

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БРЕСТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СБОРНИК КОНКУРСНЫХ НАУЧНЫХ РАБОТ СТУДЕНТОВ И МАГИСТРАНТОВ

Часть II

Брест 2007

УДК 624:628:+338:339

Сборник конкурсных научных работ студентов и магистрантов.

Рецензент: директор ИПК ИИК Образцов Л.В., к.т.н.

Сборник охватывает широкий спектр проблемных областей строительства, архитектуры, экономики, машиностроения, ЭВМ и систем, а также общественных и социально-экологических проблем.

Редакционная коллегия: Главный редактор: д.т.н., профессор Тур В.В.
Зам. главного редактора: к.т.н., профессор Шведовский П.В.

Члены редколлегии: к.т.н., доцент Монтик С.В.
к.т.н., доцент Костюк Д.А.
доцент Громик Н.В.
к.э.н., доцент Козинец М.Т.

УДК 624:628:+338:339

ISBN 978-985-493-064-0

© Издательство БрГТУ, 2007

ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО И ИСТОРИКО- КУЛЬТУРНОГО РАЗВИТИЯ

УДК 338.242.4

Аверин А.В.

Научный руководитель: проф. Обухова И.И.

КОМПЛЕКСНЫЙ АНАЛИЗ ТРАНСМИССИОННОГО МЕХАНИЗМА ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ

Денежно-кредитная политика является составной частью экономической политики государства и представляет собой совокупность мероприятий, направленных на изменение денежной массы в обращении, объема кредитов, уровня процентных ставок и других параметров денежно-валютного рынка и рынка ссудных капиталов. Данные мероприятия предпринимаются Правительством в денежно-кредитной сфере в соответствии со стратегической целью достижения стабильного экономического развития, характеризующегося отсутствием инфляции и полной занятостью населения.

Главным субъектом денежно-кредитного регулирования служит государство в лице Национального банка. Политика, проводимая Национальным банком, является составной частью единой государственной экономической политики. Ее основная задача — регулирование предложения денег и стабилизация курса национальной валюты. Процесс разработки денежно-кредитной политики включает в себя 4 этапа. На первом этапе устанавливаются конечные цели денежно-кредитной политики в форме контрольных цифр экономического роста, инфляции, состояния платежного баланса. На втором этапе определяются промежуточные цели денежно-кредитной политики в форме конкретных количественных показателей. К наиболее важным показателям в Республике Беларусь относятся внутренний кредит Национального банка, денежная база, денежная масса, валовые кредиты банков, чистые иностранные активы и чистая эмиссия. На третьем этапе устанавливаются операционные цели денежно-кредитной политики. Определяется круг финансовых показателей, которые регулируются Национальным банком (процентные ставки, обязательные резервы коммерческих банков и т.д.). На четвертом этапе производится отбор прямых и косвенных инструментов денежно-кредитной политики. Прямое воздействие на объект регулирования осуществляется на основе законодательно-правовых и нормативных актов, принимаемых государством, Национальным банком и другими органами финансового управления. Объектом финансового регулирования выступают реальный и финансовый секторы экономики, косвенное воздействие на которые Национальный банк должен обеспечивать посредством использования таких рычагов, как процентная ставка, кредитная политика, валютный курс, налоговая политика, ценовая политика.

Следует сказать, что действующий в Республике Беларусь механизм денежно-кредитного регулирования имеет ряд недостатков, главным из которых является преимущественное использование методов прямого государственного регулирования финансовой сферы. Это приводит к ограничению возможностей Национального банка в реализации денежно-кредитной политики, в то время, как косвенные инструменты служат частью рыночного механизма и способствуют его саморегулированию. Поэтому в настоящее время актуальной является проблема научного обоснования денежно-кредитной политики и совершенствования инструментов ее реализации.

Решение данных задач в современных системах финансового управления производится на основе использования такого понятия, как механизмы трансмиссии денежно-кредитной политики [1, с.35-37]. В экономически развитых странах выявлены несколько каналов трансмиссии. Наиболее традиционным механизмом является канал процентной ставки, который изменяет предельные издержки, возникающие при заимствовании, путем оказания воздействия на денежные потоки ссудного капитала. Этот механизм прямо влияет на величину инвестиций, сбережений и размер совокупного спроса. Канал валютного курса способен воздействовать на совокупный

спрос через изменение чистого экспорта и на совокупное предложение с помощью внутренней стоимости импорта. Канал цены активов отражает динамику стоимости реального и финансового капитала при использовании Национальным банком различных денежно-кредитных инструментов. Канал кредитования оказывает влияние на совокупный спрос и предложение благодаря формированию и распределению ссудного фонда. И, наконец, канал ожиданий, являющийся последним из известных каналов трансмиссии денежно-кредитной политики, связан с теми результатами, которые отображают прогнозы субъектов экономики о будущих параметрах экономики.

В Республике Беларусь, хотя и не очень эффективно, действуют три канала трансмиссионного механизма: кредитный канал, канал валютного курса и канал процентной ставки. Однако конкретные особенности белорусской экономики, в том числе ее значительная долларизация, ограниченность инвестиционных потоков, слабая заинтересованность банков в кредитовании из-за жесткого регулирования государством процентной ставки и другие факторы сильно влияют на результаты трансмиссии. Так, например, недостаточно развитый финансовый рынок ограничивает возможности Национального банка по использованию канала процентной ставки для трансмиссии денежно-кредитной политики, государственное регулирование процессов курсообразования затрудняет использование валютного канала, а такой канал, как канал ожиданий, даже не рассматривается из-за сложности выполнения средне- и долгосрочного финансового прогнозирования [2, с.14-15].

Для подтверждения сказанного выше необходимо выполнить развернутый анализ основных показателей денежно-кредитной сферы по предлагаемому алгоритму (рис. 1).

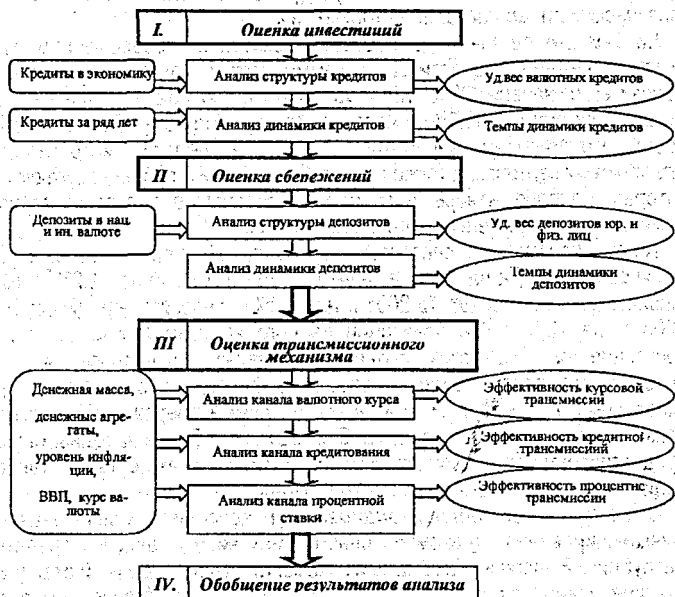


Рис. 1. Схема алгоритма комплексного анализа

С использованием предложенного алгоритма выполним вначале оценку инвестиционной активности субъектов экономики. В рамках первого этапа анализа нами была рассмотрена структура кредитов, определены темпы изменения размеров

кредитования в национальной и иностранной валютах. Это разделение необходимо для последующего выявления взаимосвязи между валютой, кредита и его целевым назначением. Так, за 2005 год в национальной валюте было выдано кредитов на 32% больше, чем в иностранной, при этом за 10 месяцев 2006 года объем кредитования в национальной валюте еще более заметно возрос – на 28%, в иностранной же уменьшился на 1.5%. В результате более интенсивного роста кредитов в национальной валюте произошло изменение структуры кредитования. Если в 2005 году только 59% приходилось на кредиты в белорусских рублях, и, соответственно, 41% - в иностранной валюте, то уже в январе 2006 года кредиты в национальной валюте занимали 63%, а в иностранной - 37%. Это свидетельствует, прежде всего, о том, что в Республике Беларусь снижается уровень долларизации, все большее число людей начинает доверять национальной валюте, замещая ею иностранную. В связи с этим более эффективно действуют такие трансмиссионные механизмы, как механизм процентной ставки, механизм кредитования. Соответственно улучшается состояние внутренней и национальной экономики.

Немаловажным при проведении анализа кредитования является изучение кредитов по целевому назначению, при этом выделяются кредиты, предоставляемые физическим лицам и негосударственному сектору экономики (юридическим лицам). Анализ показал, что наибольший удельный вес в 2006 году занимают кредиты, предоставленные частному сектору – 48%, доля кредитов, выданных физическим лицам, составляет 32%, 20% от общей суммы кредитов, предоставленных государственным и коммерческим предприятиям. В 2005 году структура была практически такой же, но кредиты физическим лицам составляли только 29%.

На 2-м этапе была дана оценка совокупным сбережениям путем развернутого анализа динамики депозитов в коммерческих банках. Он показал, что рублевые депозиты с начала 2006 года увеличились на 32%, главным образом, за счет физических лиц (на 39.6%) и частного сектора (на 38%). Этот рост обусловлен, прежде всего, увеличением заработной платы и пенсий, использованием банковских пластиковых карточек, а также приростом выручки и прибыли субъектов хозяйствования, которая в январе-октябре 2006 года, по сравнению с этим же периодом 2005 года, в номинальном выражении увеличилась на 21%.

Теперь рассмотрим депозиты в иностранной валюте, которые увеличились за 10 месяцев 2006 года на 18%, а за весь 2005 год только на 11.2%, в том числе депозиты физических лиц – на 19% (в 2005 г. на 12.3%), депозиты юридических лиц – на 23.5% (в 2005 г. на 10.8%). На основании данного анализа можно сказать, что финансовое состояние экономических субъектов заметно улучшилось, и у населения, и у юридических лиц появились свободные денежные ресурсы, которые они активно вкладывают в банки. При этом в общей сумме сбережений депозиты в иностранной валюте занимают меньшую часть. Это связано с более выгодными условиями, которые предоставляют банки вкладчикам по рублевым вкладам, а также с укреплением национальной валюты – белорусского рубля.

В рамках 3-го этапа анализа мы проводили исследование эффективности функционирования трансмиссионного механизма денежно-кредитной политики в Республике Беларусь. Как видно из схемы (рисунок 1), данный этап включает в себя три различных вида анализа: **анализ эффективности функционирования валютного канала, канала процентной ставки и канала кредитования.** Следует отметить, что выбор для анализа трансмиссионного механизма этих трех каналов не случаен. Это связано с тем, что два других канала в нашей стране практически отсутствуют [3, с.19-20]. Так, в результате неразвитости финансового рынка такой канал, как канал цены

активов, показывающий влияние денежно-кредитной политики на цены облигаций, акций, недвижимости и других внутренних активов, у нас не функционирует, а канал ожидания вообще не рассматривается. Поэтому для того, чтобы оценить эффективность трансмиссионного механизма, мы подобно рассмотрели три канала, через которые и осуществляется денежно-кредитная политика в нашей стране.

3.1. Первым был проведен **анализ функционирования валютного канала.** Для начала хотелось бы напомнить сам процесс реализации денежно-кредитной политики через этот канал: сжатие денежного предложения ведет к повышению курса национальной валюты, затем вследствие этого происходит снижение стоимости импорта и увеличение стоимости чистого экспорта. В зависимости от взаимодействия этих противоположных результатов объем производства может либо падать, либо увеличиваться. В конечном итоге, изменяющийся валютный курс оказывает воздействие на цены товаров, меняя их либо в сторону увеличения, либо, наоборот, снижая их. При этом степень воздействия зависит от многих факторов, главными из которых являются удельный вес импорта, масштаб и срок ослабления валютного курса, уровень долларизации в стране, фиксация валютного курса национальной валюты к доллару США. В анализируемом периоде наблюдалось увеличение наличных денег, которое, в свою очередь, оказало воздействие на падение курса белорусского рубля и увеличение курса доллара США. В результате этого стоимость импортируемых товаров должна была увеличиться, а, соответственно, величина чистого экспорта уменьшиться. Но с помощью жестких мер государственного регулирования был сокращен объем импортируемых товаров, вследствие чего эффект валютного канала не сработал. Аналогичный вывод можно сделать относительно инфляционного эффекта, измеряемого индексом потребительских цен, который также испытывает на себе влияние валютного канала. Негативное влияние на него со стороны возросшей массы наличных денег в Республике Беларусь было сглажено увеличением ВВП, что привело к снижению индекса инфляции в рассматриваемом периоде.

3.2. Далее в ходе исследования проводился **анализ канала процентной ставки.** Следует напомнить, что данный канал показывает, каким образом изменение денежного предложения вызывает изменения процентных ставок по кредитам и депозитам, воздействуя на инвестиционные решения и совокупное потребление. Но конкретные особенности белорусской экономики и ее жесткое государственное регулирование ограничивают возможности Национального банка по использованию канала процентной ставки для трансмиссии денежно-кредитной политики. Однако следует отметить, что выполненные нами аналитические расчеты отражают четкую тенденцию к увеличению эффективности использования данного канала, и уже к концу 2006 года основные принципы рыночного функционирования данного канала трансмиссионного механизма начинают ясно проявляться.

3.3. На заключительном этапе исследования мы выполнили **анализ функционирования канала кредитования.** Данный канал играет важную роль в странах с высокой степенью регулирования процентных ставок и узким кредитным рынком, на котором доминирует государство. К ним относится и Республика Беларусь, поэтому оценка эффективности данного канала особо важна для нас. Результаты анализа показали, что в рассматриваемом периоде вследствие роста размера наличной денежной массы возросли избыточные резервы коммерческих банков, которые они смогли использовать для увеличения объемов кредитования. Их рост произошел, прежде всего, по причине увеличения кредитов, предоставленных частному сектору, в среднем на 6% за месяц; физическим лицам - на 5% и государственным коммерческим предприятиям - на 1%. Вследствие этого у населения и юридических лиц появились

дополнительные средства, которые были инвестированы в развитие производства. То есть, в конечном счете, посредством канала кредитования правительство смогло увеличивать производственные мощности страны, о чем и свидетельствует стабильный рост ВВП. Таким образом, данный канал функционировал довольно эффективно, и он, наряду с каналом валютного курса, явился важнейшим инструментом денежно-кредитного регулирования.

В заключение следует отметить, что активизация кредитной и депозитной деятельности, укрепление белорусского рубля и рост спроса на него, снижение инфляции и другие выявленные положительные тенденции в финансовой сфере свидетельствуют о взвешенности денежно-кредитной политики Республики Беларусь. Однако, на наш взгляд, для дальнейшего повышения эффективности финансового механизма в нашей стране, необходимо принять меры, направленные на укрепление свободного функционирования таких каналов трансмиссии, как канал процентной ставки и валютного курса.

Литература

1. Банковский вестник. Информационный выпуск. №1, 2007.
2. Банковский вестник. Информационный выпуск. №32/361, 2006.
3. Банковский вестник. Информационный выпуск. №26/355, 2006.

УДК 330.142.212

Борисюк О. А.

Научный руководитель: доц. Слупик Ю. Н.

УЧЕТ ВНУТРЕННЕЙ СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА

Для наиболее наглядного изучения структуры капитала можно использовать исследование Грачева А.В., кандидата экономических наук, финансового директора торгово-производственного холдинга. Исследования состоят в восстановлении взаимосвязи между активами и капиталом, так как причина такого рассогласования, на его взгляд, кроется в неудачном изображении бухгалтерского баланса, в котором активы и капитал показываются без взаимной увязки и отдельно друг от друга.

В качестве основного документа для проведения оценки *финансово-экономического состояния* предприятия традиционно используется *Бухгалтерский баланс*. Если рассматривается *баланс остатков (сальдовый)*, то речь идет о *бухгалтерской форме № 1 «Бухгалтерский баланс»*, а если во внимание принимаются остатки и обороты по счетам, то уже анализируется либо шахматный *бухгалтерский баланс*, либо оборотно-сальдовая ведомость.

Но во всех этих балансах в силу их специфики нет возможности «заглянуть» во внутреннюю структуру собственного и заемного *капитала*, т.е. выделить их денежную и неденежную составляющие, а внутри имущества в денежной и неденежной форме — выделить собственное и заемное.

Причина такого рассогласования, на наш взгляд, кроется в неудачном изображении бухгалтерского баланса, в котором активы и капитал показываются без взаимной увязки и отдельно друг от друга, а поэтому в целях анализа финансово-экономического состояния предприятия взаимосвязь между активами и капиталом необходимо восстановить.

В результате получается такой обобщенный аналитический баланс, в котором имущество по форме (активы) представлено на фоне имущества по содержанию (капитал), а имущество по содержанию (капитал) — на фоне имущества по форме (активы). При этом появившиеся общие элементы накрепко увязывают активы и капитал в силу того, что одновременно входят в состав активов и в состав капитала, а поэтому внутренняя структура капитала становится очевидной [1].

Для решения поставленной задачи рассмотрим сначала существующие проблемы учета внутренней структуры капитала, затем, воспользовавшись средствами бухгалтерского учета, сформируем книгу хозяйственных операций, после чего построим унифицированный аналитический баланс.

1. Проблема учета внутренней структуры капитала

В шахматном бухгалтерском балансе, а вместе с ним и в аналитической финансовой таблице между активами и капиталом постоянно сохраняется зависимость, регулируемая наличием одних и тех же элементов[2].

При этом между активами и капиталом устанавливается определенная сбалансированность. Но эта сбалансированность чисто бухгалтерская, обусловленная способом записи хозяйственных явлений. С точки зрения бухгалтерского учета здесь нет противоречий: если, скажем, оприходованы товарно-материальные ценности, то в балансе предприятия одновременно увеличиваются активы и возникшие обязательства перед сторонними организациями, т.е. в определенной части активов обязательно появляется заемная составляющая. В то же время погашение образовавшейся задолженности, как правило, осуществляется за счет перечисления денежных средств поставщику, что сопровождается уменьшением активов данного предприятия в денежной форме.

В результате одна часть активов увеличивается, а другая часть, наоборот, уменьшается. Что касается капитала, то возникшие обязательства погашаются в той мере, в которой эти обязательства были оплачены. *Ясно, что оплаченные активы становятся собственными, но как это отражается в бухгалтерском учете? Получается, что факт перехода активов из заемных в собственные никак не фиксируется.* Вследствие этого невозможно понять, что у предприятия является собственным, а что заемным, так как из баланса предприятия вытекает только общая сумма собственного капитала и без привязки к конкретным видам активов. Аналогичные рассуждения справедливы и для заемного капитала[1].

В этой связи возникает проблема учета внутренней структуры капитала, поскольку имеется ряд вопросов:

1. В какой форме учитывается заемный капитал в балансе? Ведь за заемной составляющей стоят конкретные товарно-материальные ценности и обязательства. Их форма выражения может быть не только стоимостной, а, что самое главное, натурально-вещественной (товарно-материальные ценности) и денежной (денежные средства и их эквиваленты), но при этом данные формы не находят отражения в бухгалтерском учете.

2. В какой форме погашается заемный капитал? Ответ очевиден — в денежной, что, как правило, и происходит на предприятии. За приобретенные товарно-материальные ценности и услуги со стороны, за привлеченные заемные средства, кредиты банков, начисленную заработную плату и налоги предприятие расплачивается не просто собственными средствами, а, что очень важно, исключительно в денежной форме. Другого здесь быть не может, кроме довольно редких случаев, когда работники предприятия получают оплату труда в виде товарно-материальных ценностей или когда разрешается перечислять налоги в бюджет в натурально-вещественной форме.

Аналогичные вопросы могут быть поставлены и при рассмотрении собственного капитала: взаимосвязи выручки от реализации продукции, основных фондов и прочих активов с сопутствующими затратами, а также финансового результата.

Эти и другие вопросы возникают в связи с тем, что между самой хозяйственной операцией и способом ее отображения в бухгалтерском учете образуется смысловая разрыв, т.е. «несбалансированность» при наличии двойной записи. Причина такой несбалансированности объясняется довольно просто: в бухгалтерском учете предусматривается отражение хозяйственных операций только в стоимостной форме, а поэтому анализ внутренней структуры капитала при таком подходе невозможен.

Следовательно выходом из создавшейся ситуации может стать:

• Такая конкретизация стоимостной формы, что хозяйственные операции приобретают теперь новое наполнение и включают натурально-вещественную, денежную и расчетную формы.

Натурально-вещественная форма (НВФ) используется для учета движения товарно-материальных ценностей (основные средства, нематериальные активы, финансовые вложения, запасы и средства в расчетах).

Денежная форма (ДФ) характерна для описания денежных средств, поскольку подразумевает расчетный счет, кассу и деньги в пути.

Расчетная форма (РФ) применяется в случае отражения таких операций, как начисление износа, переоценка основных фондов, движение уставного капитала и других.

В целом натурально-вещественная и расчетная форма может быть объединена в **неденежную форму (НДФ)**.

• Введение **обменных операций в составе собственного капитала**, которые создают необходимые условия для устранения выявленного смыслового разрыва в шахматном бухгалтерском балансе и главной бухгалтерской книге. С их помощью восстанавливается форма и содержание хозяйственных операций и способ их отражения. В свою очередь, значения итоговых строк и столбцов аналитической финансовой таблицы, построенной уже с учетом обменных операций, не меняются, а меняется только внутреннее содержание этих строк и столбцов так, что вся системность бухгалтерского учета не теряется.

• Формирование **книги хозяйственных операций (КХО)** с обязательным учетом изменений во внутренней структуре собственного капитала.

Отражение движения активов и капитала с помощью обменных операций объективно характеризует внутренние перемещения и смену форм выражения собственного и заемного капитала, откуда становится понятным^[3]:

- на каком этапе имущество было заемным;
- в результате чего произошло изменение структуры имущества;
- как изменился собственный капитал и его составные части — денежная и неденежная форма.

Описание обмена может быть упрощено, если оформить книгу хозяйственных операций, в которой капитал представлен двумя формами (см. табл. 1).

Таблица Книга хозяйственных операций, тыс. руб.

Имущество. Операция	Имущество в НДФ (Индф)	Имущество в ДФ (Идф)	Собственный капитал в НДФ (СКндф)	Собственный капитал в ДФ (СКдф)	Заемный капитал внешний (КЗ)
Получены ТМЦ	1) 1104,0	---	---	---	1) 1104,0
Оплачены ТМЦ	---	2) -1104,0	---	---	2) -1104,0
Обменная операция	---	---	3) 1104,0	3) -1104,0	---
Итого	1104,0	-1104,0	1104,0	-1104,0	---

Особенность книги хозяйственных операций (КХО) заключается в том, что каждая операция одновременно фиксируется и в активе, и в капитале, за исключением обменной операции. Отсюда становится понятным, в какой момент происходит смена форм собственности, а внутри собственного капитала — изменение его внутренней структуры, что явно не видно из бухгалтерского баланса. Другими словами, необходимо рассмотреть полностью книгу хозяйственных операций по всей совокупности задач, помня о том, что обменные операции, хотя и отсутствуют в бухгалтерском учете, но их существование реально, поскольку на их основе регулируется внутренняя структура собственного и заемного капитала. Следует подчеркнуть, что все эти операции хотя тесно и связаны с

бухгалтерским учетом, но не являются чисто бухгалтерскими. Это экономические операции, а поэтому их введение в бухгалтерский учет нецелесообразно, поскольку требуется поиск средств для их описания и изменения Плана счетов[1].

Основная задача КХО — показать движение имущества, дохода и финансовых ресурсов предприятия с учетом обменных операций. Результатом такого анализа является конкретное значение каждого вида капитала с разделением на формы.

Помимо основной информации в КХО содержится справочная информация, которая не влияет на структуру капитала и не изменяет общую величину активов:

- внутренние перемещения, связанные с движением внутри имущества в неденежной форме в составе оборудования, запасов сырья и материалов, незавершенного производства и строительства, включая отгрузку продукции потребителям;
- списание износа при продаже основных средств;
- внутренние перемещения, связанные с движением денежных средств — с расчетного счета в кассу и наоборот;
- внутренние удержания;
- финансовый результат и распределение прибыли по фондам (1554,8 тыс. руб.).

Таким образом, рассмотрев хозяйственные операции за отчетный период, можно с высокой вероятностью получить сведения о структуре собственного капитала — ее денежной и неденежной составляющей, а также построить баланс в статике и динамике.

А поэтому применение книги хозяйственных операций для анализа финансово-экономического состояния предприятия дает возможность видеть движение денежной и неденежной составляющих собственного и заемного капитала, что не предусматривается в бухгалтерском учете. В свою очередь, основным преимуществом такого анализа является привлечение обменных операций, поскольку только на их основе раскрывается внутренняя структура собственного и заемного капитала.

Отсюда вытекает, что книга хозяйственных операций в сочетании с аналитической финансовой таблицей представляет собой надежный инструмент для оценки финансово-экономического состояния предприятия за счет доступности и читабельности

Литература

1. Грачев А.В. Практическая бухгалтерия: создание капитала на предприятии: Учебно-методическое пособие. — М.: ИНФРА-М, 2003. — 576 с.
2. Стражев Н.С. и Стражева А.В. Бухгалтерский учет. - Мн.: Книжный Дом, 2005. 608с.
3. Медведев А.Н., Медведева Т. В. Практическая бухгалтерия: от создания до ликвидации организации: Учебно-методическое пособие. — М.: ИНФРА-М, 2001. — 386 с.

УДК 330.142.212

Борисюк О. А.

Научный руководитель: доц. Сланик Ю. Н.

ПРОБЛЕМЫ СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ БЕЛАРУСИ

Использование мирового опыта ведения бухгалтерского учета позволяет сформировать прозрачную и достоверную информацию о деятельности организаций. В связи с этим изучение опыта учета и отчетности, накопленного в развитых странах, имеет важное значение.

Среди объектов бухгалтерского учета особое место занимает собственный капитал, формируемый в начале деятельности предприятия и пополняемый, а также наращиваемый в течение всего периода ее работы. Увеличение собственного капитала является важнейшей задачей деятельности предприятия.

Сущность капитала как экономической категории учеными различных стран начала исследоваться давно. Эти исследования велись на протяжении нескольких веков практически постоянно. Существующие за рубежом теории оценки стоимости предприятий и их активов имеют многовековую историю. В частности, правила экспертной оценки предприятий по продажной рыночной стоимости были разработаны известным немецким ученым - математиком Г. Лейбницем еще в XVIII веке. Первые упоминания об оценке как методе бухгалтерского учета и рекомендации по его использованию при учете в продажных ценах и по себестоимости появились еще раньше - в XVI веке в трудах основоположников бухгалтерского учета Л. Пачоли и А. ди Пиетро. Сложившиеся за рубежом традиции и основные подходы, не только суммирование затрат по конкретному имущественному объекту в денежном выражении, но и множество других весьма интересных методов, вполне могут быть применимы для проведения оценки капитала предприятия в современных белорусских условиях. Таким образом, решение теоретических проблем оценки капитала и имущества предприятия является актуальным не только для сугубо научных целей, но и для практики. Поскольку от степени обоснованности суждений по этим вопросам во многом зависит полнота и объективность реализации материальных интересов отдельных субъектов имущественных отношений, а именно: собственников, покупателей, продавцов, инвесторов и др., а также самих предприятий. При этом важно отметить, что роль и значение оценки, методы ее проведения на различных этапах существования предприятия имеют свои специфические особенности.

В результате, к настоящему времени вопросы теории формирования, оборота и движения капитала, современными специалистами изучается обстоятельно. Зачастую капитал рассматривается лишь как нечто производное, имеющее второстепенную роль. А на первое место выносятся процесс деятельности предприятия. В этом случае принимается роль капитала, а ведь именно капитал является основой возникновения и деятельности предприятия[1].

