗИТАРНЫХ РАСПИСОК	50
Козлова В.А. Научный руководитель: доцент Аверина И.Н. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ БУХГАЛТЕРСКОГО И УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ	54
Козлова В.А. Научный руководитель: доцент Аверина И.Н. ОПТИМИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ НА БАЗЕ 1С	58
Горун Е.В. Научный руководитель: к.э.н., доцент Обухова И.И. ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ХОЗЯЙСТВЕННОГО МЕХАНИЗМА ТУРИСТИЧЕСКОЙ ФИРМЫ.....	62
Боярчук А.В. Научный руководитель: ст. преподаватель Кот Н.Г. ИМИДЖ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ СТОИМОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	66
Боярчук А.В. Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г. ВЫЯВЛЕНИЕ ОПТИМАЛЬНОЙ СТАВКИ НАЛОГА НА ПРИБЫЛЬ ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА	70
Устимчук С.С., Телющенко К.О. Научный руководитель: доцент Мухов С.В. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ТИПИЗИРОВАННЫХ ЭКРАННЫХ ФОРМ MS ACCESS ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СИСТЕМ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ	72
Савельев Е.О. Научный руководитель: к.э.н., доцент Четырбок Н.П. ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	75
Королюк К.В., Конашенкова А.А. Научный руководитель: доцент, к.э.н., Четырбок Н.П. АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ОТРАСЛЕВОЙ СТРУКТУРЫ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА ПОКАЗАТЕЛЬ ЭКСПОРТОЕМКОСТИ.....	80
Черняк М.С., Голуб М.В. Научный руководитель: ст. преподаватель Кацер А.А. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ БРЕСТСКОГО РЕГИОНА.....	84

Клименко В.С. Научный руководитель: ассистент, м.э.н. Цуканова М.В. НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНОВ РБ.....	88
Коваленко Ев.А., Коваленко Ел.А. Научный руководитель: ст. преподаватель Степанюк В.Л. ТИЗЕР-ПЛИЗЕРНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ В ДИРЕКТ-МЕЙЛ	92
Новицкая Е.В., Виноградова И.Ю. Научный руководитель: асс. Цуканова М.В. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ВЫЕЗДНОГО ТУРИЗМА РОССИИ И БЕЛАРУСИ.....	97
Мурина А.А. Научный руководитель: старший преподаватель Клочко Г.Г. НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ СИСТЕМЫ СПУТНИКОВОГО МОНИТОРИНГА В БРЕСТСКОМ РЕГИОНЕ	100
Курилюк С.Н., Парфенюк Д.А. Научный руководитель: к.э.н., доцент Четырбок Н.П. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЭКОНОМИК РОССИИ, БЕЛАРУСИ И КАЗАХСТАНА.....	104
Чагайда О.А., Киптилая А.О. Научные руководители: ст. преподаватель Ермакова Э.Э., ассистент Ковалевич О.А. ОСОБЕННОСТИ ФРАНЧАЙЗИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	107
Диковицкая Д.В., Купцова О.В. Научный руководитель: доцент Медведева Г.Б. МАЛЫЙ БИЗНЕС В ЭКОНОМИКЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ.....	112
Лось А.Н., Ярмошик В.С. Научный руководитель: доцент Медведева Г.Б. СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ ВЕНЧУРНОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ.....	115
Яревич Е.И. Научный руководитель: доцент Зазерская В.В. ТЕХНОЛОГИЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОЙ ПОТРЕБНОСТИ В ОБОРОТНЫХ АКТИВАХ	119
Яревич Е.И. Научный руководитель: доцент Зазерская В.В. ФИНАНСИРОВАНИЕ ОБОРОТНЫХ АКТИВОВ ПРЕДПРИЯТИЯ: АНАЛИТИЧЕСКИЙ ПОДХОД.....	122
Яромич М.В. Научный руководитель: ст. преподаватель Кайдановская Т.В. АНАЛИЗ КЛАСТЕРНЫХ ЭФФЕКТОВ ДЛЯ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	125
Яромич М.В. Научный руководитель: ст. преподаватель Кайдановская Т.В. АНАЛИЗ ПОТЕНЦИАЛА БрГТУ ДЛЯ ВХОЖДЕНИЯ В КЛАСТЕР	128
Новицкая Е.В. Научные руководители: ст. преподаватель Полищук Е.О., доцент Трифонюк А.Ф. ПСИХОЛОГИЯ ИНВЕСТИЦИЙ.....	132