В Республике Беларусь имеются свои подходы к пониманию «капитал». Собственный капитал в Республике Беларусь отражается в двух формах бухгалтерской отчетности — *Бухгалтерском балансе* и *Отчете о движении источников собственных средств*. В нынешних законодательно регулируемых документах, касающихся бухгалтерской отчетности и Типового плана счетов, в бухгалтерском учете напрочь отсутствует термин «капитал», а присутствует термин «фонд». На наш взгляд, понятие «фонд» является более узким. Фонд характеризуют, какими расходами полученный субъектом хозяйствования доход будет зачтен. Капитал же характеризует то, в результате какой финансово-хозяйственной деятельности доход образовался.

В учебных пособиях понятие **фонд** (франц. *fond*, от лат. *fundus* - **основание**) рассматривается в значениях: 1) ресурсы и запасы; материалы и денежные средства, используемые предприятием; 2) источники средств, имеющие определенный порядок образования и использования.

Капитал (от лат. *capitalis* - **главный**) – ресурсы, созданные человеком, используемые для производства товаров и услуг, приносящие доход. Капитал выступает в виде денежного капитала и реального капитала. *На уровне предприятия капитал* — вся сумма материальных благ (вещей и денежных средств), используемых в производстве, делится на основную и оборотный[2].

Проведем сравнение трактовки понятия «капитал» в Республике Беларусь, Российской Федерации и Украине (табл. 1).

Сравнительная характеристика подходов к понятию «капитал» в учете РБ, РФ и

Украине

Республика Беларусь	Российская Федерация	Украина
Определение понятия «капитал»		
Активы организации за вычетом всех ее обязательств	Активы хозяйствующего субъекта за вычетом обязательства перед третьими лицами.	Чистые активы равны активам организации за вычетом всех ее обязательств

Можно заметить, что суть капитала во всех странах имеет идентичное сходство (так как приближены к МСФО), т.е.:

Капитал – это активы организации за вычетом всех ее обязательств[3].

Структура капитала в РБ и РФ в отличие от Украины имеет большее сходство между собой (табл. 2).

Республика Беларусь	Российская Федерация	Украина
Структура капитала		
2.1 Уставный фонд	2.1 Уставный капитал	2.1 Уставный капитал
2.2 Резервный фонд	Складочный капитал	Паевой капитал
2.3 Добавочный фонд	2.2 Резервный капитал	2.2 Резервный капитал
2.4 Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	2.3 Добавочный капитал	2.3 Дополнительный капитал
2.5 Целевое финансирование	2.4 Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	2.4 Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)
	2.5 Целевое финансирование	2.5 Целевое финансирование и целевое поступление
		2.6 Изъятый капитал
		2.7 Дополнительно вложенный капитал

1. Уставный фонд в Беларуси и Уставный капитал в России – совокупность вкладов учредителей (собственников) в имущество при создании предприятия для обеспечения его деятельности в размерах, определенных учредительными документами. Это стартовый капитал и фонд для производственной деятельности с целью получения в дальнейшем прибыли.

Для каждой из трех стран существуют нормативно установленные минимальные размеры, например, в Беларуси выражены в евро, в России приближены к минимальному размеру оплаты труда, в Украине в размере минимальной заработной платы.

Уставный капитал России формируется у хозяйственных обществ имеющих устав. Помимо Уставного капитала имеется еще и складочный капитал. Формируется у организаций, у которых по законодательству устава нет (имеется только учредительный документ): полное и командитное товарищество.

ОАО – не менее 1000-кратной суммы минимального размера оплаты труда на дату его регистрации; ЗАО – не менее 100-кратной суммы МРОТ[6].

Уставный капитал Украины у акционерного общества формируется за счет эмиссии и продажи акций, а у других обществ – за счет взносов его учредителей. Сумма, которая на дату регистрации предприятия объявлена, но фактически не внесена учредителями, представляет собой **неоплаченный капитал** предприятия. Невнесенные средства учредителей (участников) уменьшают реальный размер уставного капитала и в пассиве баланса отражаются в скобках, что означает необходимость вычитания от итога за разделом.

Паевой капитал – совокупность добровольно размещенных средств физических и юридических лиц в его хозяйственной деятельности. Формируется за счет сумм паевых взносов.

В соответствии с действующим законодательством Уставного капитала формируется у ООО, командитного общества и полного товарищества, ОАО в размере 100 минимальных заработных плат, у акционерного общества – 1250 минимальных заработных плат[4].

2. Резервный фонд для всех трех стран несет одну и ту же функцию. Запасной финансовый источник, который создается как гарантия бесперебойной работы предприятия и соблюдения интересов третьих лиц. Чем больше Резервный капитал, тем большая сумма убытков может быть компенсирована.

Образование резервного капитала для Беларуси и России схожи в том, что могут носить обязательный (законодательный характер) и добровольный характер (в учредительных документах или учетной политике).

В обязательном порядке в Беларуси, устанавливается для предприятий с иностранными инвестициями. В России, для акционерного общества и предприятий с иностранными инвестициями. Размер Резервного капитала в России не менее 15% от Уставного капитала. А для предприятий с иностранными инвестициями - 25%. На Украине обязательен только для хозяйственных обществ, в размере, установленном учредительными документами, но не менее 25% от Уставного капитала.

3. В Беларуси, России, Украине Добавочный фонд образуется за счет переоценки основных средств, в сторону увеличения их стоимости или за счет безвозмездного поступления различных активов от юридических или физических лиц. Состоит из эмиссионного дохода, то есть дохода, полученного от размещения акций собственной эмиссии по ценам, которые превышают номинальную стоимость.

4. Нераспределенная прибыль в Беларуси, России и Украине - прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия после уплаты в бюджет. Эта чистая прибыль, которая не была распределена в виде дивидендов между акционерами организации. Распределяется по усмотрению предприятия на развитие производства, материальное поощрение работников, создание фондов. Финансовым результатом предприятия являются прибыль или убыток. Прибыль используется после обязательных платежей в бюджет, а при убытках возникает необходимость изыскания источников его покрытия.

5. Целевое финансирование для трех стран предназначается для покрытия расходов, связанных с деятельностью амортизационного фонда, фонда потребления, фонда социальной сферы.

6. Изъятый капитал - стоимость акций собственной эмиссии, которые на данный момент не размещены среди акционеров. Изъятый капитал не влияет на сумму собственного капитала. Он показывает, что капитал принадлежит предприятию, но не закреплен за конкретным физическим лицом (акционером). Изъятый капитал должен быть продан либо аннулирован[4].

7. Дополнительно вложенный капитал.

Усовершенствования:

Целесообразно (для усиления контрольной функции) к статье «Уставный фонд» выделить отдельную корректировочную статью «Неоплаченный уставный фонд (непросроченный)». С экономической точки зрения, неоплаченный уставный фонд регулирует сумму уставного фонда, что позволяет судить о потенциале ответственности организации.

Следует также ввести в бухгалтерской отчетности показатель «Отчисления в резервный фонд» — для полной и всесторонней характеристики изменений в источниках собственных средств, а также для контроля за конкретными суммами отчислений. Данный показатель не влияет на общую величину источников средств организации, поскольку сумма отчислений в этот фонд увеличивает резервный фонд и на эту же сумму уменьшается нераспределенная прибыль. Согласно зарубежному опыту, в части резервного фонда следует отдельно выделить статью «Отложенные налоги».

При наличии в пассиве баланса статьи «Собственные акции (доли), выкупленные у акционеров», целесообразно в Отчете о движении источников собственных средств выделять такие статьи, как «Дополнительный выпуск акций» и «Увеличение номинальной стоимости акций», которые бы отражали величину увеличения уставного капитала за счет, соответственно, дополнительно выпускаемых акций и увеличения номинальной стоимости акций. Закономерно также (исходя из вышеизложенного) появление статей «Уменьшение количества акций», «Уменьшение номинальной стоимости акций». Статью «Доход на акцию начисленный», выделенную в Отчете, следует перенести в его I раздел, так как данная статья тоже увеличивает сумму источников собственных средств.

Согласно Закону «О бухгалтерском учете и отчетности», который предписывает формировать полную и достоверную информацию о деятельности организации и ее имущественном положении, необходимо отражать изменения источников собственных средств в отчетности при выявлении на дату составления бухгалтерской отчетности с учетом курсовых разниц, связанных с формированием уставного капитала. Следовательно, необходимо ввести в отчетность статью «Разница от пересчета иностранных валют».

Чтобы иметь полную картину о движении собственного капитала в организации, следует учитывать изменения в ее учетной политике.

Показатель «Изменения в учетной политике» оказывает влияние на величину нераспределенной прибыли (непокрытого убытка) организации. Поэтому изменения в учетной политике должны быть оценены в денежном выражении и отражены в бухгалтерской отчетности. Иначе говоря, сумма нераспределенной прибыли (непокрытого убытка) предыдущего года должна быть приведена в сопоставимый вид с нераспределенной прибылью (непокрытым убытком) отчетного года, исходя из предположения, что новая учетная политика будто бы уже применялась и в предыдущем году. Указанная корректировка (увеличение или уменьшение нераспределенной прибыли (непокрытого убытка)) делается внесистемно (без бухгалтерских проводок), поэтому не будет тождества данного показателя в бухгалтерском балансе и Отчете о движении источников собственных средств [1].

Литература

1. Парамонов А.В. «Учет и анализ предпринимательского капитала» // Аудит и финансовый анализ. - 2001. - № 1.
2. Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Ин-т новой экономики, 1997. — 864 с.
3. Морозова Ж.А. Международные стандарты финансовой отчетности. — М.: Бератор-Пресс, 2002. — 256 с.
4. Положения (стандарт) бухгалтерського обліку 2 «Баланс», затверджено Наказом Міністерства фінансів України від 31.03.1999р. №87//Все о бухгалтерском учете. - 23.04.2001. - № 37.
5. Задоя А.О., Ткаченко І.П. «Структура та функції сучасного фінансового Ринку» // Фінанси України №5, 1999.
6. Медведев А.Н., Медведева Т. В. Практическая бухгалтерия: от создания до ликвидации организации: Учебно-методическое пособие. — М.: ИНФРА-М, 2001. — 386 с.

УДК 338.24

Бусько Е.Е.

Научный руководитель: ст. препод. Макарук Д.Г.

ВЛИЯНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА НА ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Важнейшими задачами современной практики управления являются выработка и исполнение решений, направленных на достижение финансово-экономической устойчивости и эффективности функционирования предприятия. Решение данных задач требует от руководителей, менеджеров и организаторов производства не только высокой компетентности и опыта в конкретных сферах производственной деятельности, но и умения экономически правильно, адекватно оценить и в реальном режиме времени реагировать как на динамические внешние условия развития экономических процессов, так и на смену режима функционирования предприятия. Для оказания помощи руководству в

планировании, контроле и принятии решений необходимо осуществлять сбор и предоставление полезной информации.

Сбором, регистрацией, обобщением и предоставлением информации о хозяйственной деятельности организации и ее структурных подразделений для осуществления планирования, контроля и управления этой деятельностью занимается управленческий учет.

Таким образом, можно сказать, что наличие на предприятии системы управленческого учета и эффективное ее функционирование оказывает непосредственное влияние на результаты функционирования предприятия.

В рамках исследования было проанализировано финансовое состояние ОАО «Брест-маш», которое занимается производством оборудования для мясомолочной промышленности, комплектующих для газовых и электроплит, а также металлических конструкций для строительной отрасли.

На рассматриваемом предприятии нет специализированной службы управленческого учета. Функции управленческого учета выполняют работники различных структурных подразделений.

Проанализировав финансовое состояние предприятия за 2005 и 2006 года, были получены следующие результаты.

Рентабельность продукции в 2006 году по сравнению с 2005 увеличилась, что говорит об увеличении эффективности текущих затрат. Все остальные показатели рентабельности (рентабельность предприятия, рентабельность продаж, рентабельность собственного капитала, рентабельность активов) уменьшились (Таблица 1). Это связано со значительным уменьшением операционных доходов и увеличением операционных и внереализационных расходов.

Таблица 1. Анализ показателей рентабельности предприятия

Наименование показателя	Значение, %		Изменение, %
	2005г.	2006г.	
1. Рентабельность продукции	9,76	12,86	3,10
2. Рентабельность предприятия	5,57	5,43	-0,14
3. Рентабельность продаж	7,76	6,09	-1,67
4. Рентабельность собственного капитала	2,89	2,71	-0,18
5. Рентабельность активов	2,44	2,20	-0,24

На предприятии в 2005 году 85%, а в 2006 году 81% активов сформированы за счет собственных средств предприятия. 15% и 19% активов предприятия за 2005 и 2006 года соответственно сформированы за счет заемных ресурсов краткосрочного характера.

Важным показателем, который характеризует финансовое состояние предприятия и его устойчивость, является обеспеченность материальных оборотных средств плановыми источниками финансирования.

На анализируемом предприятии материальные оборотные активы на 2005 год были обеспечены плановыми источниками финансирования на 142,4%, а на 2006 год — 91,9% (Таблица 2).

Таблица 2. Определение уровня обеспеченности

Показатели	2005	2006
1. Сумма материальных оборотных активов, включая товары отгруженные и расчеты с покупателями и заказчиками	5265,5	6444,5
2. Плановые источники формирования	7500,5	5922
3. Сумма собственного оборотного капитала	2088	2708
4. Краткосрочные кредиты банков под товарно-материальные ценности	1041,5	1704
5. Авансы, полученные от покупателей	3658	492
6. Нормальная задолженность поставщикам	713	1018
7. Уровень обеспеченности, %	142,4	91,9

Таким образом, состояние ОАО «Брестмаш» в 2005 году можно отнести к абсолютно устойчивому, так как плановые источники финансирования превышают запасы и затраты, а в 2006 году – к неустойчивому.

Оценка платежеспособности предприятия в краткосрочной перспективе производится при помощи показателей ликвидности активов (Таблица 3).

Таблица 3. Анализ показателей ликвидности

Показатели	2005	2006	Изменение
1. Оборотные активы	6016,5	7706,5	1690
2. Расходы будущих периодов	-115	-127,5	-12,5
3. Дебиторская задолженность	834	1269	435
4. Краткосрочные финансовые вложения	130,5	227,5	97
5. Денежные средства	66,5	117,5	51
6. Краткосрочные обязательства	1041,5	1704	662,5
7. Доходы будущих периодов	15	3,5	-11,5
8. Фонды потребления	-	-	-
9. Резервы предстоящих расходов и платежей	-	0,5	0,5
10. Коэффициент текущей ликвидности	1,53	1,54	0,01
11. Коэффициент быстрой ликвидности	0,27	0,32	0,05
12. Коэффициент абсолютной ликвидности	0,05	0,07	0,02
13. Доля денежных средств и краткосрочных финансовых вложений в оборотных активах	0,0327	0,0448	0,0121

На анализируемом предприятии значение коэффициента текущей ликвидности выше нормативного. Это говорит о том, что превышение активов над пассивами обеспечивает резервный запас для компенсации убытков, которые может понести предприятие при размещении и ликвидации всех текущих активов, кроме денежной наличности. Коэффициент быстрой и коэффициент абсолютной ликвидности ниже нормативного значения. Это говорит о недостаточности абсолютно ликвидных и быстрореализуемых активов для покрытия текущих пассивов. Нужно также отметить тенденцию увеличения ликвидности активов предприятия. Немаловажным показателем является коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами. На 2005 и на 2006 года его значение составило 0,35. Это выше установленного норматива, что указывает на то, что предприятие в состоянии финансировать свою деятельность за счет собственного оборотного капитала.

Таким образом, можно сделать вывод, что основными недостатками деятельности предприятия на 2006 год является значительное увеличение операционных и внереализационных расходов. В то же время на предприятии наблюдается увеличение ликвидных активов, а также ускорение оборачиваемости капитала.

На улучшение финансового состояния предприятия большое значение оказывает эффективное осуществление контроля над издержками; планирование и контроль выполнения бюджета (как отдельными центрами затрат, так и по предприятию в целом); перспективное планирование и координация развития предприятия в будущем на основе анализа и оценки фактических результатов деятельности; оперативный контроль и оценка деятельности внутренних подразделений и предприятия в достижении цели. Все эти функции выполняет управленческий учет.

На финансовое состояние предприятия влияют оперативные управленческие решения руководителей предприятия. Как известно, при осуществлении текущего планирования, контроля, а также принятия оперативных управленческих решений руководитель должен иметь качественную информацию. При отсутствии таковой, либо при замедлении процесса ее предоставления руководители в процессе выполнения своих обязанностей могут совершать ошибки.

Таким образом, можно сделать вывод, что все вышеперечисленные функции управленческого учета влияют на финансовое состояние предприятия и при эффективной организации системы управленческого учета могут улучшать финансовые результаты деятельности предприятия.

Осуществив внедрение управленческого учета, предприятие получит эффективную систему по сбору, регистрации, обобщению и предоставлению информации, необходимую ему для эффективной деятельности.

Литература

1. Ивашкевич В.Б. Бухгалтерский управленческий учет: Учебник для вузов. – М.: ЮРИСТЪ, 2003. – 618 с.
2. Керимов В.Э. Управленческий учет: Учебник. – М: Изд. центр «Маркетинг», 2002. – 268 с.
3. Управленческий учет: Учеб. пособие / Под ред. А.Д.Шеремета. – М.: ФКК-ПРЕСС, 1999. – 872 с.

УДК 336.717.6

Вальская Е. А.

Научный руководитель: доц. БУАи А, магистр экономики Слапик Ю.Н.

ФАКТОРИНГОВЫЕ ОПЕРАЦИИ КАК СПОСОБ ОПТИМИЗАЦИИ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ

Организации Республики Беларусь имеют многообразные экономические связи с другими субъектами хозяйствования, непосредственно вступая с ними в расчеты. Однако зачастую происходит так, что между партнерами возникает дебиторская задолженность.

Дебиторская задолженность может быть определена как — 1) счета, причитающиеся к получению и образующиеся обычно в связи с поставками в кредит, 2) сумма долгов; причитающихся организации или учреждению от юридических или физических лиц в итоге хозяйственных взаимоотношений с ними [1].

Нормальной считается дебиторская задолженность, возникшая в связи с установленной системой расчетов, срок погашения которой не наступил. Выделяют также просроченную задолженность, т.е. срок оплаты по которой уже наступил. Еще существует понятие безнадежной задолженности, т.е. нереальной к взысканию [2]. Состояние дебиторской задолженности в Беларуси в 2005-2006 годах представлено на рис. 1 и рис. 2.



Рис. 1 Состояние дебиторской задолженности на 1 января 2005 г.



Рис 2 Состояние дебиторской задолженности на 1 января 2006 г.

Рис. 1 и 2 показывают, что наибольший удельный вес в общей сумме дебиторской задолженности приходится на Минскую, Витебскую и Гомельскую области. Изучив данные о состоянии дебиторской задолженности на 1 января 2005 и 1 января 2006 года, можно заметить, что доля просроченной задолженности снизилась в 2006 году по сравнению с 2005 годом. Однако в Брестской области доля просроченной дебиторской задолженности увеличилась по сравнению с предыдущим годом. В целом по Республике Беларусь за этот период объем дебиторской задолженности увеличился с 12712 млрд. руб. до 15008,8 млрд. руб., что составило 18,07 %. На рисунке 3 показана доля просроченной задолженности в общем объеме дебиторской задолженности. Следует отметить, что эта доля снизилась с 29,81% до 26,41%, т.е. на 3,4% в целом по Беларуси за рассматриваемый период [3, 4]

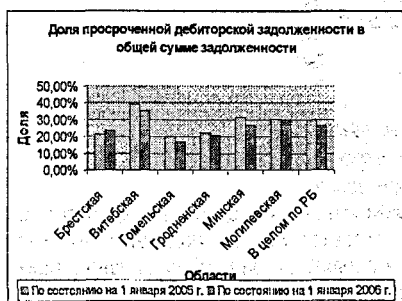


Рис. 3 Доля просроченной дебиторской задолженности в общей сумме задолженности в 2005 – 2006 годах

Наличие дебиторской задолженности, а тем более ее рост ведут к возникновению потребности в дополнительных источниках средств, ухудшают финансовое состояние предприятия.

Основными способами погашения дебиторской задолженности являются:

1. Выставление платежного требования дебитору.
2. Составление акта сверки расчетов.

Таким образом, предприятие не может функционировать изолированно от других предприятий, вследствие чего возникают различные проблемы в сфере расчетов с поставщиками, покупателями и прочими дебиторами и кредиторами. Для урегулирования проблемы наличия дебиторской задолженности необходимо использовать различные финансовые инструменты. Одним из наиболее эффективных инструментов, на наш взгляд, в этой ситуации является **факторинг**.

В факторинговой операции участвуют **три стороны**:

1) **Фактор** - банк, небанковская кредитно-финансовая организация, являющиеся таковыми в соответствии с законодательством Республики Беларусь и имеющие соответствующую лицензию Национального банка, предоставляющую право осуществлять финансирование под уступку денежного требования (факторинг) в валюте факторинга;

2) **Кредитор** - предприятие, отгрузившее продукцию (выполнившее работы, оказавшее услуги);

3) **Должник** - предприятие, которому кредитор отгрузил продукцию (выполнил работы, оказал услуги).

Суть факторинга состоит в том, что фактор приобретает у кредитора право на взыскание долгов и частично оплачивает этим кредитором требования к их должникам, то есть возвращает долги в размере от 70 до 90% долга, до наступления срока их оплаты должником. Остальная часть долга за вычетом процентов возвращается кредиторам после погашения должником всего долга. Договор факторинга может заключаться по поводу как одного денежного обязательства, так и ряда денежных обязательств, в том числе и тех, которые могут возникнуть в будущем, в частности, однородных денежных обязательств по получению оплаты за поставленный товар.

За осуществление финансирования под уступку денежного требования (факторинга) фактор получает вознаграждение (плату) в виде дисконта. Под дисконтом понимается разница между суммой денежного обязательства должника и суммой, выплачиваемой фактором кредитору.

Факторинговые операции можно классифицировать по следующим признакам:

1. По месту проведения

- ◆ Внутренние
- ◆ Международные

2. По условиям платежа:

- ◆ Открытый
- ◆ Закрытый

3. По форме заключения договора:

- ◆ Без права регресса
- ◆ С правом регресса

Правовой основой взаимоотношений фактора с кредитором является договор факторинга, заключенный в соответствии с законодательством Республики Беларусь [5]

Развитие факторинга в первую очередь обусловлено рядом преимуществ факторинговых операций перед банковским кредитованием.

Осуществлению факторинговой сделки предшествует серьезная аналитическая работа банка - изучение финансового состояния потенциального клиента (на основе представленного баланса предприятия и его отчета о прибылях и убытках), сферы его деятельности, вида реализуемой продукции, конъюнктуры рынка.

История факторинга как правового явления исследователями данного вопроса описывается по-разному. Одни считают факторинг проявлением современного капиталистического права, указывая на то, что он возник лишь в 30-х гг. XX века в США, другие находят отдельные черты и в Римской Империи, и в эпоху царя Хаммурапи; 4000 лет до н.э., когда торговцы применяли его в своей деятельности. Факторинг начал активно развиваться в Англии в 14 веке, что было непосредственно связано с развитием текстильной промышленности. Однако бурное развитие факторинговой деятельности наблюдается в Северной Америке лишь во второй половине XIX века. В СССР факторинг был внедрен в 1988 г. в качестве эксперимента Промстройбанком и Жилсоцбанком [6].

В Республике Беларусь имеются все необходимые условия и предпосылки для применения факторинговых операций при осуществлении сделок между субъектами хозяйствования как внутри страны, так и на международной арене. Наиболее перспективной сферой применения факторинговых операций как в Республике Беларусь, так и за рубежом является производство продуктов питания или товаров повседневного спроса, а также сфера услуг.

Для того чтобы объективно оценить особенности факторинга и перспективы его применения на белорусских предприятиях, рассмотрим проблемы проведения факторинговых операций на примере Республики Беларусь, России и Украины. В результате проведенных исследований можно выделить как общие, так и специфические для каждой страны факторы, замедляющие развития этого вида услуг.

Общие:

1. Подмена понятия факторинга.
2. Стоимость факторинга значительно выше кредита.
3. Недостаточность опыта, технологий, квалификации персонала.
4. Доминирование сделок с условием регресса.
5. Падение доходности операций в банке, вследствие недостаточной автоматизации.
6. Проведение факторинговых операций универсальными банками, а не специализированными организациями.
7. Недостаточно развитая нормативная база.
8. Необходимость лицензирования.

Основные проблемы на Украине:

1. На Украине скрытый факторинг запрещен нормами Гражданского и Хозяйственного кодексов.
2. Недостаточная развитость среднего бизнеса, который более всего нуждается в оборотных средствах.

Основные проблемы в России:

1. На долю единственных двух специализированных факторинговых компаний (Национальной факторинговой компании и группы «Еврокоммерц») приходится существенно больше 50% от общего объема российского рынка факторинга, что вызвано несоответствием законодательства.
2. При работе со страховщиком снижается мотивация фактора к тщательному отбору клиентов.

Основные проблемы в Республике Беларусь:

1. Проведение факторинговых операций под залог, что делает кредит более предпочтительным.
2. Взыскание задолженности в случае с факторингом осуществляется по четвертой группе очередности, а для кредитов — по второй.

В международном факторинге существенная роль принадлежит экспортному факторингу, который представляет собой продажу экспортером своему фактору краткосрочных дебиторских задолженностей (обычно до 60-90 дней) по экспорту. Обычно фактор заключает с экспортером договор на покупку экспортных долгов всех покупателей в одной или нескольких странах экспорта. При этом, обслуживая своих клиентов-экспортеров, факторинговые компании (экспорт-факторы) часто действуют совместно с иностранными факторинговыми компаниями, функционирующими в странах импорта (импорт-факторами). Импорт-факторы помогают экспорт-факторам получать информацию о существующем или потенциальном дебиторе в своей стране, обеспечивать страхование риска неплатежа иностранного дебитора, взимать дебиторскую задолженность и т.д. [7,8,9]

Объем факторинговых операций в Беларуси, России и Украине, как и во всем мире, неуклонно растет. Для развития факторинговых операций в Республике Беларусь, на наш взгляд, необходимо:

1. Разработать единую методику отражения операций на счетах бухгалтерского учета;
2. Формировать законодательство по правовому обеспечению факторинга;
3. Информировать менеджеров о преимуществах таких операций;
4. Внести нормативные статьи в Налоговый Кодекс РБ, которые регулировали бы налогообложение факторинговых операций;
5. Обеспечить подготовку высококвалифицированного персонала в этой области;
6. Обеспечить автоматизацию факторинговых операций в соответствии с международным опытом и требованиями.

Литература

1. <http://glossary.bank24.ru/glossary/char.%C4/word.1578/>
2. «Главный бухгалтер», 2005 г. - №12
3. Статистический сборник «Регионы Республики Беларусь 2005 (Стат. Сб.) Минстат Республики Беларусь-Минск, 2005-783 с.
4. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2006 (Стат. Сб.) Минстат Республики Беларусь-Минск, 2006.-615 с.
5. Гражданский Кодекс Республики Беларусь
6. http://www.raexpert.ru/researches/credit_org/factoring/part2/
7. http://www.uabanker.net/daily/2006/05/052406_1510.shtml
8. <http://bo.bdc.ru/2006/3/factoring.htm>
9. <http://www.bdm.ru/arhiv/2000/10/47-48.html>

УДК 336.717.6

Вальская Е.А.

Научный руководитель: доц., магистр экономики Сланик Ю.Н.

ПОРЯДОК ОТРАЖЕНИЯ ФАКТОРИНГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ

На сегодняшний день основной проблемой бухгалтерского учета факторинговых операций является то, что до сих пор в Республике Беларусь не создана достаточная нормативная база для единой методики учета. Однако следует отметить, что существуют Правила бухгалтерского учета финансирования под уступку денежного требования (факторинга) в банках Республики Беларусь, которые устанавливают единый порядок отражения в бухгалтерском учете банков и небанковских кредитно-финансовых организаций Республики Беларусь операции факторинга [1].

На методику бухгалтерского учета у фактора - небанковской кредитно-финансовой организации - влияют следующие особенности договора факторинга:

- 1) к фактору от кредитора переходит имущественное право требования денежных средств от должника;
- 2) за полученное право требования фактор уплачивает кредитору сумму денежного обязательства должника, уменьшенную на сумму дисконта. Право требования отражается в учете фактора в виде фактически уплаченной суммы согласно ст. 11 Закона «О бухгалтерском учете и отчетности»;
- 3) фактор приобретает право на все денежные суммы, которые он получает от должника в результате исполнения требования, причем полученная сумма может быть равной, больше или меньше суммы долга должника кредитору. Сумма дисконта в составе полученного платежа является для фактора выручкой в результате исполнения денежного требования должником. [2].

Порядок учета и налогообложения факторинговых операций зависит от вида факторинга.

При **ОТКРЫТОМ ФАКТОРИНГЕ** на порядок бухгалтерского учета и налогообложения будет также влиять условие регресса.

Договор факторинга с правом регресса

При методе учета реализации по моменту отгрузки схема бухгалтерских проводок в случае открытого факторинга с правом регресса будет следующей:

Дебет	Кредит	Сущность операции
62	90	отражение выручки и формирование дебиторской задолженности покупателя (заказчика) за отгруженные ему товары (работы, услуги);
90	43,41,20	списание учетной стоимости реализованной продукции (товаров, работ, услуг);
51,52	66	поступление денежных средств на расчетный (валютный) счет по договору факторинга за вычетом дисконта;
26,44	76	отражение суммы дисконта, причитающейся фактору.

Оплата услуг банков по осуществлению факторинговых операций относятся к элементу "Прочие затраты" в составе себестоимости продукции (работ, услуг). Таким образом, предприятие может приобрести основные средства за счет собственных средств, получив посредством факторинга своевременное финансирование такого приобретения;

Дебет	Кредит	Сущность операции
76	62	погашение должником (покупателем, заказчиком) своей задолженности за отгруженный ему товар (поступление денежных средств фактору)
66	76	закрытие задолженности по договору факторинга

При методе учета реализации по моменту оплаты бухгалтерские проводки в случае открытого факторинга с правом регресса будут следующими:

Дебет	Кредит	Сущность операции
45	43,41,20	отгрузка продукции (товаров, работ, услуг)
51,52	66	зачисление денежных средств на расчетный (валютный) счет по договору факторинга за вычетом дисконта
26,44	76	отражение суммы дисконта, причитающейся фактору
76	90	погашение должником (покупателем, заказчиком) своей задолженности за отгруженный ему товар (поступление денежных средств фактору)
66	76	закрытие задолженности по договору факторинга
90	45	списание учетной стоимости реализованной продукции (товаров, работ, услуг)

По договору факторинга с правом регресса выручка от реализации при методе ее определения "по оплате" отражается в момент погашения должником задолженности (Д-т 76 - К-т 90). В этот же момент определяется дата фактической реализации для исчисления налога на добавленную стоимость.

До 1 мая 2003 г. факторинг выгодно было применять с целью перенесения срока уплаты НДС. С 1 мая 2003 г. дата фактической реализации объектов для исчисления налога определяется как приходящийся на налоговый период (каждый календарный месяц):

♦ либо, если в соответствии с учетной политикой выручка определяется по отгрузке объектов, день отгрузки объектов и предъявления покупателю (заказчику) расчетных документов;

♦ либо, если в соответствии с учетной политикой выручка определяется по оплате отгруженных объектов, день зачисления денежных средств от покупателя (заказчика) на счет налогоплательщика, но не позднее 60 дней со дня отгрузки объектов покупателю. При этом в случае, когда условиями платежа по договору факторинга предусмотрено право регресса, днем зачисления денежных средств является день погашения уступленных денежных требований плательщиком (должником) (см. табл. 1).

Таблица 1. Дата фактической реализации объектов для исчисления НДС по договору открытого факторинга после 1 мая 2003 г.

Метод учета реализа-	Право регресса предусмотрено	Без права регресса
По отгрузке	День отгрузки объектов и предъявления должнику (покупателю, заказчику) расчетных документов	День отгрузки объектов и предъявления должнику (покупателю, заказчику) расчетных документов
По оплате	День погашения уступленных денежных требований плательщиком (должником), но не позднее 60 дней со дня отгрузки ему объектов	День оплаты фактором полной стоимости денежных требований (за вычетом дисконта), но не позднее 60 дней со дня отгрузки объектов покупателю (должнику)

Договор факторинга без права регресса

При отсутствии у фактора прав требования к кредитору нет необходимости отслеживать факт поступления денежных средств от должника к фактору. Счет 90 "Краткосрочные кредиты банков" для упрощения целесообразно не использовать, так как в случае заключения договора факторинга без прав регресса задолженность покупателя списывается в момент получения финансирования от фактора.

Схема проводок при учете реализации по моменту отгрузки может быть следующей:

Дебет	Кредит	Сущность операции
62	90	отражение выручки по отгруженной продукции (товарам, работам, услугам);
90	43,41,20	списание учетной стоимости реализованной продукции (товаров, работ, услуг)
51,52	76	зачисление денежных средств на расчетный (валютный) счет по договору факторинга за вычетом дисконта
26,44	76	отражение суммы дисконта, причитающейся фактору
76	62	зачет задолженности покупателя в счет погашения обязательств кредитора перед фактором (в связи с принятием последним прав по договору факторинга на себя)

Если применяется метод определения выручки по отгрузке, датой фактической реализации для исчисления налога является день отгрузки объектов и предъявления покупателю (заказчику) расчетных документов. Если в соответствии с учетной политикой выручка определяется по оплате отгруженных объектов реализация отражается на момент поступления денежных средств от фактора.

При методе учета реализации по моменту оплаты бухгалтерские проводки открытого факторинга без права регресса будут следующими:

Дебет	Кредит	Сущность операции
45	43,41,20	отгрузка продукции (товаров, работ, услуг)
51,52	76	зачисление денежных средств на расчетный (валютный) счет по договору факторинга за вычетом дисконта
26,44	76	отражение суммы дисконта, причитающейся фактору
76	90	отражение выручки от реализации продукции (товаров, работ, услуг)
90	45	списание учетной стоимости продукции (товаров, работ, услуг)

СКРЫТЫЙ ФАКТОРИНГ по своей правовой природе близок к договору займа (фактор предоставляет (перечисляет) кредитору некоторую сумму денежных средств, а затем получает от него такую же сумму, увеличенную на размер дисконта).

При методе учета реализации по моменту отгрузки схема бухгалтерского учета в случае скрытого факторинга будет следующей:

Дебет	Кредит	Сущность операции
62	90	отражение выручки и формирование дебиторской задолженности покупателя (заказчика) за отгруженные ему товары (работы, услуги)
90	43,41,20	списание учетной стоимости реализованной продукции (товаров, работ, услуг)
51,52	66	зачисление денежных средств на расчетный (валютный) счет по договору факторинга за вычетом дисконта
26,44	66	отражение суммы дисконта, причитающейся фактору
51,52	62	погашение должником (покупателем, заказчиком) своей задолженности за отгруженные товары (работы, услуги)
66	51,52	погашение кредитором задолженности по договору факторинга (сумма с дисконтом)

При методе учета реализации по моменту оплаты бухгалтерские проводки в случае скрытого факторинга будут следующими:

Дебет	Кредит	Сущность операции
45	43,41,20	отгрузка продукции (товаров, работ, услуг)
51,52	66	зачисление денежных средств на расчетный (валютный) счет по договору факторинга за вычетом дисконта
26,44	66	отражение суммы дисконта, причитающейся фактору
51,52	90	погашение должником (покупателем, заказчиком) своей задолженности (отражение выручки от реализации)
90	45	списание учетной стоимости реализованной продукции (товаров, работ, услуг)
66	51,52	погашение кредитором задолженности по договору факторинга (сумма с дисконтом)

Так как кредитор право требования банку не уступает, к скрытому факторингу не применяются положения, касающиеся регресса, поэтому на налогообложение не будет влиять дата поступления оплаты от фактора.

При скрытом факторинге никаких особенностей в **УЧЕТЕ У ДОЛЖНИКА** не будет, так как расчеты производятся непосредственно с кредитором. В случае открытого факторинга учет факторинговых операций у должника не отличается от учета операций перемены лиц в обязательстве:

Дебет	Кредит	Сущность операции
41	60 субсчет "Поставщик"	отражение "входного" НДС
60 субсчет "Поставщик"	60 субсчет "Банк-фактор"	отражение задолженности перед новым кредитором (перемена лиц в обязательстве) на основании полученного письменного уведомления об уступке денежного требования
60, субсчет "Банк-фактор"	51	погашение задолженности денежных средств новому кредитору

При приобретении объектов с последующей переменой лиц в обязательстве вычету подлежат в установленном порядке суммы налога, выделенные продавцом налогопла-

тельщику, в момент осуществления расчета с продавцом этих объектов при наличии акта сверки расчетов.

Поскольку при открытом факторинге расчет с продавцом осуществляется фактором, то "входной" НДС должник может принять к зачету после того, как произойдут три события:

- 1) фактор рассчитывается с продавцом (кредитором) по договору факторинга;
- 2) должник оплатит стоимость приобретенного товара фактору;
- 3) будет составлен акт сверки расчетов.

В учете делается проводка:

Д-т 18-2 -К-т 18-1 - отражен НДС к зачету.

Факторинг должен быть эффективно структурирован с налоговой точки зрения таким образом, чтобы и поставщик, и фактор выигрывали от его экономических преимуществ. При этом требуется тщательное планирование факторинговой сделки, как с налоговой, так и с бухгалтерской точки зрения. [3]

Литература

1. Постановление Совета Директоров Национального Банка Республики Беларусь от 4 апреля 2002 г. N 112 «Об утверждении правил бухгалтерского учета финансирования под уступку денежного требования (факторинга) в банках Республики Беларусь»
2. БНПИ, 2002.- № 42
3. «Главный бухгалтер», 2003.- № 42

УДК 336.77(476)

Герасимчик О.С.

Научный руководитель: ст. препод. Макарук Д.Г.

РАЗВИТИЕ ЭКСПРЕСС-КРЕДИТОВАНИЯ В КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В настоящее время банки России широко используют такой вид кредитования, как экспресс-кредит, который предполагает быстрое получение кредитных средств без залога и поручительства. Для получения экспресс-кредита кредитополучателю необходимо предоставить паспорт (вид на жительство) и заполнить заявление-анкету. Главным преимуществом данного кредитного продукта является быстрое рассмотрение документов и оперативная выдача кредита (в течение 1-2-ух рабочих дней).

В Республике Беларусь данный вид кредита пока не достаточно развит. Это связано с тем, что некоторым банкам для ускорения процесса выдачи кредита, скорее всего, придется обратиться к внедрению технологии скоринга (представляет собой банковскую технологию измерения платежеспособности).

Актуальность создания, внедрения и использования скоринговых систем для управления кредитными рисками сегодня не вызывает сомнения. С каждым годом список банков, запускающих программы потребительского кредитования физических лиц, растет большими темпами, а методики оценки заемщика не поспевают за ростом рынка потребительского кредитования. И причин этому несколько.

Во-первых, процесс создания кредитных бюро находится на стартовом этапе и еще далек от завершения. Анализ положительной кредитной истории может являться существенным фактором при решении о выдаче кредита или может повлиять на снижение процентной ставки по кредиту для этого заемщика. В настоящее время отсутствие единого информационного и правового пространства для бюро кредитных историй не способствует снижению невозвратов кредитов и мошенничеству в области потребительского кредитования. Среди основных трудностей, стоящих в Республике Беларусь на пути

формирования кредитного бюро, эксперты отмечают отсутствие нормативной базы, регулирующей раскрытие информации о заемщике и нежелание коммерческих банков раскрывать информацию о клиенте.

Во-вторых, многие банки опасаются выходить на рынок потребительского кредитования по причине отсутствия кредитных историй.

В третьих, высокая стоимость проектов по внедрению собственной системы анализа платежеспособности клиента (скоринга) на базе программного обеспечения стороннего разработчика, большие сроки (6-18 мес.) и высокие требования к специалистам сопровождения системы «отпугивают» сегмент небольших и средних банков.

В результате банки перекладывают риск невозврата на плечи заемщика, завышая процентные ставки. Реальная годовая процентная ставка по экспресс-кредитам сегодня исключительно высока – от 40 процентов, включая все ежемесячные платежи, а в отдельных случаях достигает 70-80%. Многие банки используют простой скоринг, представляющий собой набор жестких правил, в лучшем случае – балльную оценку заемщика.

Для решения данной задачи необходимо разработать технологию, автоматизирующую всю последовательность действий от получения заявки на кредит до принятия решения о его выдаче и формировании необходимого пакета документов. При этом в процессе задействованы все звенья – банковский оператор, служба безопасности, кредитный инспектор банка, адаптируемая скоринговая модель, используемая автоматизируемая банковская система.

Данная технология состоит из нескольких частей:

- 1) автоматизированные рабочие места операторов ввода заявок и лиц, участвующих в принятии решений о выдаче кредита;
- 2) схема документооборота (последовательности прохождения анкет через службы банка);
- 3) база данных, содержащая информацию о заемщиках и истории принятия решений по ним;
- 4) генератор кредитных историй;
- 5) скоринговая модель;
- 6) автоматизированная банковская система (АБС).

Вся информация о поступающих заявках собирается в оперативной базе данных, которая содержит информацию по заявкам с анкетами заемщиков, истории принятия решений по выданным кредитам, погашениям кредитов.

Генератор кредитных историй – специальный модуль, формирующий набор примеров с различными анкетными портретами заемщиков. Для генерации кредитных историй используется структура анкеты заемщика. В результате работы формируется таблица со столбцами – входными факторами из анкеты заемщика, влияющими на принятие решения о выдаче кредита. Гипотеза о влиянии тех или иных факторов выдвигается, как правило, экспертами банка, после генерации кредитной истории проставляют в графу «Давать кредит» свое решение. Минимальное количество прецедентов в кредитной истории, которые должны обработать специалисты банка составляют от 500 до 1000 примеров.

После формирования кредитной истории начинается построение скоринг-модели, занимающейся интеллектуальной обработкой информации и дающей оценку вероятности возврата кредита тем или иным заемщиком.

Предлагается разработка и внедрение системы скоринга, позволяющей оценивать кредитный риск заемщика и всего кредитного портфеля на основании уникальной модели, адаптивной к данным, которая использует комплексный подход, т.е. базируется на анкетных данных заемщиков, экспертных знаниях менеджмента банка, численных оценках, полученных на статистике «плохих» и «хороших» кредитов, численных оценках, построенных на объективной региональной и отраслевой информации.

В результате работы модели по оценке конкретного заемщика формируется кредитный портрет потенциального заемщика, позволяющий производить:

- 1) процедуру разделения потенциальных заемщиков на «плохих», которым не может быть выдан кредит, и «хороших», которым кредит может быть выдан;
- 2) расчет индивидуальных параметров кредитной сделки для конкретного заемщика (лимит, процент, срок, график погашения кредита);
- 3) расчет риска и управление кредитным портфелем по всем ссудам, выдаваемым частным лицам.

Ключевыми преимуществами от внедрения скоринговой системы являются:

1. Сокращение сроков принятия решения о предоставлении кредита. Увеличение числа и скорости обработки заявок за счет минимизации документооборота при выдаче кредита частным клиентам, как важнейший способ обеспечения доходности ритейлового кредитования.

2. Эффективная оценка и постоянный контроль уровня рисков конкретного заемщика.

3. Снижение влияния субъективных факторов при принятии решения о предоставлении кредита. Обеспечение объективности в оценке заявок кредитными инспекторами во всех филиалах и отделениях банка.

4. Реализация единого подхода при оценке заемщиков для различных типов кредитных продуктов банка (экспресс-кредиты, кредитные карты, потребительские кредиты, автокредитование, ипотечные кредиты).

5. Адаптация параметров кредита под возможности конкретного заемщика (кастомизация кредитного продукта).

6. Резкое расширение, за счет кастомизации кредитных продуктов, состава и численности кредитруемых лиц.

7. Сокращение численности банковского персонала, экономия за счет использования персонала более низкой квалификации.

8. Контроль всех шагов рассмотрения заявки.

Уникальность предлагаемой системы определяется учетом в ходе оценки кредитоспособности заемщиков особенностей регионов их проживания, отраслевой специфики занятости заемщиков, а также составом и спецификой той информации, которой располагает банк и на которой он пожелает строить свой тип скоринговой системы.

Система скоринга позволяет резко увеличить объем продаж кредитных продуктов банка путем сокращения сроков проверки кредитной заявки и индивидуальной настройки параметров кредита под каждого заемщика. Система скоринга обеспечивает быструю и объективную оценку уровня рисков выдаваемых кредитов и принятие таких решений по ссудам, которые минимизируют кредитные риски портфеля.

В настоящее время скоринг становится все более популярным не только при оценке риска при различных видах кредита, но и в других областях: в маркетинге (для определения вероятности, что именно эта группа клиентов будет пользоваться этим видом продукции), при работе с должниками (если клиент задерживается с очередным платежом, какой метод воздействия будет наиболее эффективным), при выявлении мошенничества с кредитными карточками, при определении вероятности, что клиент может перебежать к конкуренту и т. п.

Затем анкета последовательно проходит через все службы банка: служба безопасности (СБ), скоринговая модель, кредитный отдел (КО) (рис. 1).

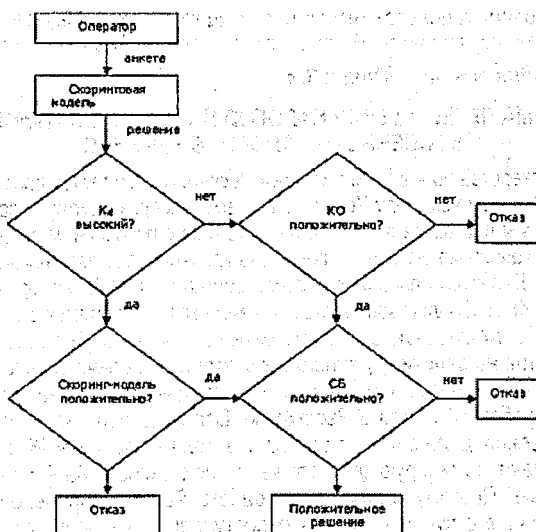


Рис. 1. Схема прохождения анкет

Во-первых, служба безопасности проверяет только тех заемщиков, которые успешно прошли автоматический скоринг. Во-вторых, для снижения нагрузки на кредитный отдел и частичной автоматизации принятия решений в схеме вводится «коэффициент доверия» K_d – некоторый числовой параметр, характеризующий степень доверия к скоринг-модели. Анкеты, удовлетворяющие этому критерию, не попадают на рассмотрение в кредитный отдел.

Раскроем сущность коэффициента доверия на примере скоринг-модели дерева решений. Как известно, каждое правило в дереве решений характеризуется двумя параметрами – поддержкой и достоверностью.

Поддержка – общее количество примеров, классифицированных данным узлом дерева.

Достоверность – количество правильно классифицированных данным узлом примеров.

Например, для правила "ЕСЛИ Доход личный > 582 ТОГДА ДаватьКредит=Да" значение поддержки равно 20%, достоверности – 94%. Это трактуется следующим образом: в обучающем множестве кредитной истории было 20% примеров, удовлетворяющих данному правилу (т.е. Доход личный больше 582), и в 94% случаев заемщику было вынесено положительное решение о выдаче кредита.

При принятии решения о выдаче кредита из оперативной базы данных в АБС передается необходимая информация для заведения нового физического лица, формирования кредитной заявки и кредитного договора.

Литература

1. Климович Л. К. Управление банком: Учеб. пос. для студ. спец. «Менеджмент» вузов – Гомель, 2002. – 255с.
2. Лаврушин О.И. Банковское дело: Учебник 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 536 с.
3. Ларионова И. В. Управление активами и пассивами в коммерческом банке. – М.: Консалтбанкир, 2003. – 268с.
- 4.- Основы банковского дела: Учеб. пособие / Б. С. Войтешенко, В. В. Козловский, Т. Д. Брежнева и др.: Пол ред. Ю.М.Ясинского. – Мн.: Тесей, 2002. – 448 с.

ПРОБЛЕМА ПЕРЕЛОЖЕНИЯ НАЛОГОВ НА ОСНОВЕ ОПТИМИЗАЦИИ КОСВЕННОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

На сайте Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь расположен афоризм, принадлежащий Оливеру Уэнделлу Холмсу-старшему, (американскому писателю): «Налоги – это цена, которую мы платим за возможность жить в цивилизованном обществе». В каждом государстве такая «цена» может быть определена уровнем налоговой нагрузки на экономику. Так, в Республике Беларусь, данный показатель составляет 43 %, во Франции, Финляндии, Австрии, Бельгии, Италии налоговая нагрузка на экономику колеблется в диапазоне 42-48 %, а в ряде стран СНГ величина налоговой нагрузки не превышает 30 % в ВВП.

Однако, несмотря на величину данного показателя, довольно трудно судить об уровне жизни населения в той или иной стране. Так, средняя заработная плата во Франции выше средней заработной платы в Республике Беларусь при равенстве налоговых нагрузок. Следовательно, дело в чем-то другом. На мой взгляд, главная разница в том, какие налоги занимают доминирующее положение при расчете налоговой нагрузки: прямые или косвенные? Поэтому целью данной работы явилось определение роли прямых и косвенных налогов в структуре налоговых поступлений в консолидированный бюджет Республики Беларусь, а также определение влияния косвенного налогообложения на денежные доходы населения.

В начале анализа производились исследования динамики поступлений доходов от некоторых косвенных налогов с целью определения, какие налоги занимают наибольший удельный вес в объеме налоговых поступлений в бюджет. Результаты исследования отображены в виде графика на рисунке 1.

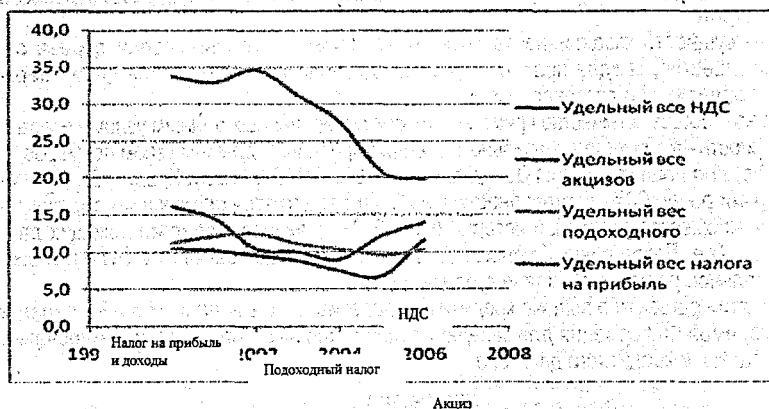


Рисунок 1. Динамика удельного веса основных налогов в общем объеме налоговых поступлений, %

Так, в 2000 году на НДС пришлось 33,7% всех налоговых поступлений, а 2004 – 27,5%, в то время как налог на прибыль и доходы составил 16,1% и 8,9% соответственно. Доход от акцизов с 2000 года по 2004 снижался: с 10,5% удельного веса в объеме налоговых поступлений он сократился до 7,5%. Более того, в 2005 году и вовсе составил 6,8%. Однако уже в 2006 году доходы от акцизов резко возросли и составили 11,7%. Такой скачок можно объяснить увеличением в 2,5 раза ставки акциза на автомобильное топливо.

Можно отметить, что за период с 2000 года по 2002 год только доходы от НДС и акцизов составляли более 40% всех налоговых поступлений. Следовательно, именно косвенные налоги являлись для государства надежным источником дохода. На сегодняшний день доходы от косвенных налогов продолжают превышать доходы от прямых налогов. Однако их удельный вес в бюджете заметно снизился. Чтобы более наглядно отразить данную тенденцию, обратимся к графику, изображенному на рисунке 2.

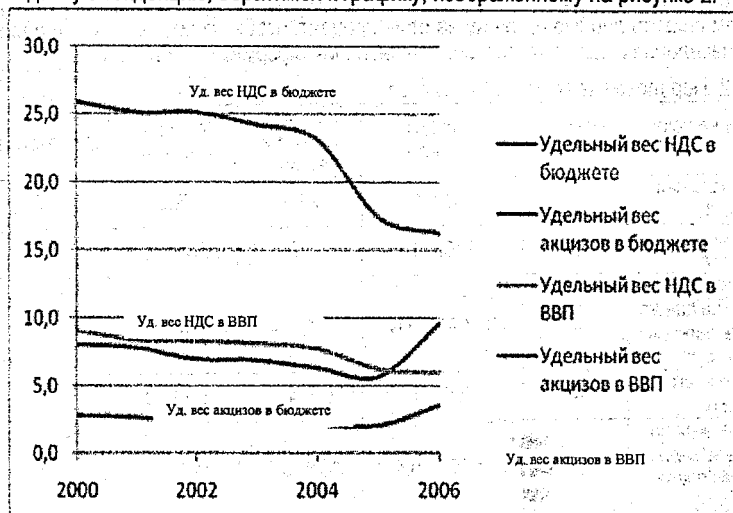


Рисунок 2. Динамика удельного веса некоторых косвенных налогов, % к ВВП и бюджету

Далее произведем анализ, позволяющий судить об эффективности снижения удельного веса косвенных налогов в бюджете. Для этого рассчитаем уровень нагрузки косвенного налогообложения доходов населения. Расчет оформим в виде таблицы 1.

Таблица 1. Расчет нагрузки косвенного налогообложения денежных доходов населения

Наименование показателя	Номер строки	Формула	2005	2006	Отклонение
ВВП (в текущих ценах), млрд. руб.	1	Данные Министерства статистики и анализа	65 067,0	79 231,0	14164,0
Косвенные налоги, млрд. руб.	2	стр.1Табл.3.4* стр.3.Табл.3.3/100	12 297,7	14 103,1	1 805,5
Население всего, тыс. человек	3	Данные Министерства статистики и анализа	9 751,0	9 714,0	-37,0
Сумма косвенных налогов в расчете на душу населения, руб.	4	стр.2/стр.3	1 261 169,0	1 451 834,0	190664,8
Денежные доходы на душу населения, руб.	5	Данные Министерства статистики и анализа	3 951 000,0	4 874 000,0	923000,0
Нагрузка косвенного налогообложения денежных доходов населения, %	6	стр.4/стр.5*100	31,9	29,8	-2,1

На основании полученных данных можно говорить о том, что косвенных налоги в Республике Беларусь забирают около 30% дохода гражданина. Если учесть также, что непосредственно из заработной платы удерживается подоходный налог, производятся отчисления в пенсионный фонд и различные взносы, то реальный доход гражданина составит около 60% его номинального заработка. Так, если номинальная начисленная среднемесячная заработная плата работника в 2006 году составляла около 570 тысяч рублей¹, то с учетом выше сказанного она составит: $570 \cdot 0,6 = 342$ тысячи рублей.

Попробуем снизить данную нагрузку на один процент, чтобы узнать, как можно облегчить жизнь населения и как этого достичь. Вычисления оформим в таблице 2.