Новицкая Е.В. Научные руководители: ст. преподаватель Полищук Е.О., доцент Трифонюк А.Ф. ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ИНВЕСТИЦИЙ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ	135
Нагурная М.Е. Научный руководитель: к.э.н. Козинец М.Т. ОЦЕНКА И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ).....	138
Нагурная М.Е. Научный руководитель: к.э.н. Козинец М.Т. ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ И АНАЛИЗ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ	142
Шелест В.Г. Научный руководитель: ст. преподаватель Осипчук Н.В. СТРАХОВОЙ РЫНОК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ.....	145
Шаш А.А. Научный руководитель: доцент Зазерская В.В. УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ НА СТАДИИ РАЗРАБОТКИ ПРОДУКТА.....	148
Худайназаров Б.М. Научный руководитель: к.э.н., доцент Обухова И.И. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И ТУРКМЕНИСТАНЕ	151
Хомичук В. Научный руководитель: к.э.н., доцент Обухова И.И. РИСК-МЕНЕДЖМЕНТ НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ	156
Смаль К.Г. Научный руководитель: к.э.н., доцент Юрчик В.И. СОВОКУПНАЯ ОЦЕНКА СТОИМОСТИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА.....	160
Прохоцук Д.Г. Научный руководитель: доцент Макарук Д.Г. МОНИТОРИНГ ПОВЕДЕНИЯ КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЕЙ НА ОСНОВЕ ВЕРОЯТНОСТНОГО ПОДХОДА С ЦЕЛЬЮ ОЦЕНКИ РИСКА НЕВОЗВРАТА КРЕДИТОВ.....	164
Прохоцук Д.Г. Научный руководитель: доцент Макарук Д.Г. МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ПОВЕДЕНИЯ КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЕЙ НА ОСНОВЕ ВЕРОЯТНОСТНОГО ПОДХОДА С ЦЕЛЬЮ ОЦЕНКИ РИСКА НЕВОЗВРАТА КРЕДИТОВ.....	168
Онищук Е.Н. Научный руководитель: ст. преподаватель Черноокая Е.В. ПРИМЕНЕНИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНО-СТОИМОСТНОГО ПОДХОДА К АНАЛИЗУ УЧЕТНОЙ ИНФОРМАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	173
Бердник К.О. Научный руководитель: ст. преподаватель Почко Е.О. ОПТИМИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ЛОГИСТИКИ И МАРКЕТИНГА	175
Бердник К.О. Научный руководитель: ст. преподаватель Почко Е.О. ВЗАИМОСВЯЗЬ МАРКЕТИНГОВЫХ И ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ.....	178

Морозова А.Д. Научный руководитель: доцент Зазерская В.В. ЭТАПЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ.....	181
Морозова А.Д. Научный руководитель: доцент Зазерская В.В. ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ И ПЛАНИРОВАНИЯ БАНКОМ	184
Мельникова Ю.А. Научный руководитель: доцент Макарук Д.Г. ГЧП – НОВАЯ ТЕХНОЛОГИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ	187
Мельникова Ю.А. Научный руководитель: доцент Макарук Д.Г. АНАЛИЗ МИРОВЫХ ГЧП ПРОЕКТОВ	190
Махунова М.А. Научный руководитель: ст. преподаватель Голец О.В. ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	193
Махунова М.А. Научный руководитель: ст. преподаватель Голец О.В. ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ ПРОГНОЗ КАК ОСНОВА ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ	198

СОЦИАЛЬНО-ИСТОРИЧЕСКИЕ И ГУМАНИТАРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

Мороз Д.С. Научный руководитель: профессор Артемьев В.П. СОМАТОМЕТРИЧЕСКИЕ И ГИПОДИНАМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ФИЗИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ МОЛОДЁЖИ 17-18 ЛЕТ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ОБСТАНОВКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	203
Мороз Д.С. Научный руководитель: профессор Артемьев В.П. РАЗВИТИЕ ОСНОВНЫХ ФИЗИЧЕСКИХ КАЧЕСТВ МОЛОДЁЖИ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ УСЛОВИЙ ПРОЖИВАНИЯ.....	205
Романюк К.И. Научный руководитель: Харитонович С.С. МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА.....	208
Кравец К.О. Научный руководитель: доцент Бодак М.С. КОРПОРАТОКРАТИЯ И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА МИРОВУЮ ПОЛИТИКУ	212
Козловский Д.С., Шведовская Д.В. Научный руководитель: к.т.н., профессор Шведовский П.В. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОБЩЕНИЯ СТУДЕНТОВ И ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ В ПЕРИОД ЭКЗАМЕНАЦИОННОЙ СЕССИИ	216

Научное издание

СБОРНИК КОНКУРСНЫХ НАУЧНЫХ РАБОТ СТУДЕНТОВ И МАГИСТРАНТОВ

Часть II

Ответственный за выпуск: **Рубанов В.С.**

Редактор: **Боровикова Е.А.**

Компьютерная вёрстка: **Соколюк А.П.**

Корректор: **Никитчик Е.В.**



Издательство БрГТУ.

Свидетельство о государственной регистрации
издателя, изготовителя, распространителя
печатных изданий № 1/235 от 24.03.2014 г.

Подписано к печати 15.09.2014 г.

Формат 60×84 ¹/₁₆.

Бумага «Performer». Гарнитура «Arial».

Усл. п. л. 13,02. Уч.-изд. л. 14,0.

Тираж 75 экз. Заказ № 748.

Отпечатано на ризографе Учреждения
образования «Брестский государственный
технический университет»

224017, Брест, ул. Московская, 267.