Таблица 2. Переложение косвенных налогов

Наименование показателя	Номер строки	Порядок расчета	Величина после снижения	Величина до снижения	Отклонение
Нагрузка после снижения, %	1	Табл. 1	28,8	29,8	-1,0
Доход на душу населения, руб.	2	Табл. 1	4 874 000,0	4 874 000,0	0,0
Сумма косвенных налогов в расчете на одного жителя после снижения нагрузки, руб.	3	Стр.2*стр.1/100	1 403 712,0	1 452 452,0	-48 740,0
Население всего, тыс.чел.	4	Табл. 1	9 714,0	9 714,0	0,0
Сумма косвенных налогов после изменения нагрузки всего, млрд. руб.	5	Стр.3*стр.4	13 635,7	14 109,1	-473,5
Доля косвенных налогов после изменения нагрузки, % к ВВП	6	Стр.5*ВВП/100	17,2	17,8	-0,6
Сумма потерь, млрд. руб.	8	0,6*ВВП/100	467,5	0,0	467,5
Налог на прибыль, млрд. руб.	9	Данные Министерства статистики и анализа	3 332,0	3 332,0	0,0
Увеличение поступлений от налога на прибыль, %	10	Стр.8/стр.9*100	14,0	0,0	14,0

Таким образом, для того, чтобы снизить нагрузки косвенных налогов на доходы потребителей, государству придется получить на 14% больше дохода от налога на прибыль. В 2006 году это составило бы 467,5 млрд. руб. или, например, 3% от всех вложений в сельское хозяйство. Хотелось бы отметить, что именно увеличение доходов от налога на прибыль было бы оптимальным способом снижения налоговой нагрузки на доходы потребителей, так как именно в этом случае не произойдет увеличение налоговой нагрузки на предприятия.

Подводя итог своей работы, хотелось бы отметить, что косвенные налоги по сравнению с прямыми налогами – это более эффективные налоги, так как уклониться от уплаты налогов на потребление практически невозможно. По сути, приобретение товара или услуги уже и есть уплата косвенных налогов. Поэтому косвенные налоги обладают достаточно простой техникой взимания. Они преобладают в структуре налогов в странах с

¹ Министерство статистики и анализа Республики Беларусь – belstat.gov.by

развивающейся налоговой системой, где еще не развито налоговое дело. Недостатком косвенного обложения является то, что он носит регрессивный характер по отношению к доходу потребителя и, чем меньше его доход, тем большую долю этого дохода он отдает государству. Увеличение косвенного обложения ведет к повышению стоимости жизни, сокращению потребления и, как следствие, к застойным явлениям в экономике. Стремление государства использовать косвенные налоги как инструмент регулирования экономики ведет к усложнению порядка их исчисления, удорожанию управления ими.

Литература

1. Официальный сайт Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь - nalog.by.
2. Официальный сайт Министерства статистики и анализа Республики Беларусь - belstat.gov.by.

УДК 336

Головач О. А.

Научный руководитель: к.э.н. Драган Т.М.

СРЕДСТВА НАСЕЛЕНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ РЕСУРСНОЙ БАЗЫ ГОСУДАРСТВА

Наблюдаемая последние пять лет активизация деятельности коммерческих банков по привлечению средств населения позволяет говорить о постепенном выдвигании данных финансовых средств на позиции основного источника пополнения ресурсной базы банка. Это подтверждается и изменениями в структуре ресурсной базы банков Республики Беларусь.

Если еще на 1 января 2002 года на долю населения приходилось 20% сформированных ресурсов, а на долю средств субъектов хозяйствования - 29,8, то к 2006 году ситуация существенно изменилась: 28,5% и 23,4% соответственно.

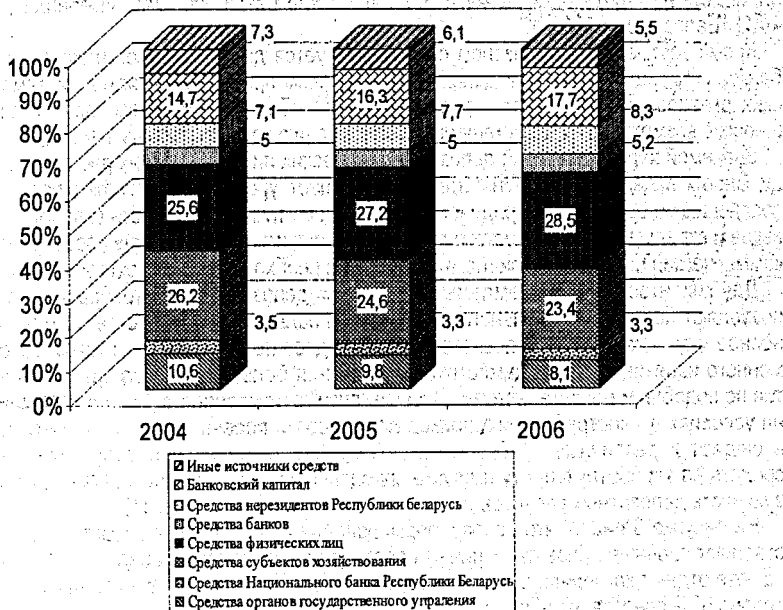


Рис.1. Структура ресурсной базы банков Республики Беларусь [3]

В банковской сфере Республики Беларусь основным способом привлечения средств населения традиционно являются депозиты.

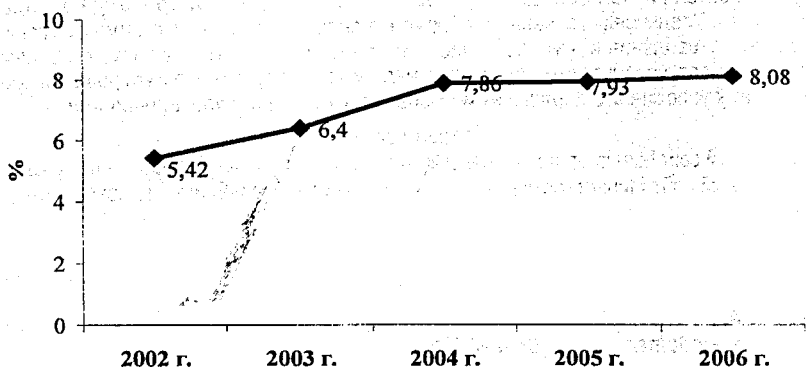


Рис.2 Вклады населения в учреждения банков относительно величины ВВП [4]

Учитывая то, что с 2000 года вклады населения в учреждения банков относительно ВВП возросли (рис.2), становится очевидным, что население обладает достаточным количеством денежных ресурсов. Это отразилось в повышении эффективности проводимой политики по привлечению средств ряда коммерческих банков.

Так, первым банком, проводившим в 2005 году активное размещение облигаций среди физических лиц, был ОАО «АСБ Беларусбанк». В последующем времени к размещению облигаций на внутреннем рынке приступили такие банки, как ОАО «Белагропромбанк», ОАО «Белпромстройбанк».

Кроме того, с каждым сезоном совершенствуется депозитная политика коммерческих банков. Так, на сегодняшний день, наиболее ярким примером является система банковских вкладов «Линия роста», проводимая ОАО «Белагропромбанк», предоставляющая широкие возможности по размещению и сбережению средств физических лиц.

Значимой характеристикой депозитов физических лиц является их распыленность среди многих вкладчиков, что значительно повышает уровень диверсифицированности по сравнению со средствами юридических лиц. Но все-таки стабильность вкладов населения выше и вклады населения достаточно управляемы: изменяя величину процентных ставок, коммерческий банк может привлекать ресурсы с необходимыми характеристиками.

Для клиентов более приемлемыми являются депозиты до востребования, поскольку позволяют без предварительного уведомления пользоваться средствами. Для банка основное неудобство этих депозитов связано с достаточно высоким риском их одновременного изъятия и необходимостью поддержания большого запаса средств для расчетов по подобным обязательствам. Особые «пики» оттока средств, привлеченных банками на условиях до востребования, приходится на сроки перечисления клиентами платежей в бюджет и различные внебюджетные фонды, а также на дни получения клиентами средств на заработную плату и другие приравненные к ним платежи. Наиболее устойчивую часть депозитных ресурсов представляют срочные депозиты [1].

На рисунке 3 видно, что основу формирования привлеченных средств населения составляют срочные депозиты. Причем предпочтения к хранению средств в национальной валюте отдают как юридические, так физические лица. В национальной валюте сформировано 67% средств от общего объема депозитов.

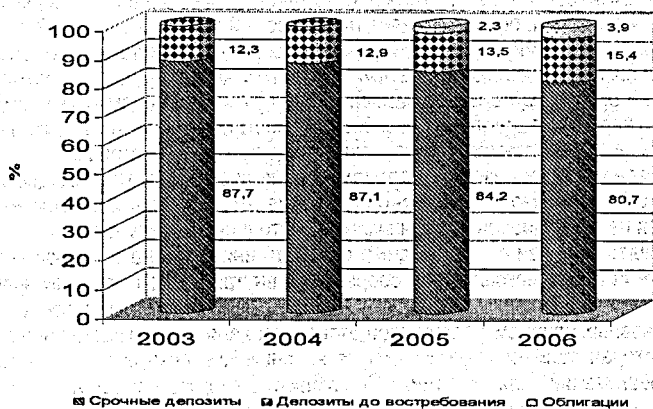


Рис.3. Структура привлеченных средств физических лиц

Для определения эффективности и привлекательности использования различных видов депозитов юридических и физических лиц целесообразно провести анализ расходов по формированию ресурсов. На рисунке предоставлены данные о разнице процентных доходов по привлеченным депозитам. Полученные данные позволяют оценить, какие депозиты для банков дороже. Положительный уровень означает - процентные расходы депозитов за счет населения выше по сравнению с аналогичным показателем по юридическим лицам. Данные рассчитаны с использованием трехмесячной скользящей средней.

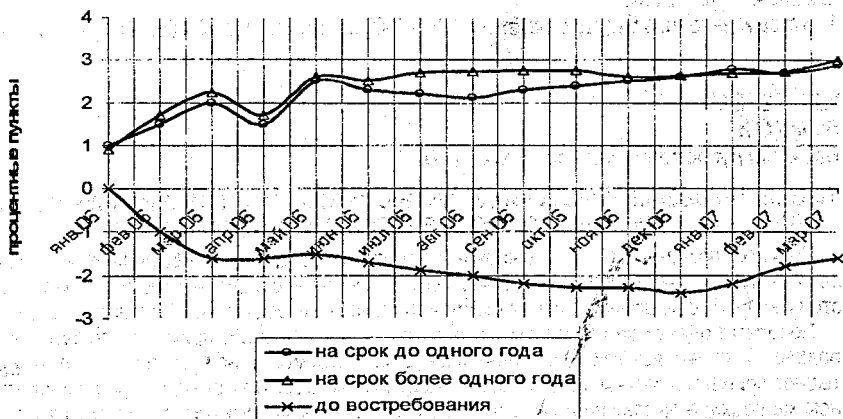


Рис.4. Изменения процентных расходов на привлеченные ресурсы на примере ОАО «Белагропромбанк» в национальной валюте

Из рисунка 4 видно, что депозиты населения не всегда для банка являются дорогими. Депозиты до востребования физических лиц являются более «дешевым» источником. Причина этого — по срочным депозитам банки уплачивают населению процент, как правило, фиксированный и гораздо более высокий, чем по депозитам до востребования.

Депозиты физических лиц - важнейший источник наращивания пассивов коммерческого банка, что прямым образом влияет на ресурсный потенциал банка. В большинстве развитых стран они формируют до 70% финансовых ресурсов системы. Это связано с тем, что средства населения являются главным источником кредитования экономики. Мировой экономический опыт убедительно доказывает, что почти все экономические субъекты, за исключением населения, реально способны осуществлять денежные накопления лишь эпизодически, а вот нуждаются в финансовых ресурсах почти постоянно [2].

Во всех экономически развитых странах данные средства служат мощным источником инвестиций, особенно долговременных. Кроме этого вклады и сбережения населения являются неинфляционным источником инвестиционных ресурсов.

В сложившихся условиях, необходимо обратить внимание на основной и постоянно действующий источник накоплений и сбережений внутри страны, которым являются денежные накопления граждан. Это вызвано в первую очередь тем, что в последнее время одной из основных проблем белорусской экономики является нехватка инвестиционных ресурсов, которая прямым образом влияет на снижение показателей объемов производства и реализации. Для экономики Республики Беларусь средства физических лиц являются значимым и перспективным источником формирования финансовых ресурсов банка, поскольку за счет их мобилизации создается широкий круг возможностей по финансированию субъектов хозяйствования, что в перспективе положительно повлияет на укрепление реального сектора экономики и, следовательно, позволит сформировать дополнительные условия для стабилизации национальной экономики.

Литература

1. Белоглазова И.В. «Операции коммерческих банков» - Минск. -2004.
2. Полещук О.А. Преимущества облигационного займа перед банковским кредитом. Белорусская специфика. - Фондовый рынок. - 2005. - №7.
3. Министерство статистики и анализа Республики Беларусь // Статистический ежегодник 2004. - Мн. - 2004.
4. Устремленность в будущее Беларусь 1995-2005 // Статистический сборник. - Мн. - 2006.

УДК 332.62/63

Дудко О.В.

Научный руководитель: асс. Голец О.В.

ПРОБЛЕМА ОЦЕНКИ ГОРОДСКИХ ЗЕМЕЛЬ С УЧЕТОМ ПРИНЦИПА НАИЛУЧШЕГО И НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Практика показывает, что в рыночных условиях городские земли являются ценнейшим ресурсом и могут служить стабильным источником дохода местного бюджета. Поэтому вопрос повышения эффективности использования земли является актуальным.

Проблема оценки земли заключается в том, что в основном применяется затратный подход. Он позволяет наиболее точно определить стоимость, но при этом не всегда учитывает принцип наилучшего и наиболее эффективного использования. При сравнительном же подходе анализ наилучшего и наиболее эффективного использования является обязательным.

Поскольку в процессе оценки объектов недвижимости наблюдается взаимодействие трех элементов - субъекта, объекта и рыночной среды - то специалистами-оценщиками выделены следующие группы принципов:

- 1) принципы, основанные на представлениях пользователя;
- 2) принципы, связанные с объектом недвижимости (прежде всего с землей) и его улучшением;
- 3) принципы, связанные с рыночной средой.

Особое место занимает четвертый, обобщающий принцип - принцип наилучшего и наиболее эффективного использования объекта недвижимости (ННЭИ). Он представляет собой синтез принципов всех трех групп, перечисленных выше. ННЭИ позволяет оценщику выявить из возможных вариантов использования объекта недвижимости наилучший и наиболее доходный вариант и именно его использовать для оценки.

Наилучшее и наиболее эффективное использование - это вероятное разумное и законное использование свободной земли или улучшенной собственности, которое физически возможно, достаточно обосновано, финансово осуществимо и приводит к наивысшей стоимости.

Процедура анализа, как следует из определения, подразумевает рассмотрение наилучшего и наиболее эффективного использования в двух вариантах:

1. Как свободный;
2. Как застроенный.

Рассмотрение участка как незастроенного, предполагает, что он не имеет строений. Анализ наилучшего и наиболее эффективного использования земли как свободной выполняется в двух случаях:

- при необходимости отдельной оценки участка земли;
- при выборе объектов для сравнительного анализа.

Основные задачи данного анализа:

1. Если земля есть или будет свободной, как её следует использовать?
2. Какой тип здания или сооружения следует построить и когда?

Для ответа на первый вопрос необходимо проанализировать не только текущее состояние рынка, но и дать прогноз его изменения на будущее, т. е. стоимость определяется главным образом потенциальными возможностями. Например, существующее наиболее эффективное использование земли в ближнем пригороде как сельскохозяйственной, с ростом города может измениться на использование под коттеджную застройку.

Существуют случаи, когда наиболее эффективным текущим использованием будет временное или спекулятивное. Временное использование предполагает устройство автостоянок, спортивных площадок и т. д. Через некоторое время в соответствии с прогнозом рыночной ситуации наиболее эффективным использованием участка будет строительство отеля. Спекулятивное использование предполагает удержание участка свободным до того момента, когда ситуация на рынке будет благоприятна для проведения улучшений.

Кроме характера и времени проведения улучшений следует также определить конкретный вид улучшений. Если это строительство отеля, то надо выбрать его класс, размеры, сопутствующие сооружения и т. д.

Подход к рассмотрению земельного участка как застроенного предполагает сохранение имеющихся на нем построек. При этом анализируются варианты сохранения и изменение текущего использования. Исследуются варианты возможных действий:

- реконструкции с целью повышения класса здания и, соответственно, ставок арендной платы;
- расширения площадей за счет пристройки или дополнительных этажей;
- уменьшения неэффективных площадей за счет частичного сноса.

Ярким примером является недостроенная гостиница по улице Советской. Огромная территория в центре города не используется. 17 сентября 2003 данный долгострой был продан с аукциона. Владельцем стало ООО «НМТ» из Минска, созданное с привлечением иранского капитала. Новый владелец планирует возведение бизнес-центра и гостиничного комплекса на базе недостроенного здания.

Необходимость применения ННЭИ объясняется желанием получить максимальную

выгоду. В условиях развитых рынков недвижимости такое желание реализуется в глубоком анализе рынка, для проведения которого, как правило, привлекается сторонняя, специализирующаяся на этом, компания. У нас же решение о наиболее эффективном использовании того или иного объекта зачастую принимается на основании поверхностного анализа, проводимого собственными силами. Такой анализ в большинстве случаев дает один и тот же результат - строительство жилья.

Но постепенно ситуация меняется, и решение относительного наилучшего и наиболее эффективного использования земельного участка становится неоднозначным. Причины следующие:

- уменьшение количества пригодных для использования под сугубо жилую функцию площадей;
- повышение привлекательности коммерческой недвижимости сравнительно с жилой. Сейчас наиболее интересным является развитие проектов офисных, торговых, гостиничных комплексов, чем жилых помещений (реализованные жилые объекты снимаются с баланса застройщика, и поэтому не могут выступать в качестве залога при кредитовании и лишь подтверждают репутацию компании, но не обосновывают ее финансовую стабильность).

Проводить анализ ННЭИ необходимо на самой ранней стадии. Такой анализ может увеличить стоимость объекта в 2-3 раза.

В целом, анализ наилучшего и наиболее эффективного использования недвижимости представляет собой процесс последовательной проверки всех вариантов на соответствие следующим критериям:

- 1) юридическая допустимость;
- 2) физическая осуществимость;
- 3) финансовая эффективность;
- 4) максимальная доходность.

При этом последовательность имеет значение: в первую очередь рассматриваются юридическая допустимость и физическая осуществимость каждого из вариантов, затем оценивается финансовая осуществимость и лишь в конечном итоге - максимальная доходность. Это позволяет не тратить время и деньги на анализ и сравнение вариантов, которые юридически запрещены или физически невозможны.

Основные факторы, определяющие оптимальное использование земли:

1) местоположение — фактор, оказывающий основное влияние на стоимость земельного участка (учитываются перспективность местоположения, транспортная доступность, характер окружения);

2) рыночный спрос — фактор, отражающий соотношение спроса и предложения на рынке;

3) финансовая обоснованность — способность проекта обеспечить доход от использования земельного участка, который был бы достаточным для возмещения расходов инвесторов и обеспечения получения ожидаемой прибыли;

4) физическая пригодность участка — перспектива создания улучшений — размер, топография, качество грунта, климат, инженерно-геологические и гидрогеологические характеристики участка, существующее зонирование, экологические параметры и т.д.;

5) технологическая обоснованность и физическая осуществимость — анализ соотношения качества, затрат и сроков реализации проекта, вероятность стихийных бедствий, доступность транспорта, возможность подключения к коммунальным удобствам, учет размеров и формы участка, например, размер может быть мал для строительства промышленного объекта;

6) законодательная (юридическая) допустимость — соответствие варианта использования земельного участка действующему законодательству. Выявляется в результате

анализа строительных, экологических нормативов, ограничений этажности, наличия временных запретов на строительство в данном месте, сложности в районе исторической городской застройки, возможное изменение нормативных актов, соблюдение правил зонирования, негативные настроения местного населения;

7) максимальная доходность (максимум дохода собственности и стоимости участка), которая определяется дисконтированием будущих доходов альтернативных вариантов использования, с учетом риска инвестиций.

Особую категорию представляют собой городские земли. На их ценность влияют величина города и его производственно-хозяйственный потенциал, уровень развития инженерной и социальной инфраструктуры, близость к границе и другие факторы. К тому же существуют особенности законодательства для этой категории земель.

На ценность того или иного участка одни и те же факторы могут оказывать противоположное влияние:

- интенсивное движение транспорта нежелательно для жилого района, но увеличивает стоимость участка для целей торговли;

- размещение относительно учебных заведений и торговых центров, эстетические достоинства и удобства, учитывающиеся при оценке земель под жилищное строительство, практически не влияют на ценность территорий, ориентированных на промышленное развитие; для них важны транспортная инфраструктура и экономическое зонирование.

В функционировавшей ранее плановой экономике с приоритетами промышленного развития командно-административное распределение «бесплатной» земли привело к серьезным диспропорциям в развитии города и расточительному, не нужному и даже вредному для города использованию ценнейшей городской земли (в том числе предприятиями и организациями). Однажды распределенная земля практически не перераспределяется, что приводит к дальнейшему усугублению негативных тенденций.

Городские власти определяют величину земельного налога, арендную ставку за землю и нормативную цену при выкупе земельного участка, поэтому вопрос повышения эффективности городских земель является актуальным. При правильной политике местных властей городские земли могут стать неисчерпаемым источником дохода города.

Литература

- Гриненко С. В., Экономика недвижимости. – Таганрог: ТРТУ, 2004.
Асаул А. Н., Карасев А.В. Экономика недвижимости: учебное пособие. – Санкт-Петербург, 2001.
Виноградов Д.В., Экономика и управление на предприятии: учебное пособие. - Владимир, 2007.
Коваленко И., "Commercial Property", № 5, 1-31 мая 2006г. Мониторинг СМИ, www.liga.net.

УДК 330.341.1:62.001.7

Дулевич М.А.

Научный руководитель: ст. препод. Черноокая Е.В.

СТАНОВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Развитие экономики инновационного типа на сегодняшний день является ключевым условием повышения качества и уровня жизни населения, конкурентоспособности страны и стабильного экономического роста. Роль государства в данном процессе заключается в создании необходимых условий для развития инновационной деятельности субъектов хозяйствования. Важным условием является привлечение большего числа мелких и средних частных предприятий в инновационный процесс.

Можно выделить два основных комплекса методов, используемых государством для этих целей, которые представлены на рисунке 1.



Рис. 1 Методы государственной поддержки инновационной деятельности

Прямые методы поддержки инновационной деятельности являются более затратными, но активно применяются в высокоразвитых странах. В США действуют программы поддержки инновационной деятельности малого бизнеса, во Франции для этих целей создано специальное агентство, в Великобритании, США, Испании, Японии широкое развитие получили технопарковые структуры [1].

Среди косвенных методов наиболее действенными являются меры в области налогообложения, в частности, налоговые льготы на прибыль и налоговый кредит. Использование этих методов требует от государства меньших затрат времени и финансовых средств, но без привлечения элементов прямого регулирования не позволяет достичь значительной эффективности налоговой политики в области инноваций. Рациональное сочетание прямых и косвенных методов стимулирования инновационной деятельности способствует достижению высокого уровня инновационного потенциала.

В Республике Беларусь нет такой широко развитой системы поддержки инновационной активности субъектов хозяйствования. Во многом это обусловлено ограниченностью финансовых средств, т.к. основным источником финансирования инновационной деятельности являются средства бюджета и отраслевых инновационных фондов, а чистая прибыль предприятий и организаций направляется на инновации в недостаточном объеме. Важной проблемой является недостаточное развитие научно-исследовательской сети, нарушение взаимосвязи между научными институтами, которые являются генераторами научных инновационных идей, и предприятиями, внедряющими инновационные проекты в производство. В связи с этим показатели инновационной активности в стране не слишком высокие. По данным статистического ежегодника в 2005 году по сравнению с 2004 годом число инновационно-активных организаций возросло в 1,09 раза, а их удельный вес в общем числе обследованных организаций составил лишь 14,1% [2].

В РБ только начинается процесс формирования национальной инновационной системы. Одним из наиболее значимых и действенных факторов вовлечения субъектов хозяйствования в инновационный процесс является создание соответствующей правовой базы. Так, необходимо совершенствовать налоговое законодательство в области льготного налогообложения финансовой деятельности предприятий, занимающихся проведением НИОКР. Использование таких мер, как налоговые льготы на прибыль и налоговый кредит, уже зарекомендовало себя в ряде стран. Как отмечает Л.И. Леонтьев, в США дополнительные средства, которые фирмы получают за счёт предоставленных государством льгот в налогообложении прибыли, вкладываются в проведение НИОКР [3].

Ряд экономистов отмечают необходимость создания условий для коммерциализации результатов НИОКР. Организация сотрудничества в стране научно-исследовательских учреждений и частных предприятий позволит ускорить процесс внедрения инноваций, а значит, обеспечить повышения конкурентоспособности экономики.

Таким образом, в рамках становления инновационной системы страны необходимо решить проблемы создания мотивационных механизмов инновационной деятельности, развития финансовой инфраструктуры, формирования институтов защиты прав интеллектуальной собственности, обеспечения участия малого и среднего бизнеса в инновационном процессе.

Литература

1. Жилинская О.Н. Зарубежный опыт государственной поддержки исследований и разработок в предпринимательском секторе экономики // Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь. 2006г. №9
2. Статистический ежегодник РБ, 2006.
3. Леонтьев Л.И. О механизме реализации инновационной системы в России //www.uran.ru

УДК 336.717.6:657

Дулевич М.А.

Научный руководитель: старший преподаватель Черноокая Е.В.

ПРОБЛЕМЫ УЧЁТА ЗАТРАТ НА ПРОВЕДЕНИЕ НИОКР

Одним из факторов успешной предпринимательской деятельности является производство продукции, которая пользуется спросом у потребителей и может конкурировать по качеству и цене с аналогичными товарами других производителей. В условиях ограниченности ресурсов предприятия осознают необходимость применения в своей деятельности последних достижений науки и техники, поэтому всё чаще, особенно в высокоразвитых странах, они занимаются самостоятельной научно-исследовательской деятельностью.

В случае, если принимается решение на предприятии параллельно с основной деятельностью осуществлять проведение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР) перед работниками бухгалтерии и руководителем стоит вопрос: как осуществлять учёт затрат на данные работы.

Существует два варианта бухгалтерского учёта затрат на НИОКР:

— признание их расходами того периода, в котором они возникают;

— капитализация, т.е. отнесение на увеличение стоимости нематериальных активов.

В большинстве стран предприятия вправе самостоятельно выбирать методику учёта, но в некоторых странах этот вопрос чётко регламентирован. В таблице 1 представлены варианты учёта затрат в различных странах мира [1].

Таблица 1. Учёт затрат на НИОКР в различных странах.

№ п/п	Страна	Вариант учёта затрат.
1	Бразилия	Допускается капитализация
2	Великобритания	Допускается капитализация
3	Германия	Списываются в издержки
4	Италия	Допускается капитализация
5	Китай	Допускается капитализация
6	Нидерланды	Допускается капитализация
7	США	Списываются в издержки
8	Франция	Допускается капитализация
9	Швейцария	В большинстве случаев списываются в издержки
10	Швеция	Допускается капитализация
11	Япония	Допускается капитализация

Результаты НИОКР можно отнести в состав нематериальных активов только в случае соблюдения необходимых критериев. Перечень этих критериев в нашем законодательстве отличен от тех, которые предусмотрены международными стандартами (таблица 2).

Система критериев, предусмотренных МСФО, требует меньшей документированности и является более субъективной, чем система, содержащаяся в Инструкции. Она предусматривает необходимость предприятия оценить возможность продолжения разработок и их целесообразность. Критерии, содержащиеся в Инструкции, требуют от предприятия фактического применения результатов уже на стадии разработки, поэтому необходимо их доработать на основе зарубежного опыта.

Наиболее целесообразно использовать следующие критерии:

➤ состав и сумма необходимых затрат, необходимых для начала использования результатов НИОКР в производстве;

➤ будущие экономические выгоды;

➤ возможность получения выгоды, в т.ч. от продажи результатов НИОКР или прав на них;

➤ наличие документального подтверждения выполненных этапов работ;

➤ оформление результатов НИОКР в законодательном порядке.

Последний критерий позволит избежать отражения в составе нематериальных активов, охраняемых законодательно, и неохраняемых результатов НИОКР.

Таблица 2. Сравнение критериев признания результатов НИОКР как нематериальные активы

Инструкция по бухгалтерскому учёту научно-исследовательских, опытно-конструкторских и опытно-технологических работ» 30.06.2006	МСФО 38 «Нематериальные активы»
сумма расходов по выполненным работам может быть определена и подтверждена первичными документами;	способность оценить относящиеся к нематериальному активу затраты.
имеется документальное подтверждение выполненных работ (акт приемки выполненных работ и т.п.);	намерение завершить создание нематериального актива и использовать или продать его;
использование результатов работ в производстве продукции, выполнении работ, оказании услуг приведет к получению дохода в будущем;	способность компании использовать нематериальный актив или продать его;
использование результатов научно-исследовательских работ, опытно-конструкторских и опытно-технологических работ может быть продемонстрировано, то есть имеется документальное подтверждение о начале фактического применения полученных результатов	наличие определенности, каким образом нематериальный актив будет создавать будущие экономические выгоды;
	ресурсы, необходимые для завершения создания и использования или продажи нематериального актива;
	техническую осуществимость завершения создания нематериального актива с тем, чтобы он был готов к использованию или продаже;

Каждый из вариантов учёта имеет свои преимущества и недостатки. Принимая решение о капитализации расходов на НИОКР, предприятие несёт риск убытков, которые могут возникнуть в том отчётном периоде, когда будет получен отрицательный результат НИОКР, и накопленные затраты спишутся на расходы. В то же время, если НИОКР привели к получению положительного результата либо к созданию нематериального актива, то, запатентовав данный актив, предприятие может получать выгоду не только от применения его в собственном производстве, но и от продажи права на его применение другим субъектам хозяйствования.

Признавая затраты на проведение НИОКР расходами отчётного периода, фирма минимизирует риск возможных убытков, но и лишает себя возможности создать нематериальный актив, который будет защищён патентом, то есть теряет возможность получения дополнительной выгоды от его продажи.

Кроме указанных выше особенностей учёта затрат на НИОКР, существует также возможность регулирования финансовых результатов деятельности предприятия. В соответствии с налоговым законодательством Республики Беларусь данная группа затрат включается в состав расходов, учитываемых при определении налогооблагаемой базы, поэтому имеется возможность увеличивать сумму расходов и уменьшать размер налогооблагаемой прибыли. При капитализации затрат предприятие в период проведения НИОКР не учитывает их при расчёте налога на прибыль и не имеет возможности снизить налогооблагаемую базу. Признание их расходами отчётного периода ведёт к включению затрат в состав расходов, участвующих в налогообложении, и позволяет уменьшить сумму уплачиваемого налога.

Планируя проведение НИОКР, руководству предприятия необходимо оценить преимущества и недостатки каждого из двух вариантов учёта затрат на НИОКР. Вариант капитализации затрат не позволяет за короткий период времени возместить понесённые расходы, если не ставится цель последующей продажи прав на использование результата НИОКР. Включение же в расходы отчётного периода позволяет частично возместить понесённые затраты на НИОКР за счёт снижения величины уплачиваемого налога на прибыль и относительного увеличения чистой прибыли.

Таким образом, если на предприятии при проведении НИОКР не осуществляется дополнительная продажа прав на пользование результатами НИОКР, то в силу высокой степени неопределённости в сроках и успешности таких работ целесообразнее признавать затраты на НИОКР расходами отчётного периода, что также позволит предприятию сохранить результаты работ в тайне.

Литература

1. Корпоративный менеджмент [Электронный ресурс] / Н. Чувахин. Введение в сравнительный учет. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/chuvakhin>. – Дата доступа: 15.04.2007.

УДК 336.7

Зеленцова Е.В.

Научный руководитель: доц., к.э.н. Кивачук В.С.

ЭЛЕКТРОННЫЕ ДЕНЬГИ: РЕАЛЬНОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ

А. История появления систем электронных денег

В 1993 году в платежной сфере произошла своего рода революция – Дэвид Чаум предложил принципиально новую технологию для реализации идеологии "электронные деньги". Это была система eCash, принцип действия которой заложен в большинстве существующих сегодня электронных платежных систем.

Идея eCash состояла в том, что сама наличность хранилась, по сути, на жестком диске персонального компьютера, а для управления ею и совершения операций необходимы были специальное программное обеспечение и подключение к сети Интернет.

Для России и стран СНГ широкое распространение электронных денег началось с появления в 1998 года платежной системы WebMoney Transfer, которая является наиболее распространенной и надежной российской электронной платежной системой, созданной для пользователей русскоязычной части всемирной сети. Практически одновременно стала действовать система PayCash, на технологии которой работают такие известные платежные системы, как Яндекс. Деньги (Россия), Supermint PayCash (США), GramCash (Армения), PayCash (Украина).

В 2002 году для пользователей в странах СНГ появилось несколько электронных платежных систем: Яндекс.Деньги, RuPay, а в 2004 году - белорусская электронная платежная система EasyPay, появление которой стало возможным лишь после принятия в 2003 году Постановления Правления Национального банка Республики Беларусь «Об утверждении правил осуществления операций с электронными деньгами».

Система EasyPay является замкнутой платежной системой, поскольку действует только на территории Республики Беларусь. В отличие от большинства систем электронных денег EasyPay не позволяет конвертировать средства в другие электронные валюты – обналичить средства возможно лишь при перечислении средств на пластиковую карту «Белгазпромбанка».

С национальной белорусской валютой с октября 2006 года стала работать и электронная платежная система WebMoney - появились электронные кошельки для хранения белорусских рублей (WMB), причем количество WMB всего за полгода достигло 17 тысяч. [8]

В. Электронные деньги: понятие и сущность

Единства в определении категории «электронные деньги» в настоящее время нет. Одно из наиболее часто встречающихся определений таково: **электронные деньги** — это **платежное средство**, существующее исключительно в электронном виде, то есть в виде записей в специализированных электронных системах, используемые в основном в сети Интернет, но имеющие возможность существования и вне его рамок.

Согласно белорусскому законодательству, **электронные деньги** – это хранящиеся в электронном виде на программно-техническом устройстве единицы стоимости, принимаемые в качестве средства платежа при осуществлении расчетов и выражающие сумму обязательств эмитента перед держателем по погашению электронных денег. [16]

Выделяют два основных вида электронных денег.

1. Эмитированные в электронном виде платежные сертификаты, или чеки. При расчетах сертификаты передаются от одного участника системы другому, при этом сама передача может идти вне рамок платежной системы эмитента.

2. Записи на расчетном счете участника системы. Расчеты производятся путем списания определенного количества платежных единиц с одного счета и занесения их на другой счет внутри платежной системы эмитента электронных денег. [13]

С юридической точки зрения, электронные деньги могут считаться (с некоторыми оговорками) **ценными бумагами** – подарочными сертификатами или чеками. Электронные деньги также являются — обязательствами банка (эмитента), которому корреспондируется право требования владельца электронных денег об их погашении (обмене на наличные или безналичные деньги).

Электронные деньги, несмотря на свое название, имеют вполне **материальную основу**: в большинстве случаев - это одна из свободных конвертируемых валют, а иногда и драгоценные металлы (как в системе E-gold). Это объясняется, в первую очередь, тем, что пользователи такого рода платежных средств иначе испытывали бы к ним недовер-

рие. Однако прямой связи между реальными материальными ценностями и электронными деньгами нет по следующим причинам:

1. Эмиссия электронных денег в финансовой системе государства, в отличие от эмиссии национальной валюты, не монополизирована. Особенностью является также то, что государства не лицензируют данный вид деятельности, и в первую очередь из-за невозможности в должной мере контролировать процесс эмиссии и обращения такого рода денег.

Процесс появления электронных денег не зависит от политики центрального банка, а определяется следующими факторами:

1) наличием эмитентов, имеющих право на выпуск электронных денег (в Республике Беларусь ими могут быть только банковские учреждения);

2) желанием конечного покупателя электронных платежных средств;

3) наличием устройств ввода-вывода и хранения электронных денег;

4) правовыми нормами.

2. Электронные деньги – это не безналичные денежные средства, которые являются всего лишь удобной и законодательно регулируемой формой денежных единиц. Безналичные деньги – прямой субститут наличных денег.

Выпуск и обращение электронных денег выгодно, прежде всего, эмитентам. Ведь при перемещении электронных денег перемещается лишь информация об этих средствах, в то время как реальные деньги могут быть использованы эмитентом в коммерческих целях. И хотя электронные деньги предназначены в большей степени для расчетов, чем для накопления, проходит определенное время между моментом выпуска электронных денег, перемещения их и обналичивания. Эмитент не выплачивает процентный доход покупателям за пользование полученными средствами, а наоборот – некоторые системы электронных денег взимают ежемесячную комиссию за хранение средств (например, система E-gold).

В системе кругооборота капитала и воспроизводства трудовых ресурсов в перспективе электронные деньги могут занять существенное место (см. рис. 1) – как источник воспроизводства трудовых ресурсов, как форма информации и важнейшего капитального ресурса в постиндустриальном обществе.

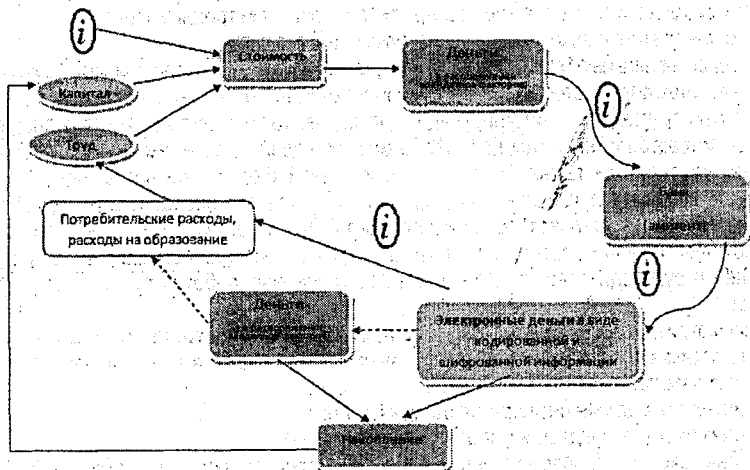


Рисунок 1. Место электронных денег в системе кругооборота ресурсов (источник: собственная разработка)

Причинами появления электронных денег являются:

1. Развитие электронной коммерции (E-commerce) - электронных магазинов, продажи информации в виде подписки на базы данных и др.;
2. Развитие инфраструктуры в сети Интернет, превращение ее в бизнес-среду (E-business);
3. Широкое распространение персональных компьютеров и рост числа пользователей сети Интернет и др.

Аналитическую (корреляционную) зависимость между данными показателями в Республике Беларусь вывести пока не представляется возможным, поскольку не существует эффективной и достоверной оценки количества пользователей сетью Интернет, а Национальный банк не распространяет официальные данные о динамике количества пользователей и объемах транзакций электронными деньгами.

4. Значительные масштабы мошенничества в сфере платежей пластиковыми картами.

В мире существует несколько видов электронных платежных систем, которые очень условно можно классифицировать по трем основным типам:

1) **Карточные системы** - системы, работающие с обычными банковскими картами (Visa, MasterCard и т. д.) и предоставляющие их владельцам возможность рассчитываться за товары и услуги в сети Интернет и традиционной экономике (магазинах, инфо-киосках и т.д.);

2) **Операторы цифровой наличности** оперируют с так называемой цифровой наличностью — непосредственно электронными деньгами. Выделяют открыто и закрыто функционирующие системы электронных денег (подобно видам конвертации валют);

3) **Платежные шлюзы** представляют собой объединение карточных систем и операторов цифровой наличности, предоставляя широкие возможности для взаимной конвертации и способов оплаты товаров и услуг в интернете — именно к ним относится значительная часть существующих электронных платежных систем.

Основные недостатки электронных денег и их систем:

1. Эмиссия электронных денег гарантируется исключительно эмитентом;
2. Электронные деньги существуют только в рамках той системы, в рамках которой они эмитированы, хотя и существует возможность их конвертации или обналичивания;
3. Высокая стоимость перевода в другие системы электронных денег;
4. Законодательные ограничения на сумму платежа;
5. Территориальные ограничения (действуют на территории одной или нескольких стран).

Среди факторов, влияющих на распространение систем электронных денег можно выделить как факторы, стимулирующие развитие, так и тормозящие его. Основным негативным фактором является недоверие многих людей к платежам через Интернет, хотя электронные деньги являются более защищенной формой расчетов, чем, например, платежи с помощью пластиковых карт. По результатам исследования, проведенного специалистами Исследовательского Холдинга Romir в России, 27% респондентов не доверяют электронным платежным системам, причем среди них больше всего предпринимателей и руководителей, а также квалифицированных работников (по 29% соответственно). [10]

Рассмотрим более детально процесс прохождения электронного платежа при расчете пластиковой карточкой (рис.2), основными участниками которого являются:

- 1) покупатель;
- 2) интернет-магазин (или другая организация);
- 3) банк-эмитент (выдавший пластиковую карточку);
- 4) банк-эквайер (проводит первичную обработку транзакции и обеспечивает весь спектр операций с карточками, реализуемого партнерами);

5) платежный сервер (электронная платежная система, обеспечивающая безопасность прохождения платежа и многое другое).

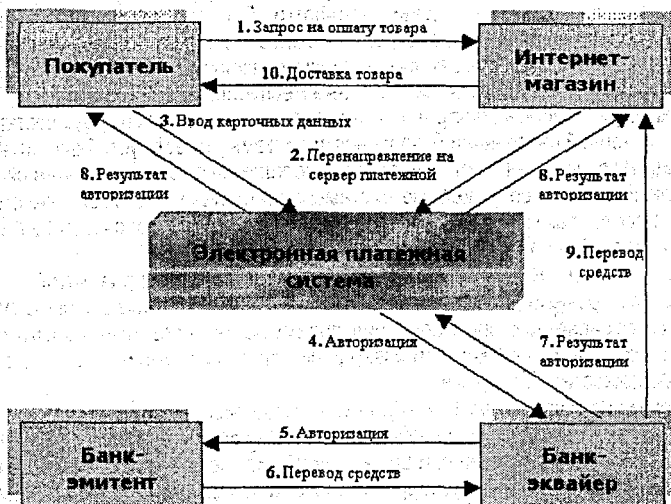


Рисунок 2. Типовая схема осуществления электронного платежа (источник: CNews Analytics)

Схема осуществления платежа с помощью электронных денег выглядит значительно проще, поскольку охватывает меньшее количество участников (см. рис. 3):

- 1) покупателя;
- 2) сервер электронной платежной системы (электронная платежная система);
- 3) продавца;
- 4) эмитента (банк), который привлекается лишь при сомнительных операциях или для получения подтверждения (отчета) о совершении операции.

Однако представленная схема может усложниться в случае конвертации или перечисления средств в другие электронные платежные системы.

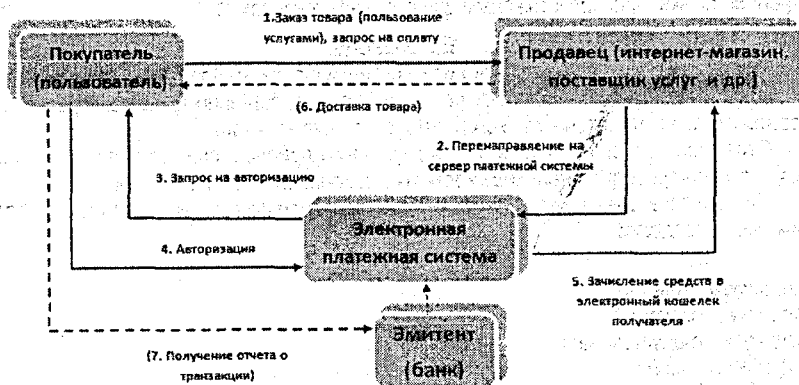


Рисунок 3. Типовая схема осуществления электронного платежа посредством виртуальной наличности (источник: собственная разработка)

С. Системы защиты и регулирования электронных денег

В большинстве стран законодательство, регулирующее выпуск и обращение электронных денег, находится в стадии разработки. В США его подготовкой занимается Бюджетный комитет Конгресса, в Европе - Комиссия по электронным деньгам Европейского парламента. В России данные вопросы относятся к компетенции Центрального банка РФ, в Беларуси - Национального банка Республики Беларусь.[9]

Безопасность и защита электронных платежей складывается из двух составляющих:

1. Собственной внутренней безопасности системы, то есть устойчивость к взлому;
2. Защиты от мошенничества, которое совершается с использованием системы.

По первой позиции современные системы электронных платежей намного обогнали кредитные карты, так как при создании электронных платежных систем был учтен большой исторический опыт.

Д. Наиболее перспективные направления развития

То, что электронные деньги являются перспективным платежным инструментом, не приходится сомневаться: они имеют ряд преимуществ перед привычными средствами платежа и обращения - в скорости совершения операций, мобильности, а также в степени защищенности от подделки.

Перспектива *повсеместного внедрения* электронных денег выглядит вполне реальной, поскольку использование электронных денег не зависит от места нахождения пользователя. По прогнозам GartnerGroup, в ближайшие четыре года технология электронных денег будет значительно усовершенствована, и к концу 2009 года объем электронных платежей составит 60% всех интерактивных транзакций.

Кроме того, появление так называемых платежных шлюзов подчиняется общемировым тенденциям регионализации валют и *глобализации* в мировой экономике. Крупные платежные шлюзы, обладая огромными возможностями в инвестировании и переливе капитала, могут стать одними из важнейших субъектов глобализации.

Электронные деньги, как и ценные бумаги, являются *информацией* об обмениваемых материальных ресурсах и выступают как виртуальные транзакции, свободно пересекающие планету. Виртуальные деньги способны стремительно перемещаться от рынка к рынку, от одной бирж к другим. Превращаясь в стихийную массу, они оказываются подвластны тончайшим настроениям биржевой паники. Легко «надувая» экономики и еще стремительней «убегая» из стран, спекулятивные денежные потоки дестабилизируют внутренние рынки, приводя к тяжелым финансовым кризисам.[10]

Е. Выводы

1. Глобализация экономики приводит к ускорению всех этапов процесса производства: приобретения производственных ресурсов, непосредственно процесса производства, реализации, взаиморасчетов. Ускоряется движение капитала.
2. Стремление бизнеса получить максимальную прибыль при ограниченности всех видов ресурсов приводит к необходимости их рационального использования.
3. При эмиссии электронных денег одновременно создаются условия для их фальсификации и подделки.

Литература

1. <http://www.Cnews.ru>
2. <http://www.easypay.by>
3. <http://www.e-payment.net.ru>
4. <http://www.it.tut.by>
5. <http://www.law-bridge.net>
6. <http://www.mihailov.com.ua>

7. <http://www.money.yandex.ru>
8. <http://www.owebmoney.ru>
9. <http://www.pay-sys.com>
10. <http://www.rmh.ru>
11. <http://www.vuzlib.net>
12. <http://www.web-capital.ru>
13. <http://www.wikipedia.com>
14. <http://www.wm.zxhost.net>
15. Овсенко С. Электронные деньги: перспективы использования // Банкаускі веснік.-2005.- №7.- С.35-39.
16. Постановление Правления Национального банка Республики Беларусь «Об утверждении правил осуществления операций с электронными деньгами».

ДК 336.71 (476)

Иванюк И. А.

Научный руководитель: ст. препод. Михальчук Н. А.

НЕОБХОДИМОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ ИНСТИТУТА КОЛЛЕКТОРСТВА В БАНКОВСКУЮ СФЕРУ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Общеизвестно, что на сегодняшний день одним из основных источников получения прибыли в банковской сфере является кредитование.

Тенденция развития банковского сектора в Республике Беларусь свидетельствует о том, что объём кредитования постоянно повышается и соответственно увеличивается величина кредитной задолженности (в основном по потребительским кредитам). О приоритетности развития кредитования физических лиц, как одного из основных сегментов рынка розничных банковских услуг, свидетельствуют высокие темпы роста отечественного потребительского кредитования и большая заинтересованность в данных процессах не только банковских учреждений, но и субъектов хозяйствования, осуществляющих торговлю относительно дорогими товарами (автомобили, мебель, бытовая техника и т.д.). Пакет кредитных услуг, предоставляемых банками и торговыми организациями рядовым потребителям, постоянно расширяется. Однако, несмотря на положительные тенденции, в последнее время банковские учреждения стали чаще сталкиваться с несвоевременным погашением кредитов или их невозвращением (на протяжении 2004-2005г.г. наблюдался рост проблемных кредитов, (рис. 1).

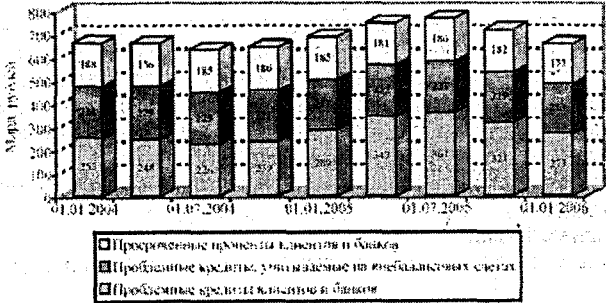


Рисунок 1. Проблемная кредиторская задолженность по банковским учреждениям Республики Беларусь за 2004-2005гг.

(по данным Отчёта Национального банка РБ о развитии банковской системы Республики Беларусь и банковского надзора за 2005 год)

Просроченная и безнадежная задолженности являются наиболее сложными видами задолженностей, подлежащих возврату. *Просроченной задолженностью* называют своевременно не погашенную сумму финансовых обязательств. *Безнадежными долгами* называют - часть задолженности, получение которой признано невозможным из-за отказа суда во взыскании, или неплатежеспособности должника. В последнем случае задолженность не аннулируется, а отражается за балансом в течение нескольких лет в расчете на улучшение положения должника.

По нашему мнению, действующая на сегодняшнее время система по взысканию возникшей просроченной задолженности не достаточно налажена. Она включает в себя:

- ✓ звонок заёмщику;
- ✓ звонок поручителям;
- ✓ работа непосредственно с поручителями;
- ✓ судебное взыскание задолженности.

В условиях бурного развития рынка розничных финансовых услуг возможности работать с быстро растущим портфелем проблемных долгов самостоятельно или с помощью судебных органов становится затруднительно.

Всё это приводит к тому, что банк теряет свою ресурсную базу. Более того, возникает угроза несвоевременного возврата средств, размещённых вкладчиками в банке.

Для белорусских банков сегодня важно не только анализировать и сегментировать возникающую проблемную задолженность, но и разрабатывать, совершенствовать различные стратегии ее возврата.

Зарубежный опыт показывает, что одним из основных путей решения проблемы невозврата задолженностей на сегодняшний день является функционирование института коллекторства как основного органа, позволяющего осуществлять возврат кредитной задолженности как банковским, так и небанковским кредитным организациям.

Механизм коллекторства предусматривает деятельность создания сети коллекторских агентств (от англ. collect - собирать, взимать, инкассировать). Цель деятельности коллекторских агентств - формирование цивилизованной рыночной инфраструктуры, которая позволяет рынку розничного кредитования избежать кризиса неплатежей и продолжить свое активное развитие, а клиентам кредитных организаций, страховых компаний — получать услуги на более выгодных условиях.

Основной частью работы коллекторов на кредитно-долговом рынке является скупка розничных кредитов у банков, по которым возникают просроченные задолженности и сбор проблемной задолженности в пользу третьих лиц.

Преимущества сотрудничества с коллекторским агентством состоят в первую очередь в том, что взыскание задолженности - это основной, а не дополнительный вид его деятельности, и занимаются этим прошедшие специальную подготовку специалисты, владеющие арсеналом знаний из таких областей, как финансы, юриспруденция, социология, психология. Каждый из сотрудников материально мотивирован и заинтересован в конечном результате.

Особенности коллекторского подхода обуславливают именно три свойства взыскиваемой задолженности:

- большое количество дел;
- однотипность дел (одинаковые основания возникновения долга и документы, с ним связанные);
- преимущественно бесспорный характер.

Банки, как правило, отдают коллекторским агентствам на откуп те долги, по которым возможность взыскания сомнительна (обычно с безнадежными долгами предпочитают не работать). Коллекторские агентства далее уже работают с заёмщиками по возврату

этих долгов. То есть банки отходят от работы с этими кредитами самостоятельно и продают их коллекторам. При этом, несмотря на вышесказанное, любая задолженность интересна коллекторскому агентству, и вопрос только в том, насколько велика просрочка по кредиту и сколько это будет стоить самой коллекторской организации.

Необходимо отметить, что возврат долгов частным и юридическим лицам является актуальной сферой работы коллекторского бизнеса. Возможно, необходимо предусмотреть деление коллекторских агентств на работающие с банковскими долгами и специализирующиеся на работе с частными клиентами.

Методы работы с этими двумя категориями клиентов кардинально различаются. Если к частным и юридическим лицам необходим индивидуальный подход, то банковские заказы, как правило, поступают партиями, минимум несколько сотен долгов, поэтому там возможна некоторая автоматизация.

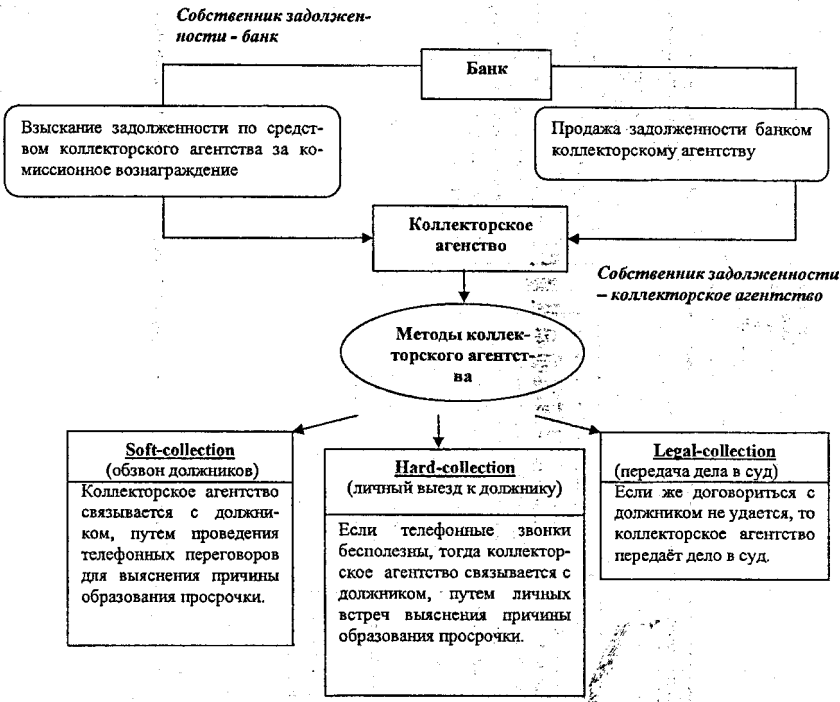


Рисунок 2. Схема возврата долгов банка с помощью коллекторского агентства

Также нельзя обойти стороной и проблему соотношения индивидуального подхода по досудебному решению долгового конфликта и решения вопроса по шаблону. Наверное, нет профессионалов, оспаривающих необходимость применения индивидуального подхода при разрешении вопроса об отдельном крупном долге. Каждый долговой случай, даже мелкий и банальный – индивидуален, сотрудники коллекторского агентства ведут свою работу с начала и до самого конца.

В результате не происходит разрыва между исполнителями различных этапов досудебного взыскания задолженности, единственный исполнитель знает, чем в процессе

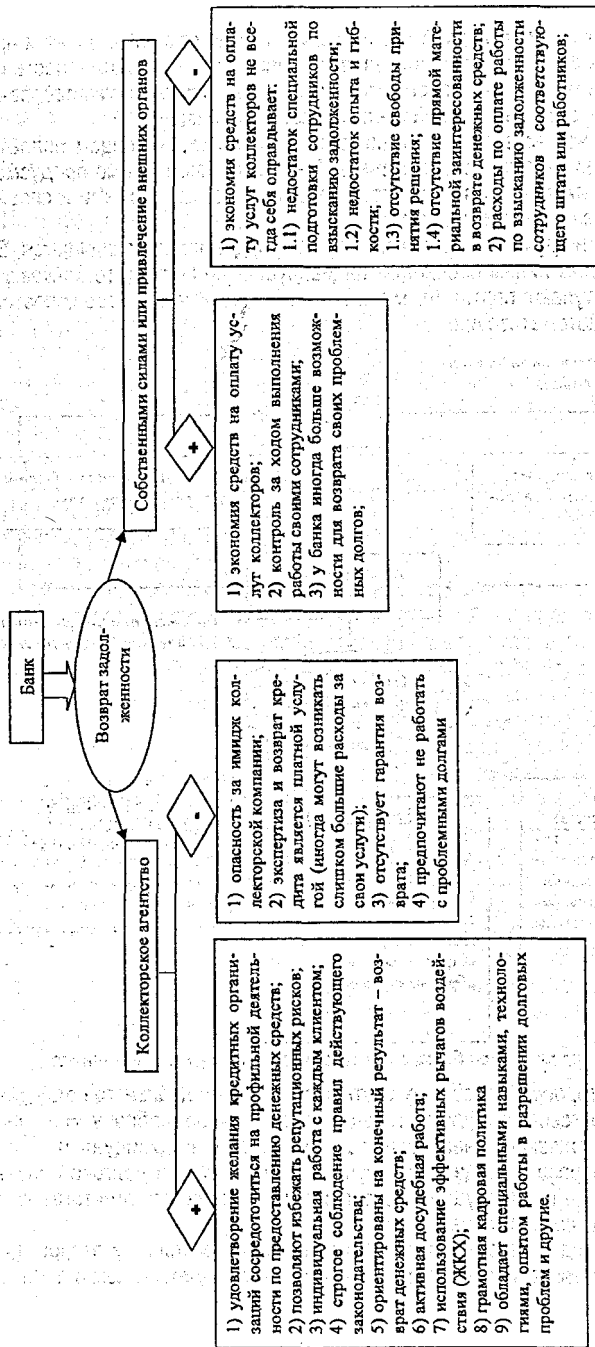


Рисунок 3. Преимущества и недостатки института коллекторства.

переговоров с должником стоит сделать акцент. Посмотрим подробнее процесс возврата банковской задолженности посредством коллекторского агентства (рис.2).

За свою работу коллекторы берут комиссионные платежи.

Необходимо отметить, что институт коллекторства - легальный вид деятельности, в котором нет места физическому принуждению, вымогательству или иным методам, используемым для аналогичных целей вне правового поля. В этой связи такую деятельность принято относить к сфере финансовых и юридических посреднических услуг, так как основу ее составляет внесудебное взыскание долгов, а именно - ведение переговоров, уговоров, бесед, претензионная работа (рис. 3).

По нашему мнению, институт коллекторства - это одно из самых перспективных направлений на кредитно-долговом рынке Республики Беларусь в настоящее время: в значительной мере предусматривается возможность возврата проблемных банковских задолженностей (за соответствующую оплату) с помощью различных методов и приёмов, а также благодаря профессиональным способностям, опыту самого персонала коллекторского агентства. И в то же время, коллекторство не ущемляет интересы и противоположной стороны долговых отношений, то есть учитываются интересы и кредиторов, и заёмщиков. Поэтому такие агентства на территории Республики Беларусь необходимо создавать и способствовать их развитию и укреплению.

Литература

1. Рудько И. Взыскать задолженность легко? // "Банковский вестник" - 2004. - №10.
2. "Коллекторская деятельность: перспективы развития в Республике Беларусь". - Статья юриста М. Николаева // СПС "КонсультантПлюс".
3. Инструкция "О порядке предоставления (размещения) банками денежных средств в форме кредита и их возврата". - Утверждена Постановлением Правления Национального банка Республики Беларусь № 223 от 28.12.2006.
4. <http://www.nbrb.by/publications/regulrep/>
<http://www.arkb.ru/analytics/>

/ДК 330.142.211.4

Глимович А.С.

Научный руководитель: магистр экономики, доц. Оперовец Т.В.

АМОРТИЗАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА: ПОДХОДЫ К ВЫБОРУ

Основные средства зачастую составляют значительную часть всех активов предприятия. Эффективность текущей финансово-хозяйственной деятельности предприятия, его устойчивое развитие в перспективе во многом зависят от применяемого порядка начисления амортизации объектов основных средств. Во-первых, амортизационные отчисления являются источником инвестиционных ресурсов, которые аккумулируются предприятием. Во-вторых, порядок начисления амортизации тесно связан с налогообложением предприятия. Так, увеличение размера амортизационных отчислений сокращает налогооблагаемую базу по налогу на недвижимость и налогооблагаемую прибыль. Это позволяет уменьшить и перенести на более поздние периоды платежи в бюджет. В-третьих, амортизационные отчисления имеют большое значение и как средства, временно компенсирующие недостаток оборотных средств.

Амортизация представляет собой процесс систематического ежемесячного перенесения стоимости основных средств на издержки производства или обращения либо отнесения ее за счет собственных источников организации. Она начисляется в соответствии Положением о порядке начисления амортизации основных средств и нематериальных

активов, утвержденным постановлением Минэкономики, Минфина, Минстата и анализа, Минархитектуры и строительства Республики Беларусь № 187, от 23.11.2001г. в редакции от 30.03.2004г № 87.

Согласно положению, существует три способа начисления амортизации основных средств: линейный, нелинейный, производительный.

Организация самостоятельно определяет, каким из установленных способов и методов начислять амортизацию. Выбранный порядок закрепляется в учетной политике предприятия.[1]

Варьирование методов начисления амортизации активов вместе с прогнозированием финансовых потоков позволяет осуществлять налоговое планирование, регулируя величину подлежащих уплате налогов и сборов в отчетном периоде.

Так, увеличение амортизации ведет к увеличению издержек производства или обращения, что приводит к сокращению налогооблагаемой базы по налогу на прибыль. Сокращение балансовой стоимости вследствие амортизационных отчислений приводит к снижению налога на недвижимость.[2]

Сравним экономическую выгоду от использования различных методов начисления амортизации на примере. В качестве оценочных критериев рассмотрим следующие показатели:

- величину дисконтированного денежного потока (амортизационного фонда);
- скорость накопления амортизационного фонда;
- величину налоговой экономии.

Пример: Первоначальная стоимость оборудования — 220 млн руб., срок эксплуатации — 5 лет. Необходимо определить суммы амортизационных отчислений по годам при разных способах начисления амортизации.

Так как стоимость денег с течением времени меняется, то целесообразно рассчитывать вместе с амортизационными отчислениями и дисконтированные показатели. Дисконтирование - процесс приведения разновременных денежных потоков к текущему моменту времени.[3] В качестве ставки дисконтирования примем доходность по государственным краткосрочным облигациям в размере 12% годовых.

Расчет амортизационных отчислений представлен в таблице.

Таблица .1 Амортизационные отчисления при различных способах начисления амортизации.

Годы	Линейный способ	Нелинейный способ		Коэффициент дисконтирования	Дисконтированная стоимость		
		Метод суммы чисел лет	Метод уменьшаемого остатка		Линейный способ	Метод суммы чисел лет	Метод уменьшаемого остатка
1-ый	44,0	73,3	88,0	1	44,0	73,3	88,0
2-ой	44,0	58,7	52,8	0,89	39,16	52,24	46,99
3-ий	44,0	44	31,7	0,79	34,76	34,76	25,04
4-ый	44,0	29,3	19	0,71	31,24	20,80	13,49
5-ый	44,0	14,7	28,5	0,63	27,72	9,26	17,95
Итого	220,0	220,0	220,0		176,88	190,36	191,47

Стоимость будущих амортизационных отчислений тем больше, чем больше они приближены к текущему моменту.[3] Так как в начале срока эксплуатации объекта суммы амортизационных отчислений были сравнительно выше при применении метода уменьшаемого остатка, то достигнутый сравнительный эффект при данном методе также выше.

Амортизационные отчисления, включенные в себестоимость продукции и, соответственно, в ее цену, оплачиваются покупателем и возвращаются предприятию в виде выручки. В дальнейшем данные денежные средства используются на приобретение новых

основных фондов или, несмотря на их целевое назначение, направляются на текущие нужды предприятия (например, для погашения долгов перед поставщиками и т.д.). Соответственно, каждое предприятие заинтересовано в более быстром накоплении амортизационных отчислений.

Расчетные данные таблицы 1 свидетельствуют, что использование нелинейного способа позволяет значительно ускорить накопление капитала. Так, за первые 2 года скорость накопления при начислении амортизации методом уменьшаемого остатка по сравнению с линейным способом в 1,63 раза выше.

Так как амортизационные отчисления являются элементом себестоимости продукции, то их рост приводит к уменьшению прибыли и, соответственно, снижению налогооблагаемой базы при уплате налога на прибыль. Используя нелинейный способ начисления амортизации, в первые годы эксплуатации объекта на затраты относится большая часть стоимости имущества, соответственно в последующие годы — меньшая часть. В результате срок уплаты налога на прибыль смещается во времени (к более поздним периодам). Сравним, исходя из фактора стоимости денег во времени, налоговую экономию при различных способах начисления амортизации (ставка налога 24%). [4]

Таблица 2. Налоговая экономия при различных способах начисления амортизации

Годы	Коэффициент дисконтирования	Линейный способ	Нелинейный способ	
			Метод суммы чисел лет	Метод уменьшаемого остатка
1-ый	1	10,56	17,59	21,12
2-ой	0,89	9,39	12,53	11,27
3-ий	0,79	8,34	8,34	6,01
4-ый	0,71	7,49	4,99	3,24
5-ый	0,63	6,65	2,22	4,31
Итого		42,43	45,67	45,95

Результаты таблицы свидетельствуют, что в рассматриваемом примере наибольшая экономия средств будет получена при начислении амортизации методом уменьшаемого остатка. Кроме уменьшения налога на прибыль снизится и сумма налога на недвижимость, так как базой для его определения является остаточная стоимость основных производственных фондов.

При сравнении между собой различных способов начисления амортизации можно сделать вывод о неоспоримой эффективности нелинейного метода. Использование нелинейного способа начисления амортизации за счет больших отчислений в первые годы эксплуатации объекта основных средств ведет к улучшению финансового состояния предприятия (минимизируются налоги), способствует скорейшему внедрению в производство прогрессивного высокопроизводительного оборудования (за счет быстрого накопления финансовых ресурсов в виде амортизационных отчислений).

Линейный способ является самым простым и давно используется в бухгалтерском учете. Этот способ позволяет в условиях высокой конкуренции получить постоянное значение расходов в течение жизненного срока активов и сократить себестоимость выпускаемой продукции. Вместе с тем линейная амортизация не учитывает неравномерность износа основных средств в отдельные периоды времени и не способствует в должной мере инновационному процессу на предприятии. [2]

Производительный способ начисления амортизации позволяет перевести статью расходов, связанную с амортизацией, из разряда условно постоянных в разряд переменных затрат. Это повысит эффективность финансового планирования, с одной стороны, и возможности варьирования ценообразованием — с другой. Данный способ удобен в слу-

чае, если основное средство используется для выпуска одного вида продукции или амортизация начисляется по автотранспортному средству, где ее можно напрямую соотнести с пробегом. В условиях колебания объемов производства применение производственного способа оптимизирует формирование себестоимости выпускаемой продукции.[2]

Следовательно, можно сделать вывод, что, применяя различные способы начисления амортизации, можно добиться рационального соотношения между желаемой величиной и распределением во времени налоговых платежей.

Литература

1. Положение «О порядке начисления амортизации основных средств и нематериальных активов», (утв. Министерством Финансов РБ, Министерством статистики и анализа РБ, Минстройархитектуры РБ, 23.11.2001 г. № 187/110/96/18).
2. Левкович А.О. Амортизационная политика / Финансы, учет, аудит.-2006.-№ 11.-с.28-32.
3. Ковалев В.В. Методы оценки инвестиционных проектов. –М.: Финансы и статистика, 2000. – 144 с.
4. Лешко В. Как с помощью амортизации на налогах улучшить финансовое состояние / Финансовый директор.-2005.-№ 12.

УДК 330.142.211.4

Климович А.С.

Научный руководитель: доц. Оперевец Т.В.

ПРОБЛЕМЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ АМОРТИЗИРУЕМОЙ СТОИМОСТИ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

Основные средства на предприятии занимают значительную долю всех активов организации. Достоверное определение того, какая часть стоимости основных средств будет списана на издержки в текущем периоде, оказывает большое влияние на предоставляемые хозяйствующим субъектом результаты деятельности. Амортизируемая стоимость имеет большое практическое значение, поскольку оказывает влияние на величину издержек в части амортизационных отчислений и, в конечном итоге, на финансовый результат организации. Поэтому правильное определение амортизируемой стоимости является одной из важных задач бухгалтерского учета основных средств.

В зависимости от конкретных условий амортизации амортизируемая стоимость является:

- 1) при неизменных условиях функционирования объектов – стоимостью, по которой объект основных средств отражается в бухгалтерском учете;
- 2) при изменении способов и методов начисления амортизации, а также условий функционирования объектов – недоамортизированной стоимостью объектов основных средств. Ее величина представляет собой разницу между стоимостью, по которой объекты числятся в бухгалтерском учете и величиной накопленной амортизации.[1]

То есть в первом случае:

Амортизируемая стоимость = Первоначальная стоимость;

во втором случае:

Амортизируемая стоимость = Остаточная стоимость.

Таким образом, в соответствии с применяемой в Республике Беларусь методикой определения амортизируемой стоимости, основные средства на протяжении срока эксплуатации амортизируются в полном объеме. Однако, как показала практика, в большинстве случаев они не могут быть самортизированны полностью. Даже при полной потере своих эксплуатационных свойств основные средства представляют собой совокуп-

ность различного рода деталей, узлов, частей, которые могут быть использованы в дальнейшем для нужд предприятия либо реализованы на сторону в том или ином виде.

Исходя из выше изложенного, можно сделать вывод, что использование существующей методики на практике приводит к завышенному начислению амортизации, и следовательно, к необоснованному увеличению себестоимости продукции и занижению конечного финансового результата деятельности организации на сумму возвратных материалов, полученных при выбытии объектов основных средств.

В международной практике бухгалтерского учета стоимость возвратных материалов, полученную при выбытии объектов основных средств, принято называть ликвидационной стоимостью. В соответствии с Международным стандартом финансовой отчетности № 16 «Основные средства» *ликвидационная стоимость* – это чистая величина, которую предприятие предполагает получить от ликвидации, выбытия, объекта в конце срока его полезного использования (за вычетом затрат на его ликвидацию). При этом стандарт содержит норму, согласно которой в случае, когда по окончании срока полезной службы актива компания рассчитывает получить за него некоторую сумму, амортизируемая стоимость актива будет равна разнице между его первоначальной (восстановительной) и ликвидационной стоимостью.

Согласно МСФО № 16 ликвидационная стоимость также должна быть определена в момент приобретения основного средства самостоятельно бухгалтером организации, как сумма, которую, по его оценке, можно было бы получить за данный актив сейчас, если бы этот актив достиг значительного возраста и был в состоянии, в котором он может быть в конце срока полезной службы. Однако, на мой взгляд, такая оценка будет не точной, так как бухгалтер зачастую будет опираться лишь на свою интуицию, а не на математическое обоснование.[2]

Многие авторы целесообразность определения ликвидационной стоимости основных средств обосновывают такими критериями, как значительность ликвидационной стоимости и точность оценки на этапе ее планирования.

Значительность ликвидационной стоимости рассматривают по двум направлениям:

- 1) значительность стоимости полезных остатков, полученных от выбытия;
- 2) значительность величины затрат на демонтаж и ликвидацию основных средств.

Критерий значительности стоимости полезных остатков целесообразно устанавливать по отношению к фактической стоимости основных средств. Такой подход наиболее адекватно позволит рассчитать величину амортизационной стоимости активов. Для критерия значительности затрат на демонтаж следует учитывать, каким способом будет осуществляться ликвидация объекта. [3]

Решающим же моментом при принятии решения о том, нужно ли для какого-либо объекта основных средств определять ликвидационную стоимость или нет, является решение субъектов хозяйствования, а мотивация его может быть разнообразна.

В белорусских положениях по учету основных средств нет указаний для расчета ликвидационной стоимости при определении амортизируемой стоимости. Ликвидационная стоимость на практике определяется по фактической стоимости ликвидационных остатков объектов в момент его выбытия и снятия с учета.

Отсутствие в национальном учете идентификации амортизируемой стоимости основных средств в случае наличия ликвидационной стоимости может привести к негативным фактам хозяйственной деятельности субъекта:

- 1) излишне начисленной амортизации и как следствие излишнее накопление амортизационного фонда;
- 2) завышение себестоимости производимой продукции, увеличение налогов, относимых на себестоимость продукции и как следствие снижение прибыли от реализации

продукции, ухудшение финансового состояния предприятия, что недопустимо в современных условиях хозяйствования, так как это ведет к потере источников обновления основных средств, материального стимулирования работников и т.д.

Таким образом, на мой взгляд, целесообразно дать следующее определение амортизируемой стоимости:

Амортизируемая стоимость – это стоимость основных средств, подлежащая амортизации, устанавливаемая расчетным путем в результате уменьшения первоначальной стоимости на величину ликвидационной.

Литература

1. Положение «О порядке начисления амортизации основных средств и нематериальных активов», (утв. Министерством Финансов РФ, Министерством статистики и анализа РФ, Минстройархитектуры РФ, 23.11.2001 г. № 187/110/96/18).
2. Рожнова О.В. Международные стандарты бухгалтерского учета и финансовой отчетности: Учеб. пос. - М., 2003.
3. Фоменко В.В. Проблемные вопросы определения амортизируемой стоимости основных средств / Бух. учет и анализ.-2006.-№ 3.-С. 28-31.

УДК 338.512

Кондратьев М. А.

Научный руководитель: асс. Дружинина Е. О.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ НА ПРОИЗВОДСТВО И РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОДУКЦИИ

В настоящее время одним из актуальных направлений исследования на микроуровне является анализ методики управления затратами на производство и реализацию продукции предприятия, а также разработка предложений по её совершенствованию с учётом мирового опыта. Данная методика позволяет обеспечить оптимальный уровень издержек производства, максимизировать прибыль, повысить конкурентоспособность предприятия.

При анализе структуры затрат в мировой практике используются операционный (CVP-анализ) анализ, основными характеристиками которого являются операционный, финансовый и интегральный рычаги.

Операционный рычаг (леверидж) выражает зависимость финансовых результатов операционной деятельности предприятия, при прочих равных условиях, от изменения объема производства и реализации товарной продукции, постоянных расходов и переменных издержек на производство продукции.

В процессе хозяйственной деятельности в целях увеличения прибыли предприятие достаточно часто прибегает к привлечению заёмных средств, что приводит к увеличению постоянных затрат и оказывает влияние на рентабельность собственного капитала. Зависимость уровня дополнительно генерируемой прибыли на собственный капитал при различной доле использования заёмных средств выражает финансовый рычаг (леверидж).

Определение совокупного влияния структуры затрат и структуры капитала на деятельность предприятия, а также управление этими параметрами осуществляется на основе анализа операционно-финансового рычага (интегрального левериджа).

Действие операционного (производственного, хозяйственного) рычага проявляется в том, что любое изменение выручки от реализации всегда порождает более сильное изменение прибыли. [1]. Графическая интерпретация действия операционного рычага представлена на рис. 1.

Силу воздействия операционного рычага можно вычислить по формуле:

$$СВОР = \frac{ТМ}{Pr} = \frac{FC + Pr}{Pr} = 1 + \frac{FC}{Pr}, \quad (1)$$

где СВОР – сила воздействия производственного рычага в долях единицы;
 ТМ – маржинальный доход в абсолютном выражении;
 Pr – прибыль от реализации в абсолютном выражении;
 FC – постоянные затраты в абсолютном выражении.

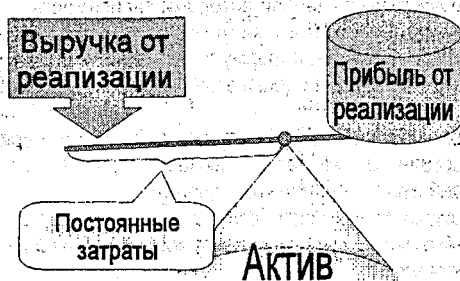


Рис.1 Графическое представление действия операционного рычага

Таким образом, эффект операционного рычага представляет собой эластичность прибыли по выручке от реализации:

$$СВОР = \frac{\Delta Pr / Pr}{\Delta TR / TR} = \frac{Pr, \%}{TR, \%}, \quad (2)$$

где ΔPr – абсолютное изменение прибыли от реализации;
 ΔTR – абсолютное изменение выручки от реализации;
 Pr – относительное изменение прибыли от реализации;
 TR – относительное изменение выручки от реализации.

Рассмотренный показатель позволяет количественно выразить зависимость между риском, рентабельностью и ликвидностью.

Как известно, рост постоянных затрат (FC) при превращении денежного капитала в основные средства (ОС) количественно выражается в снижении ликвидности и даёт при этом возможность надеяться на большую рентабельность суммарных активов. Данная ситуация также увеличивает риск хозяйственной деятельности предприятия. Используя в качестве аналога для сравнения понятие «рычага» в физике, заметим, что это увеличивает «плечо» рычага. На него с силой воздействует выручка от реализации, поднимая вверх величину прибыли от реализации. Описанную логическую цепочку можно представить в следующем виде:

$$ОС \uparrow \rightarrow FC \uparrow \rightarrow СВОР \uparrow \rightarrow R_a \uparrow,$$

где R_a – (в этом случае) общая рентабельность активов, зависящая от прибыли от реализации;

ОС – основные средства.

Величина эффекта операционного рычага количественно характеризует взаимосвязь этих показателей [2].

Кроме того сила воздействия операционного рычага показывает, на сколько процентов изменится прибыль при изменении выручки от реализации на один процент. Таким образом, зная данные о росте выручки от реализации продукции и силу воздействия

операционного рычага, можно прямым способом определить рост прибыли при увеличении объема выпуска продукции. Чем больше доля постоянных затрат в структуре общих издержек, тем сильнее сила воздействия операционного рычага [3].

При значительном росте объема активов, в частности, капиталовложениях (инвестициях) в производство, при увеличении накладных расходов происходит рост постоянных затрат. В такой ситуации финансовому менеджеру крайне важно знать, как увеличение постоянных затрат отразится на величине будущей прибыли. Решением данной проблемы может служить выведенная авторами зависимость допустимого темпа роста себестоимости от темпа роста выручки от реализации и объема активов с учетом изменения постоянных затрат. Данная формула поможет менеджеру принимать эффективные управленческие решения для оценки экономической целесообразности изменения уровня постоянных затрат.

Предположим, что постоянные затраты в будущем периоде возрастут в K -раз по сравнению с постоянными затратами текущего периода, и на этой основе выведем формулу силы воздействия операционного рычага.

Введем следующие условные обозначения:

TR_1, TR_2 – абсолютные значения выручки от реализации отчётного и будущего периода, соответственно;

VC_1, VC_2 – абсолютное значение переменных издержек отчётного и будущего периода, соответственно;

FC_1, FC_2 – абсолютное значение постоянных издержек отчётного и будущего периода, соответственно;

T_{TR} – темп роста выручки от реализации, выраженный десятичной дробью;

Pr_1, Pr_2 – абсолютное значение прибыли от реализации отчётного и будущего периода, соответственно;

$СВОР_{FC}$ – сила воздействия операционного рычага с учётом изменения постоянных издержек, в долях единицы;

TM_1, TM_2 – абсолютное значение валовой маржи отчётного и будущего периода, соответственно.

Как известно, прибыль от реализации есть разница между выручкой от реализации и суммой переменных и постоянных издержек на производство продукции:

$$Pr = TR \cdot (VC + FC) \quad (3)$$

Далее, принимая во внимание, что

$$\frac{TR_2}{TR_1} = T_{TR}, \quad FC_2 = K \cdot FC_1, \quad VC_2 = T_{TR} \cdot VC_1, \quad TM_2 = TR_2 - VC_2 \text{ запишем выражение}$$

(3) для будущего периода:

$$Pr_2 = TR_2 - (VC_2 + FC_2) = TM_2 - FC_2 \quad (4)$$

$$\text{или } Pr_2 = T_{TR} \cdot TM_1 - K \cdot FC_1 \quad (5)$$

Используя принцип операционного рычага, воздействие которого определяет более сильную динамику прибыли при определенном изменении выручки от реализации и проведя ряд математических преобразований, получим:

$$Pr_2 = Pr_1 \cdot (СВОР \cdot (T_{TR} - 1) + 1) \quad (6)$$

Далее приравняв правые части выражений (5) и (6) и выразив $СВОР$, получим:

$$СВОР_{FC} = \frac{T_{TR} \cdot TM_1 - K \cdot FC_1 - Pr_1}{Pr_1 \cdot (T_{TR} - 1)} \quad (7)$$

Таким образом, выражение (7), определяющее силу воздействия операционного рычага ($СВОР_{FC}$) в случае изменения постоянных затрат в будущем периоде, отражает темп динамики прибыли при заданном изменении выручки от реализации.

Подтвердим правильность выведенной зависимости (7) на примере, определив прибыль будущего периода расчётным способом и при помощи предложенной нами формулы.

Данные для расчёта: $TR_1 = 750000$ д.е.; $VC_1 = 422400$ д.е.; $TM_1 = 327600$ д.е.; $FC_1 = 105510$ д.е.; $Pr_1 = 222090$ д.е. Примем темп роста выручки от реализации $T_{TR} = 1,2$, а темп роста постоянных затрат $K = 1,1$, то есть мы предполагаем, что выручка предприятия увеличится на 20%, а постоянные затраты возрастут на 10%.

I. Расчётный способ:

$$TR_2 = TR_1 * T_{TR} = 750 \text{ тыс. д.е.} * 1,2 = 900 \text{ тыс. д.е.}$$

$$VC_2 = VC_1 * T_{TR} = 422,4 \text{ тыс. д.е.} * 1,2 = 506,88 \text{ тыс. д.е.}$$

$$FC_2 = FC_1 * K = 105,51 \text{ тыс. д.е.} * 1,1 = 116,061 \text{ тыс. д.е.}$$

$$\text{Отсюда, } Pr_2 = TR_2 - (VC_2 + FC_2) = 900 - (506,88 + 116,061) = 277,059 \text{ тыс. д.е.}$$

II. При помощи формулы (7):

$$СВОР_{FC} = \frac{1,2 * 327,6 - 1,1 * 105,51 - 222,09}{222,09 * (1,2 - 1)} = 1,2375.$$

Следовательно, применяя принцип операционного левериджа, получим увеличение прибыли на 24,75% ($20\% * 1,2375$), то есть $Pr_2 = 277,059$ тыс.д.е ($222,09$ тыс. д.е $* 1,2475$). Как видим, результаты идентичны, что подтверждает правильность выведенной формулы.

Аналогичным образом можно вывести зависимости изменения чистой прибыли от изменения прибыли от реализации (финансовый рычаг) и изменение чистой прибыли от изменения выручки от реализации (интегральный рычаг) с поправкой на изменение постоянных затрат.

Приведенная модель позволяют определить:

- силу воздействия операционного рычага в случае изменения постоянных затрат в будущем периоде;
- прибыль при заданном (планируемом) темпе роста выручки от реализации и уровне постоянных затрат;
- предельный темп роста постоянных затрат (тот критический объём постоянных затрат, при котором ещё будет наблюдаться рост прибыли).

Данная модель является инструментом для решения следующих тактических задач предприятия:

- планирования платежей по налогу на прибыль;
- принятия оперативных управленческих решений;
- выработки деталей коммерческой политики предприятия;
- выбора наиболее эффективной программы обновления основных фондов предприятия и т.д.

Доработанная авторами методика существенно облегчает процедуру расчёта текущих и подбора желаемых показателей, необходимых для принятия управленческих решений в области затрат на производство и реализацию продукции, давая тем самым возможность финансовому менеджеру оперативно и взвешенно принимать решение о необходимости увеличения или снижения затрат (главным образом, постоянных).

Литература

- 1. Финансовый менеджмент: теория и практика: учебник / под редакцией Е.С.Стойковой. - 6-е издание - М.: Издательство «Перспектива», 2006. - 191 с.
- 2. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: учебное пособие / И.П.Любушин [и др.]; под редакцией профессора Н.П.Любушина. - М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2001. - 223 с.
- 3. Финансовый менеджмент: учебник / Леонтьев [и др.]. - М.: «ООО «Издательство Элит», 2005. - 476 с.

КЛАССИФИКАЦИЯ ЗАТРАТ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА

Целью настоящей работы является представление наиболее эффективной классификации затрат для целей управленческого учета.

Управленческий учет – это управление затратами, а эффективное управление затратами является одной из основных целей любой коммерческой организации, т.к. существенно влияет на финансовые результаты работы.

Первым делом, для результативной организации управленческого учета необходимо применять экономически обоснованную классификацию затрат по определенным признакам. Это поможет не только лучше планировать и учитывать затраты, но и точнее их анализировать, а также выявлять определенные соотношения между отдельными видами затрат и исчислять степень их влияния на уровень себестоимости и рентабельности производства.

В управленческом учете целью любой классификации затрат является оказание помощи руководителю в принятии правильных, обоснованных решений, поскольку менеджер, принимая решения, должен знать, какие затраты и выгоды они за собой повлекут. Поэтому суть процесса классификации затрат – это выделить ту часть затрат, на которые может повлиять руководитель.

Практика организации управленческого учета в экономически развитых странах предусматривает разные варианты классификации затрат в зависимости от целевой установки, направлений учета затрат. Потребители внутренней информации определяют такое направление учета, какое им требуется для обеспечения информацией по исследуемой проблеме.

Подходов к классификации затрат великое множество, но необходимо иметь в виду, что один и тот же классификационный признак в разных направлениях может дать разный результат и наоборот.

Анализируя различные источники, нельзя не заметить, что деление затрат на множество категорий и по многочисленным признакам не предоставляет оперативную информацию для принятия управленческих решений – громоздкость лишь дезориентирует.

Именно поэтому возникает необходимость использования лаконичной и в то же время максимально полной классификации затрат. Одним из эффективных вариантов может послужить приведенный ниже.

Наиболее важными целями, которые преследуют менеджеры и в соответствии с которыми можно представлять классификацию, являются следующие:

- 1) оценка запасов и расчет себестоимости произведенной продукции;
- 2) принятие решений;
- 3) планирование и контроль.

Классификация затрат для оценки запасов и расчета себестоимости произведенной продукции

1. Затраты на продукт и затраты периода.

Затраты на продукт связаны с производством готовой продукции. Эти затраты включаются в стоимость запасов. К затратам на продукт относят основные материалы, основной труд и производственные накладные расходы.

Затраты периода относятся в расходы в том периоде, в котором они возникли, и не включаются в стоимость запасов. Затраты на период включают расходы по продажам (реклама, амортизация торгового оборудования, транспортных средств, доставка и хранение готовой продукции) и административные расходы (зарплата административным

работникам, затраты на командировки административного персонала, амортизация административных зданий и офисного оборудования).

2. Прямые и косвенные.

Прямые называют затраты, которые связаны с производством конкретных видов продуктов. Предприятие для каждого подразделения определяет необходимый перечень прямых затрат по направлениям учета (затраты сырья, материалов и заработная плата производственных рабочих).

Под *косвенными* понимают затраты, которые носят общий для производства нескольких видов продукции характер и включаются в их себестоимость с помощью ставок, процентов, коэффициентов и др. Чаще всего, к косвенным относят производственные накладные расходы, которые нельзя прямо отнести к определенному виду продукции и необходимо распределять.

Деление затрат на прямые и косвенные необходимо для методов Абзорпшен-костинг и Директ-костинг.

3. Входящие и истекшие.

Входящие затраты связаны с обеспечением необходимого наличия запасов незавершенного производства и готовой продукции. От этих затрат ожидается доход в будущем, и они отражаются как активы предприятия.

Те затраты, которые уже принесли доход, рассматриваются как *истекшие*. Таким образом, входящие затраты со временем переходят в разряд истекших.

4. Одноэлементные и комплексные.

Одноэлементными называют затраты, которые на данном предприятии не могут быть разложены на слагаемые. По этому принципу построена классификация по экономическим элементам.

Комплексные затраты состоят из нескольких экономических элементов. Данное определение наиболее обоснованно подходит к общепроизводственным и административным расходам.

Классификация затрат для принятия решений

1. Постоянные, переменные и смешанные.

Постоянные затраты - это затраты, абсолютная величина которых не зависит от объема выпуска продукции в краткосрочном периоде (расходы на содержание зданий, амортизация, заработная плата работников управления). Эти затраты на единицу продукции уменьшаются (увеличиваются) при увеличении (уменьшении) выпуска продукции и чаще всего используются для составления смет на предстоящий период.

Переменными считаются затраты, находящиеся в зависимости от объема производства и подверженные изменению вместе с ним. Это затраты, непосредственно участвующие в производственной деятельности организации. Примером таких издержек могут быть: затраты на сырье и основные материалы, энергию для технологических целей, основную заработную плату производственных рабочих и т.д.

Безусловно, четко разделить затраты на переменные и постоянные весьма сложно, так как некоторые из них являются *смешанными*, то есть состоят из переменной и постоянной части. В качестве примера можно привести затраты на содержание и эксплуатацию оборудования или оплату пользования телефоном, состоящую из фиксированной абонентной платы (постоянная часть) и оплаты междугородних переговоров (переменная слагаемое).

2. Релевантные и нерелевантные.

Релевантные - это затраты, имеющие отношение к принимаемому решению, т.е. принимаемые в расчет.

Нерелевантные - не имеют отношения к принимаемому решению.

Релевантные и нерелевантные затраты и доходы изменяются при принятии решения, в то время как принятие какого-либо решения не влияет на нерелевантные затраты и доходы.

3. Невозвратные.

Невозвратными называют затраты, которые были понесены и не могут быть изменены никаким последующим решением. Данные затраты не следует принимать в расчет при анализе последующих действий.

4. Явные и альтернативные.

Явные затраты - это затраты, которые предприятие осуществляет в процессе производства и продажи продукции (работ, услуг).

Под *альтернативными* затратами подразумевается упущенная выгода, т.е. та, которой пожертвовали в результате выбора одной из альтернатив действий.

Документальным образом альтернативные затраты не отражаются, но являются очень полезными при принятии решений по вложению капитала.

5. Приростные и предельные.

Приростные затраты являются дополнительными и возникают в результате изготовления или продажи дополнительной партии продукции.

Предельные затраты - это приростные затраты в расчете на единицу продукции (товара).

Классификация затрат для целей планирования и контроля

1. Нормативные.

Нормативные затраты - это планируемые затраты на единицу продукта. Их используют для составления смет и оценки выполнения запланированных результатов. По окончании сметного периода фактические затраты сравниваются с нормативными затратами для выявления отклонений.

2. Контролируемые и неконтролируемые.

Контролируемые затраты являются предметом регулирования со стороны менеджера, сфера ответственности которого связана с этими затратами. Как правило, менеджеры осуществляют контроль за издержками через центр затрат. Цель менеджера центра затрат - минимизация затрат и оценка на основе планируемых и фактических затрат.

Неконтролируемые затраты - это расходы, не зависящие от деятельности субъектов управления (например, переоценка основных фондов, повлекшая за собой увеличение сумм амортизационных отчислений, изменения цен на топливно-энергетические ресурсы и др.).

3. Эффективные и неэффективные.

Эффективные - это затраты, в результате которых получают доходы от реализации тех видов продукции, на выпуск которых были произведены эти затраты.

Неэффективные - расходы непроизводительного характера, в результате которых не будут получены доходы, поскольку не будет произведен продукт. Неэффективные расходы - это потери в производстве. К ним относят потери от брака, простоев, недостачи незавершенного производства и материальных ценностей на общезаводских складах и в цеховых кладовых, порчу материалов и др.

Приведенная выше классификация позволяет эффективно управлять затратами, что предоставляет предприятию следующие преимущества:

- производство конкурентоспособной продукции за счет более низких издержек и, следовательно, цен;
- наличие качественной и реальной информации о себестоимости отдельных видов продукции и их позиции на рынке по сравнению с продуктами других производителей;
- возможность использования гибкого ценообразования;
- предоставление объективных данных для составления бюджета предприятия;

- возможность оценки деятельности каждого подразделения с финансовой точки зрения;
- принятие обоснованных и эффективных управленческих решений.

Литература:

1. Вахрушина М.А. Бухгалтерский управленческий учет: Учеб. для студентов вузов, обучающихся по экон. специальностям/ М.А. Вахрушина. – 3-е изд., доп. и пер. – М.: Омега-П, 2004. – 576 с.
2. Карпова Т.П. Управленческий учет: Учебник для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА; 2004. – 351 с.
3. Управленческий учет: Учебник / А.Д. Шеремет, О.Е. Николаева, С.И. Полякова / Под редакцией А.Д. Шеремета. – М.: ИД ФБК – ПРЕСС, 2005. – 344 с.
4. Управленческий учет: Учеб.-практ. пособие / Е.В. Акчурина, Л.П. Солодко, А.В. Казин. – М.: ТК Велби, издательство Проспект, 2006. – 480 с.
5. Керимов В.Э., Минина Е.В. Управленческий учет и проблемы классификации затрат. // Менеджмент в России и за рубежом. – 2002. - №1. // Internet resource: <http://www.GAAP.ru/>

УДК 338.512

Краснова Е.М.

Научный руководитель: доц. Оперовец Т.В.

АБЗОРПШЕН-КОСТИНГ И ДИРЕКТ-КОСТИНГ: ПРОБЛЕМА ВЫБОРА

Целью настоящей работы является представление основных преимуществ и недостатков систем учета полных и переменных затрат, их особенностей, а также обоснование необходимости внедрения прогрессивных методов на отечественных предприятиях.

В современных условиях, когда внешняя среда изменяется в каждую минуту, назрела необходимость в активных действиях в области учетной дисциплины на предприятии, повышении гибкости управленческих решений, большей объективности получаемой информации. Учет на предприятии должен идти «в ногу» со стремительным развитием бизнеса.

Системам учета затрат, традиционно используемым на предприятиях нашей страны, уже сложно и даже невозможно удовлетворять запросы множества субъектов экономических отношений. Именно поэтому проблема совмещения традиционных методов учета затрат с прогрессивными стала весьма актуальной для управленческого персонала.

Наиболее подходящими для решения многих учетных задач на предприятии являются методы Абзорпшен- и Директ-костинг. Рассмотрим их более подробно.

Система учета полных затрат - Absorption-costing (далее АС) - представляет собой систему учета затрат и калькулирования себестоимости продукции, согласно которой все прямые производственные затраты и все косвенные затраты включаются в себестоимость продукции.

Указанная система основывается на классификации затрат по способу отнесения на себестоимость (прямые и косвенные).

Прямые расходы относятся на конкретный вид продукции экономически обоснованным способом. Общая сумма косвенных затрат распределяется по видам продукции пропорционально выбранным коэффициентам распределения. Выбор коэффициентов распределения зависит от отраслевых особенностей, размеров предприятия, его организационной структуры, ассортимента выпускаемой продукции и других факторов. Чем больше затрат в структуре расходов предприятия являются прямыми, тем более точной оказывается величина себестоимости конкретных видов продукции.

На практике применение системы АС очень распространено. Данная система позволяет сформировать полную себестоимость отдельных видов продукции, а также себе-

стоимость незавершенного производства и остатков готовой продукции на складе, рассчитать рентабельность отдельных видов продукции и применяется в ценообразовании, когда цена на продукцию устанавливается по принципу «полные затраты плюс норма прибыли (процент рентабельности)», так называемый затратный метод формирования цены.

Существуют два основных типа АС:

1. Job-Order Costing;
2. Process Costing.

Первый (Job-Order Costing) используется в тех случаях, когда в качестве Cost Object (объект затрат) более целесообразно рассматривать как некую работу. Например - при выполнении существенно отличающихся друг от друга работ типа изготовления штучных изделий или небольших партий. Для организаций из сферы услуг можно привести пример работы адвоката по защите интересов клиента в суде. При таком подходе затраты по каждой работе отслеживаются и аккумулируются отдельно.

Второй (Process Costing) применяется в случаях, когда имеет место непрерывный процесс производства и выделение какой-либо отдельной работы в качестве объекта затрат неоправданно. Как правило, Process Costing используется для процесса непрерывного производства (добыча нефти или газа), где просто не существует отдельных изделий, по которым можно было бы отслеживать затраты. В таком случае расходы распределяются по всей продукции равномерно.

Основными преимуществами данной системы являются:

- возможность рассчитать себестоимость и рентабельность отдельных видов продукции;
- применение в целях финансового учета и составления внешней отчетности;
- возможность рассчитать полную себестоимость готовой продукции, запасов готовой продукции на складе и незавершенного производства;
- широкая сфера применения;
- возможность применения для расчета цены за единицу продукции.

Усложнение организационной структуры предприятий, создание крупных предприятий с развитой региональной структурой значительно меняет структуру затрат в сторону увеличения доли косвенных затрат, что является причиной неоднозначного отнесения затрат к одной группе, усложняет механизм распределения косвенных затрат по объектам затрат и выбор экономически обоснованных коэффициентов распределения.

К основным недостаткам можно отнести следующие:

- субъективность выбора коэффициента распределения;
- при сложной организационной структуре и большом ассортименте продукции существует вероятность выбора некорректной базы распределения; что искажает реальную величину себестоимости и ведет к установлению необоснованных цен;
- неоднозначность отнесения затрат к одной группе;
- невозможность применения для сравнительного анализа себестоимости однородных товаров, производимых разными предприятиями.

Можно сопоставить полные себестоимости одинаковых товаров разных производителей, но качественный анализ структуры себестоимости провести будет невозможно, а именно, невозможно оценить влияние организационной структуры предприятия, доли постоянных затрат на величину себестоимости. Наиболее эффективно применение системы на предприятиях малых и средних размеров, а также предприятиях, производящих один или несколько видов продуктов. На более крупных предприятиях, а также на предприятиях со значительной номенклатурой выпускаемой продукции эффективнее применять систему учета полных затрат в комбинации с другими системами учета.

Одной из таких систем может выступить Директ-костинг.

Система учета затрат Директ-костинг (Direct-costing) представляет собой систему учета затрат и калькулирования себестоимости, согласно которой только переменные производственные затраты включаются в себестоимость продукции и в оценку конечных запасов, а постоянные затраты в общей сумме относятся на финансовый результат деятельности и не разносятся по видам продукции.

В основу системы положено понятие маржинального дохода, который представляет собой доход, полученный предприятием после возмещения всех переменных затрат.

Классификация затрат на переменные и постоянные является основой операционного анализа. Операционный анализ – основной инструмент оперативного планирования на предприятии и служит поиску оптимальных комбинаций между переменными издержками на единицу продукции, постоянными издержками, ценой и объемом продаж.

Данный анализ позволяет найти точку равновесия (точку безубыточности), в которой суммарный объем выручки равен суммарным затратам. Продажи ниже точки безубыточности влекут для предприятия потери.

Основными преимуществами указанной системы выступают:

- установление взаимосвязи между объемом производства, величиной затрат и прибылью;
- определение точки безубыточности, т.е. минимального объема производства, при котором предприятие не получит убытка;
- возможность применения более гибкой системы ценообразования и установление нижней цены единицы продукции, что особенно эффективно при неполной загрузке производственных мощностей и уменьшает затоваривание продукции на складе;
- упрощение расчета себестоимости (по сравнению с системой учета полных затрат), т.к. отсутствует процедура распределения постоянных расходов по видам продукции;
- возможность составления оптимальной производственной программы и плана сбыта продукции;
- возможность определить прибыль, которую приносит продажа каждой дополнительной единицы продукции, что позволяет планировать цены и скидки на определенный объем продаж.

Однако система учета переменных затрат не лишена некоторых недостатков:

- ведение учета затрат только по производственной себестоимости не отвечает требованиям отечественного законодательства в части формирования себестоимости;
- отсутствие информации о полной себестоимости единицы продукции.

Еще одной опасностью применения метода переменных затрат может стать применение его не для расчета минимальной цены единицы продукции, а для проведения политики сниженных цен (т.е. не для дозагрузки производственных мощностей, а для достижения привилегированного положения на рынке). В случае демпинга возникает вероятность того, что часть постоянных затрат не будет покрыта маржинальным доходом и предприятие попадет в зону убытков.

Директ-костинг позволяет руководству заострить внимание на изменении маржинального дохода как по предприятию в целом, так и по различным изделиям: выявить продукцию с большей рентабельностью, чтобы перейти в основном на ее выпуск, так как разница между продажной ценой и суммой переменных затрат не скрывается в результате списания постоянных затрат на себестоимость отдельных изделий. Система обеспечивает возможность быстрого реагирования производства в ответ на меняющиеся условия рынка. Она также становится составной частью маркетинга - системы управления предприятием в условиях рынка и свободной конкуренции.

В этих условиях становится необходимым и целесообразным применение системы Директ-костинг на отечественных предприятиях.

Организация учетной практики на отечественных предприятиях по системе Директ-костинг - не дань моде, а требование сегодняшнего дня. Ее применение способствовало бы повышению эффективности производственной и коммерческой деятельности предприятий, усилению контроля, аналитичности и достоверности исчисляемых показателей и более полному выявлению и использованию резервов снижения себестоимости продукции.

На практике при расчете операционной прибыли в соответствии с каждым методом можно отметить, что в Директ-костинге показатели себестоимости остатков готовой продукции, себестоимости реализованной продукции и, соответственно, прибыли представляются несколько заниженными в сравнении с Абзорпшен-костингом.

Именно в связи с этим метод учета по переменным издержкам неприемлем для налогового учета (отчеты для внешних пользователей, расчет налогов).

А внутри предприятия благодаря Директ-костингу мы получаем более объективную информацию о себестоимости реализованной продукции и полученных финансовых результатах от ее реализации.

В Абзорпшен-костинге операционная прибыль получается более высокой. Казалось бы, почему это плохо? Но ведь высокое значение показателя операционной прибыли мы получаем лишь на бумаге.

В реальности же предприятие затрачивает определенные средства и время на ведение учета с использованием распределения постоянных накладных расходов, непонятно, какие затраты включаются в себестоимость того или иного вида выпускаемой продукции, что усложняет контроль затрат, усложняется процесс ведения ассортиментной политики, т.к. в Абзорпшен-костинге не видно, на каком виде продукции можно сэкономить постоянные расходы, а на каком - нет.

Самым основным недостатком метода учета по переменным издержкам является субъективность оценки запасов готовой продукции, а именно занижение себестоимости запасов.

В дополнение к этому нельзя забывать о требованиях, предъявляемых системой к предприятию и к конъюнктуре рынка в целом. Директ-костинг целесообразно использовать при стабильных:

- ценах на материалы и услуги для производства;
- ассортименте продукции;
- ценах реализации;
- эффективности использования ресурсов.

Итак, по мнению многих специалистов, не стоит противопоставлять Директ- и Абзорпшен-костинг друг другу - следует применять их в синтезе.

Для внутреннего анализа и принятия решений, чтобы отследить динамику постоянных расходов и контролировать ее, нужно использовать систему учета переменных издержек. Для внешней отчетности, для оценки запасов оптимальной является система учета полных затрат.

Для управленческого учета использование метода полных затрат ограничено тем, что косвенные затраты распределяются по видам продукции пропорционально базовому параметру, который зафиксирован при формировании учетной политики. А поскольку абсолютно корректное распределение невозможно, то всегда существует искажение реальной себестоимости отдельных видов продукции. В результате, определение цен на эти виды продукции получается не всегда обоснованным.

Таким образом, управленцам следует понимать, что ланцаи в данной области не существует и «открещиваться» от современных методов учета затрат нельзя, т.к. благодаря их внедрению у предприятия появляется возможность более эффективного управ-

ления прибылью. Главное при выборе системы учета издержек – взвесить все «за» и «против» и использовать лучшие стороны каждого метода.

Литература

1. Карпова Т.П. Управленческий учет: Учебник для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 351 с.
2. Керимов В.Э. Управленческий учет: Учебник. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2001. – 268 с.
3. Управленческий учет: Учебник / А.Д. Шеремет, О.Е. Николаева, С.И. Полякова / Под редакцией А.Д. Шеремета. – М.: ИД ФБК – ПРЕСС, 2005. – 344 с.
4. Керимов В.Э., Селиванов П.В., Минаева Е.В. Концепция управленческого учета на современном этапе развития экономики. // Менеджмент в России и за рубежом. – 2004. - №4. // Internet resource: <http://www.GAAP.ru/>
5. Макарова Л. «Многословная» себестоимость: как выбрать метод беседы. // Консультант. – 2007. - №2. // Internet resource: <http://www.GAAP.ru/>
6. Славников Д.В. Некоторые особенности ценообразования в директ-костинге. // Экономика. Финансы. Управление. – февраль 2007 г. - №2
7. Славников Д.В. Организация оперативного учета и отчетности затрат в системе директ-костинг. // Экономика. Финансы. Управление. – июнь 2006 г. - №6
8. Славников Д.В. Факторный анализ по-новому, или в чем аналитические преимущества директ-костинга. // Экономика. Финансы. Управление. – август 2006 г. - №8

УДК 330.322

Лысюк Р.Н.

Научный руководитель: доц., к.э.н. Драган Т.М.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ И ФАКТОРЫ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ СВОБОДНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЗОНЫ

Целью настоящей работы является систематизация факторов инвестиционной привлекательности СЭЗ, а также изучение их влияния на развитие свободной экономической зоны (на примере СЭЗ “Брест”).

Инвестиционная привлекательность в общем случае представляет собой совокупность факторов экономического и социального порядка, содействующих притоку инвестиций в регион (предприятие, отрасль). Изучение инвестиционной привлекательности направлено на выявление параметров, способствующих притоку иностранного капитала и аккумуляции финансовых средств отечественных субъектов хозяйствования. Сегодня на государственном уровне большое внимание уделяется привлечению инвестиций, что повышает значимость такого эффективного инструмента, как свободные экономические зоны, которых в Республике Беларусь насчитывается шесть – “Брест”, “Минск”, “Томель - Ратон”, “Витебск”, “Гродноинвест” и “Могилев”. В связи с неравномерным увеличением динамики инвестиционных вложений и снижением темпов роста объемов иностранных инвестиций в СЭЗ изучение такой характеристики, как инвестиционная привлекательность с целью продолжения благоприятных тенденций по производственному и финансовому развитию становится все более актуальной.

Различают факторы инвестиционной привлекательности внешнего и внутреннего порядка (Рис.1).

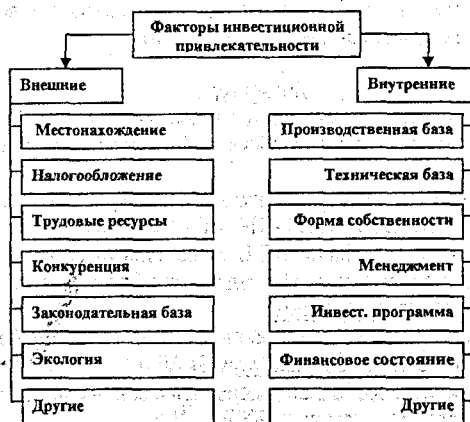


Рис.1 Факторы инвестиционной привлекательности СЭЗ

Рассмотрим данную совокупность факторов в отношении СЭЗ "Брест".

Местонахождение СЭЗ "Брест" привлекательно для инвесторов в связи с тем, что город располагает превосходными возможностями в качестве современного транзитного узла. Близость к границе Европейского Союза создает благоприятные предпосылки для притока иностранного капитала в регион. По инициативе резидентов СЭЗ "Брест" на их производственных территориях и объектах устанавливается режим свободной таможенной зоны (СТЗ). При этом при ввозе иностранных и отечественных товаров на территорию СТЗ и при вывозе продукции собственного производства с территории СТЗ за пределы республики и в рамках импортозамещения таможенные пошлины не взимаются и меры экономической политики не принимаются [1].

Для резидентов СЭЗ "Брест" действует специальный **налоговый режим**: ставка налога на прибыль – 12% при реализации продукции за пределы РБ (в целом по республике – 24%). Прибыль, полученная резидентами СЭЗ за счет реализации услуг и продукции собственного производства, освобождается от налогообложения сроком на 5 лет с момента ее объявления.

Указанные факторы позитивно влияют на привлечение инвестиций, и положительный эффект от притока финансовых вложений отражается в увеличении налоговых поступлений в бюджет. СЭЗ "Брест" в 2005 году являлась "лидером" по уплате налогов среди свободных экономических зон Республики Беларусь - 45% от общей суммы налоговых отчислений всех свободных экономических зон вместе взятых. В стоимостном выражении это составило 76223,8 млн. руб. [2]

Следующим фактором инвестиционной привлекательности является и наличие свободных **трудовых ресурсов**. После глобальных изменений в стране в связи с распадом СССР большинство отечественных предприятий пришли в состояние банкротства или близкое к нему. Из-за потери рынков сбыта, утраты финансовой поддержки, оказавшись не в состоянии выйти из кризиса, большинство градообразующих предприятий были вынуждены сократить объемы производства, и, как следствие, численность сотрудников. Создание свободной экономической зоны способствует решению проблемы занятости в регионе, что проявляется в росте числа работников в СЭЗ (Рис. 2).

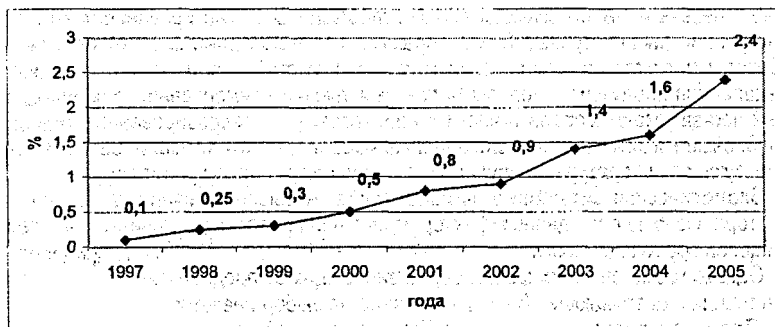


Рис.2 Динамика численности работников СЭЗ "Брест" в списочной численности работников Брестской области

С развитием СЭЗ решается ряд социальных вопросов, связанных с созданием необходимых условий для занятости квалифицированных кадров и повышением благосостояния населения.

Положительный эффект от развития СЭЗ в большой степени связан с притоком инвестиций, что в конечном счете отражается на объемах производства. Рост объема продукции, выпущенной предприятиями свободной экономической зоны "Брест", можно наблюдать на рис.3 [1].

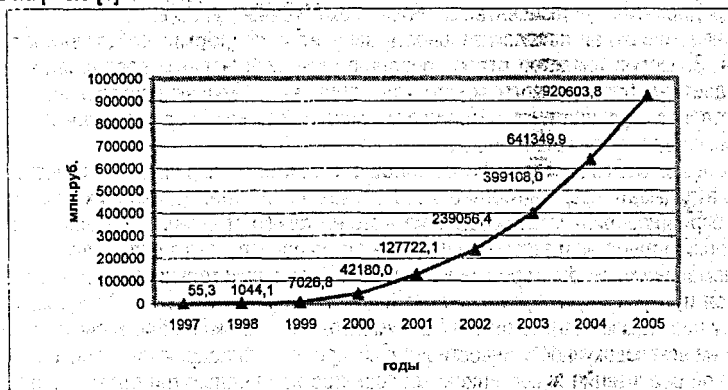


Рис.3 Объем продукции, произведенной резидентами СЭЗ "Брест"

Значимым фактором, влияющим на инвестиционную привлекательность свободной экономической зоны, является **стабильность** экономического законодательства. Данный фактор зависит от изменений нормативно-правового характера, касающихся регулирования деятельности предприятий-резидентов СЭЗ. За период с 2004 по 2006 г. в СЭЗ дважды происходили значительные изменения законодательной базы, которые отрицательно сказывались на предприятиях - резидентах СЭЗ, и, как следствие, на активности инвесторов.

Следующим внешним фактором является уровень конкуренции. В свободной экономической зоне налажено производство новых, ранее не выпускавшихся в республике товаров по передовым технологиям и на современном оборудовании, и поскольку в стране действует гибкая программа импортозамещения, то товарные позиции, включен-

ные в перечень импортозамещающих, освобождены от квотирования при поставках на внутренний рынок страны. Таким образом, на сегодняшний момент предприятия СЭЗ "Брест" отличаются высоким уровнем конкурентоустойчивости, на них выпускается промышленная продукция и товары более чем тысячи наименований. Наибольший удельный вес занимают мебель и части к ней, готовые и консервированные морепродукты, колбасные мясные изделия, шоколадные изделия, краски и эмали, бытовая топливоиспользующая аппаратура, оборудование и машины дорожной разметки [3].

Экологическая ситуация в регионе также оказывает влияние на предпочтения инвестора. Особую роль данный фактор играет при привлечении капитала на предприятия пищевой промышленности.

Однако кроме внешних факторов, не зависящих от предприятия, существуют также и внутренние, оказывающие большое влияние на выбор инвестора.

Производственно-техническая база предприятия оказывает огромное влияние на инвестиционную привлекательность, т.к. от уровня производственно - технологической оснастки и изношенности оборудования зависит качество и конкурентоспособность выпускаемой продукции. На предприятиях - резидентах СЭЗ "Брест" данный показатель очень высок, т.к. свободной экономической зоне только 11 лет и большинство предприятий сами не только закупали новое оборудование при открытии своих производств, но и строили новые производственные и административные здания.

Следующим внутренним фактором инвестиционной привлекательности является **менеджмент**. Именно благодаря более четкой организации бизнеса и лучшего управления уровень производительности труда в СЭЗ "Брест" выше (примерно в 1,5 - 2 раза), чем на предприятиях-нерезидентах свободной экономической зоны.

Инвестиционная привлекательность зависит и от **формы собственности** предприятия. Зачастую инвестор отдает предпочтение акционерным предприятиям, поскольку это дает ему большую возможность контролировать текущую деятельность организации, участвовать в принятии стратегических решений и, как следствие, обеспечить возврат своих средств через дивиденды.

Большое значение имеет **финансовое состояние** предприятия, т.к. инвестор предпочитает вкладывать средства только в том случае, если будет уверен в их возврате. Поэтому благоприятное финансовое состояние - это не только отражение хорошей работы на сегодняшний момент, но и залог успешного развития предприятия в дальнейшем.

Немаловажным фактором инвестиционной привлекательности является **инвестиционная программа**, от уровня которой зависит выбор инвестора. Также зачастую инвестору необходимо ознакомиться с документами не только на финансируемый им проект, но и на всю совокупность инвестиционных проектов предприятия. Наличие примеров успешной реализации инвестиционных проектов на предприятии стимулирует инвесторов к вложению средств.

Таким образом, анализ факторов инвестиционной привлекательности СЭЗ "Брест" показывает, что несмотря на наличие ряда сложностей для иностранных и отечественных инвесторов все же привлекательность СЭЗ остается еще на достаточном уровне, о чем свидетельствует то, что на сегодняшний момент на 87 предприятиях свободной экономической зоны "Брест" работает порядка 14000 человек. Свыше 70 предприятий созданы с участием зарубежного капитала. Суммарный стоимостной объем товаров и услуг, ежегодно создаваемый в СЭЗ, к 2006 году почти сравнялся с подобным показателем всех промышленных предприятий города Бреста и превысил один триллион белорусских рублей. Несмотря на облегченный налоговый режим, резиденты СЭЗ в конечном итоге уплачивают больше налогов и сборов, чем аналогичные предприятия - нерезиденты. В СЭЗ "Брест", каждый доллар, вложенный в развитие зоны, приносит 15 - 17

долларов инвестиций. Общий объем средств, вложенных в СЭЗ "Брест", достиг 100 млн. долларов, а количество инвесторов приблизилось к сотне [3].

Литература

1. Администрация свободной экономической зоны "Брест" Брестское областное управление статистики, статистический сборник Свободная экономическая зона "Брест". - Брест 2006.
2. Бобров В. Контакты, которые приносят контракты // Экономика Беларуси. - 2005. - № 2(3).
3. Свободная экономическая зона "Брест". Взгляд через десятилетие./ Концепция и текст А.М. Суворов. - Брест: ООО "Редакция журнала СЭЗ", 2006. - 100с.

УДК 336.228

Нешумаева М.

Научный руководитель: ст. препод. Зубко И.А.

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ УПРОЩЕННОЙ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В УСЛОВИЯХ СНИЖЕНИЯ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ НА ПРЕДПРИЯТИЕ

Одним из важнейших принципов построения налоговой системы правового государства является эффективность налогообложения. Реализация этого принципа состоит в соблюдении следующих требований:

- налоги должны оказывать влияние на принятие экономических решений;
- налоговая структура должна содействовать проведению политики стабилизации и развития экономики страны;
- налоговая система не должна допускать произвольного толкования, должна быть понятной налогоплательщикам и принята большей частью общества;
- административные расходы по управлению налогами и соблюдению налогового законодательства должны быть минимальными.

Выбор оптимальной системы налогообложения позволяет регулировать уровень цен, оказывает положительное влияние на повышение уровня рентабельности. Это ведет к увеличению размера чистой прибыли, остающейся в распоряжении предприятия, которая может быть направлена как на научно-техническое совершенствование производственного процесса, так и на социальное развитие предприятия. В условиях социально-ориентированной экономики решение проблем, имеющих социальную направленность, имеет немаловажное значение. Актуальность выбранной темы соответствует цели функционирования любого предприятия - максимизации прибыли при сохранении высокого уровня конкурентоспособности на рынке. Одним из способов увеличения чистой прибыли является изменение налоговой нагрузки на предприятие.

Налоговая нагрузка на предприятие – доля налогов платежей в бюджетные и внебюджетные фонды в общем объеме выручки конкретного предприятия или предприятий отрасли. Возможность изменения налоговой нагрузки способствует получению дополнительных возможностей для развития предприятия, стимулирует производителей с позиции расширения уже действующего производства или создания нового.

В структуре налогов, принимаемых для расчета налоговой нагрузки без учета отчислений в ФСЗН, выделяют три основные группы: косвенные, прямые и смешанные налоги.

В общей сумме налоговых поступлений, аккумулируемых в бюджет Республики Беларусь, преобладают косвенные налоги, которые по своей экономической природе являются надбавкой к цене реализуемых товаров, работ (услуг). В структуре косвенных налогов лидирующие позиции принадлежат налогу на добавленную стоимость, платежам, исчисленным из выручки от реализации продукции, акцизам, налогу с продаж.

Для снижения налоговой нагрузки и в целях способствования развитию малого и среднего бизнеса и индивидуальных предпринимателей с 01.07.07 года вводится в действие Указ Президента РБ №119 "Положение об упрощенной системе", согласно которому предлагаются новые условия работы по упрощенной системе налогообложения.

В первую очередь расширяются критерии средней численности работников и валовой выручки из расчета за девять месяцев года, предшествующего году, с которого претендуют на применение упрощенной системы.

Такое право получают:

1. Организации со средней численностью работников за каждый месяц, не превышающей 15 человек, и индивидуальные предприниматели, если размер их валовой выручки составляет:

- не более 450 млн. рублей;
- свыше 450 млн. рублей, но не более 1500 млн. рублей.

2. Организации со средней численностью работников за каждый месяц свыше 15 до 100 человек включительно, если размер их валовой выручки не превысил 1500 млн. рублей.

Налоговой базой признается выручка, определяемая как сумма выручки, полученная за налоговый период организациями и индивидуальными предпринимателями от реализации товаров (работ, услуг), имущественных прав на объекты интеллектуальной собственности, и доходов от внереализационных операций.

Ставки налога при упрощенной системе устанавливаются:

- 10 процентов – для организаций и индивидуальных предпринимателей, не уплачивающих налог на добавленную стоимость;
- 8 процентов – для организаций и индивидуальных предпринимателей, являющихся плательщиками налога на добавленную стоимость, т.е. для предприятий, попадающих под действие второго критерия.

Для организаций и индивидуальных предпринимателей (кроме осуществляющих торговую посредническую деятельность) с местом нахождения (жительства) в сельских населенных пунктах, преобразованных в агрогородки, а также для поселков городского типа и городов районного подчинения с численностью населения до 50 тыс. человек ставка налога при упрощенной системе устанавливается в размере:

- 5 процентов - для организаций и индивидуальных предпринимателей, не уплачивающих налог на добавленную стоимость;
- 3 процента - для организаций и индивидуальных предпринимателей, уплачивающих налог на добавленную стоимость.

В перечень включаются поселки городского типа и города районного подчинения с численностью населения до 50 тыс. человек. Эти организации должны отвечать одному из следующих критериев:

- уровень безработицы на 1 января текущего года превышает средний по области;
- поселок городского типа или город районного подчинения имеет одну градообразующую организацию;
- поселок городского типа или город районного подчинения отнесен в соответствии с актами законодательства к населенным пунктам и объектам, находящимся в зонах радиоактивного загрязнения (зонах с правом на отселение).

Установленные ставки налога при упрощенной системе для этих организаций:

- не применяются при реализации товаров (работ, услуг), производство (выполнение, оказание) которых осуществляется с использованием основных средств и (или) труда работников организаций или индивидуальных предпринимателей вне территории указанных сельских населенных пунктов, поселков городского типа, городов районного подчинения;
- продолжают использоваться организациями и индивидуальными предпринимателями в течение трех лет, начиная с 1 января года, следующего за годом, в котором поселок городского типа или город районного подчинения с численностью населения до 50 тыс. человек исключен из утвержденного Советом Министров Республики Беларусь по согласованию с Президентом Республики Беларусь перечня.

При этом налоговым периодом является не квартал, а календарный месяц.

Введение в действие второго критерия дает возможность применения упрощенной системы налогообложения предприятиям малого и среднего бизнеса, имеющим в штате более 15 человек и выручку в пределах двух миллиардов рублей в год. Это позволит усилить инвестиционную активность предприятий данного сегмента экономики.

Однако перед предприятием встает вопрос, так ли это выгодно, как кажется на первый взгляд.

Эффективность применения упрощенной налоговой системы необходимо рассматривать с двух позиций:

- 1) уменьшение налоговой нагрузки;
- 2) изменение уровня цен и рентабельности предприятия с позиции получения чистого дохода (прибыли).

Анализ изменения уровня цен и рентабельности в зависимости от применяемой системы налогообложения (общий порядок налогообложения и упрощенная система налогообложения) был проведен на основе четырех вариантов для каждого предприятия ($R=15\%, 20\%, 25\%$ и 30%). В ходе анализа была дана оценка влияния системы налогообложения на уровень формируемых цен и тарифов.

По результатам анализа можно сделать следующие выводы:

1. Для предприятий, соответствующих второму критерию по упрощенной системе налогообложения, т.е. являющихся плательщиком НДС, необходимо сделать определенный выбор при формировании цены на свою продукцию:

а) сохранить заданный уровень рентабельности, что вызовет рост цен на продукцию в среднем на 5%. Это возможно приведет к снижению спроса на данную продукцию и снизит её конкурентоспособность на рынке. Для предприятий, имеющих запас роста цен или являющихся лидерами на своём потребительском рынке, это препятствие не сыграет значительной роли. Но для большинства действующих предприятий это заставит задуматься о необходимости применения упрощенной системы налогообложения;

б) для сохранения уровня цен на продукцию на прежнем уровне предприятию придется пожертвовать определенной частью прибыли, снизив уровень закладываемой рентабельности. Для оценки потерь предприятия необходимо расширить анализ, просчитав размер чистой прибыли, остающейся в распоряжении предприятия после уплаты налогов и платежей из прибыли, также рассчитав уровень рентабельности, который можно заложить в цену продукции при уже сформированном её уровне. Полученные результаты позволят сделать вывод о размере чистой прибыли, остающейся в распоряжении предприятия при применении обеих систем налогообложения, а их сравнение покажет преимущества одной из систем.

2. Для предприятий, соответствующих первому критерию по упрощенной системе налогообложения, т.е. не являющихся плательщиками НДС, применение упрощенной системы налогообложения позволяет снизить уровень цен на продукцию в среднем на 8,7%.

При проведении анализа мы не учли влияние налогов, включаемых в себестоимость. Конечно же, при втором варианте при упрощенной системе налогообложения исключение этих налогов из цены позволит ещё больше снизить уровень цен на продукцию или повысить уровень рентабельности.

При первом варианте исключение указанных налогов позволит тоже снизить уровень цен, приблизив их к уже сформированному ранее при заданном уровне рентабельности.

При этом результаты будут зависеть от следующего неравенства:

1) если сумма налогов, включаемых в себестоимость, $\leq 0,05 C$ – это приведет к снижению уровня цены до заданного уровня при сохраненном уровне рентабельности.

2) если сумма налогов, включаемых в себестоимость, $\geq 0,05 C$ – это позволит не только снизить цену до желаемого уровня, но и увеличить уровень рентабельности и, как следствие, чистой прибыли.

Но привлекательность одной и второй системы налогообложения необходимо еще рассматривать с позиции размера налоговой нагрузки на предприятие. В ее расчет целесообразно включать только те налоги, которые исключаются или заменяются налогом по упрощенной системе налогообложения.

Преимущества использования упрощенной системы налогообложения для предприятий, соответствующих первому критерию, очевидны, так как позволяют снизить налоговую нагрузку более чем в 2 раза.

Для предприятий, соответствующих второму критерию, применение упрощенной системы дает незначительное снижение налоговой нагрузки. При этом необходимо учитывать такой фактор, как налоги из себестоимости, исключаемые упрощенной системой налогообложения. Если предприятие включает в себестоимость земельный налог или экологические платежи в пределах лимитов, то темп снижения налоговой нагрузки при применении упрощенной системы был бы значительно выше.

Таким образом, предприятия, соответствующие первому критерию, могут с пользой применять упрощенную налоговую систему, которая способствует максимизации прибыли, снижению уровня цен, дает возможность увеличения рентабельности и обеспечивает конкурентные преимущества продукции (работ, услуг) и возможности вложения средств в дальнейшее развитие предприятия.

Предприятиям, соответствующим второму критерию, следует более осторожно подходить к применению упрощенной системы налогообложения, так как нужно обратить внимание на индивидуальные особенности деятельности этих предприятий (уровень материалоемкости, себестоимость, закладываемый уровень цен и рентабельности, а также надо обратить внимание на запас роста цен, при которых предприятие будет выпускать конкурентоспособную продукцию).

Однако для обобщенного расчета, который мог бы быть использован любым предприятием, соответствующим второму критерию по упрощенной системе налогообложения, необходимо определить фактор, оказывающий максимальное влияние на изменение налоговой нагрузки. Таким фактором является себестоимость, т.к. именно изменение уровня затрат приводит к изменению суммы прямых налогов в составе налоговой нагрузки, и конечно же не стоит упускать из виду налог на недвижимость.

Литература

1. И.М. Бабук. Экономика предприятия. - Мн.: «ИВЦ Минфина», 2006.
2. Адаменкова С.И., Евменчик О.С. Налоги и их применение в финансовых и коммерческих расчетах (теория, практика, комментарий). - Мн.: ЕГУ, 2004.
3. Налоги и налогообложение / Под общей редакцией Н.Е. Заяц, Т.Е. Бондарь, Т.И. Василевская и др. - Мн.: Высшая школа, 2004.
4. Положение об упрощенной системе налогообложения. Указ Президента Республики Беларусь от 09.03.2007 г. № 119

УДК 336.228

Нешумаева М.

Научный руководитель: ст. препод. Зубко И.А.

ПРЕИМУЩЕСТВА УПРОЩЕННОЙ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ С ПОЗИЦИИ СНИЖЕНИЯ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ

Проблема выбора системы налогообложения очень актуальна для каждого действующего предприятия. Система налогообложения является существенным фактором, оказывающим влияние на принятие экономических решений на предприятии, так как влияет на размер чистой прибыли, на уровень цен и рентабельность. От размера этих показателей зависят возможности предприятия обеспечить себе достойное место среди

конкурентов на потребительском рынке и на рынке ценных бумаг своего предприятия. Поэтому каждое предприятие стремится минимизировать налоги, чему способствует выбор эффективной системы налогообложения.

При оценке налоговой системы имеет значение не только уровень фискального потенциала, но и её влияние на развитие социально-экономических процессов.

Как свидетельствует мировая практика, для определения фискального потенциала действующей налоговой системы наиболее часто используется такой показатель как налоговая нагрузка. Для характеристики уровня налогового бремени на макро- и микроуровне можно использовать показатели:

Налоговая нагрузка на экономику - доля налогов и платежей в ЦБФ в ВВП государства (В расширительной трактовке он характеризует долю налогов и платежей в бюджетных и внебюджетных фондах в ВВП, но может быть рассчитан и без учета внебюджетных фондов).

Налоговая нагрузка на экономику Беларуси в 2006 году составила 42,8 %.

В Республике Беларусь достаточно высокий уровень налоговой нагрузки, что в определенной степени объясняется значительной для переходного периода социальной ориентированностью проводимой политики, а также тем, что у нас сохраняются значительные уровни государственных субсидий отдельных отраслей в целях модернизации и реконструкции производства и для структурной перестройки экономики.

Налоговая нагрузка на предприятие - доля налогов и платежей в бюджетные и внебюджетные фонды в общем объеме выручки конкретного предприятия или предприятий отрасли. Возможность изменения налоговой нагрузки способствует получению дополнительных возможностей для развития предприятия, стимулирует производителей, так как можно направить освободившиеся средства на капитальные вложения, на совершенствование процесса производства, либо на стимулирование труда.

В структуре налогов, принимаемых для расчета налоговой нагрузки без учета отчислений в ФСЗН, выделяют три основные группы: косвенные, прямые и смешанные налоги.

В общей сумме налоговых поступлений, аккумулируемых в бюджет Республики Беларусь, преобладают косвенные налоги, которые по своей экономической природе являются надбавкой к цене реализуемых товаров, работ (услуг). В структуре косвенных налогов лидирующие позиции принадлежат налогу на добавленную стоимость, платежам, исчисленным из выручки от реализации продукции, акцизам, налогу с продаж.

Для снижения налоговой нагрузки и в целях способствования развитию малого и среднего бизнеса и индивидуальных предпринимателей с 01.07.07 года вводится в действие Указ Президента РБ №119 "Положение об упрощенной системе", согласно которому предлагаются новые условия работы по упрощенной системе налогообложения.

При рассмотрении общей системы налогообложения обратим внимание на налоги, изменение ставок и порядка обложения которыми окажет влияние при расчете налоговой нагрузки при новой упрощенной системе налогообложения.

Косвенные налоги: НДС, РЕП, акциз, а также налог с розничной торговли и налог на услуги объектов сервиса.

Прямые налоги: налог на прибыль, инфраструктурный и транспортный сбор, а также налог на недвижимость.

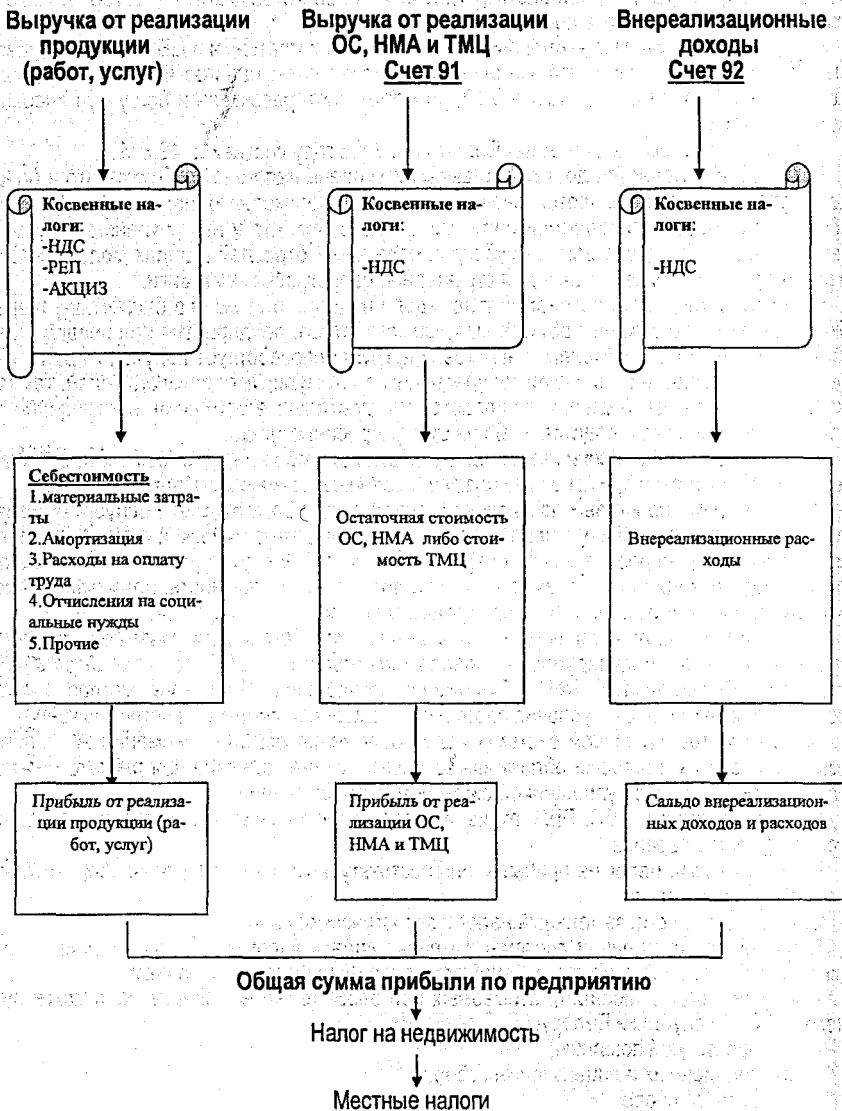
Смешанные налоги: земельный налог и экологический налог.

Применение упрощенной системы заменяет уплату налогов, сборов (пошлин) и отчислений в целевые бюджетные и внебюджетные фонды, за исключением:

- налогов, сборов (пошлин), взимаемых при ввозе (вывозе) товаров на таможенную территорию Республики Беларусь;
- государственной пошлины;
- регистрационных и лицензионных сборов;
- оффшорного сбора;

- гербового сбора;
- налога на приобретение автомобильных транспортных средств;
- обязательных страховых взносов и иных платежей в Фонд социальной защиты населения Министерства труда и социальной защиты;
- налога на добавленную стоимость, за исключением организаций и индивидуальных предпринимателей, соответствующих первому критерию.

Общая схема системы налогообложения в Республике Беларусь



Налоговой базой признается выручка, определяется как сумма выручки, полученной за налоговый период организациями и индивидуальными предпринимателями от реализации товаров (работ, услуг), имущественных прав на объекты интеллектуальной собственности и доходов от внереализационных операций.

При этом устанавливаются следующие виды ставок:

10 процентов – для организаций и индивидуальных предпринимателей, не уплачивающих налог на добавленную стоимость;

8 процентов – для организаций и индивидуальных предпринимателей, являющихся плательщиками налога на добавленную стоимость.

Для организаций и индивидуальных предпринимателей (кроме осуществляющих торговую посредническую деятельность) с местом нахождения (жительства) в сельских населенных пунктах, преобразованных в агрогородки, а также для поселков городского типа и городов районного подчинения с численностью населения до 50 тыс. человек ставка налога при упрощенной системе устанавливается в размере:

5 процентов - для организаций и индивидуальных предпринимателей, не уплачивающих налог на добавленную стоимость;

3 процента - для организаций и индивидуальных предпринимателей, уплачивающих налог на добавленную стоимость.

Таким образом, применение упрощенной системы становится более привлекательной с позиции уменьшения налоговой нагрузки на предприятие, так как исключает значительную часть косвенных платежей, налоги и отчисления, включаемые в себестоимость, и прямые налоги, уплачиваемые за счет прибыли предприятия. Кроме того, применение упрощенной системы налогообложения значительно облегчает работу предприятия, так как около десяти видов налогов и отчислений заменяются одним. Это позволит значительно повысить производительность труда экономических служб предприятий.

Литература

1. И.М. Бабук. Экономика предприятия. - Мн.: «ИВЦ Минфина», 2006.
2. Адаменкова С.И., Евменчик О.С. Налоги и их применение в финансовых и коммерческих расчетах (теория, практика, комментарии). - Мн.: ЕГУ, 2004.
3. Налоги и налогообложение. Под общей редакцией Н.Е. Заяц; Т.Е. Бондарь, Т.И. Василевская и др. - Мн.: Вышэйшая школа, 2004.
4. Положение об упрощенной системе налогообложения. Указ Президента Республики Беларусь от 09.03.2007 г. № 119

УДК 339.9

Панасюк Е.Н.

Научный руководитель: ст. препод. Юрчик В.И.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЭЗ «БРЕСТ»

Среди форм международного экономического сотрудничества, широко используемых в развитых и в развивающихся странах, важное место занимают свободные экономические зоны (далее - СЭЗ). Мировая практика показывает, что они являются одной из эффективных моделей территориально-хозяйственного управления и способны обеспечить ускоренное развитие отдельных регионов страны за счет привлечения иностранных инвестиций и прогрессивных технологий. В Беларуси же создание свободных экономических зон является сравнительно новым и перспективным направлением в экономической политике. Именно этим и определяется *цель выбранной темы* для наших исследований - оценка эффективности СЭЗ «Брест».

Первые идеи о привлечении иностранного капитала в специальные экономические зоны появились в восьмидесятые годы. Но лишь в марте 1996 года был издан указ Президента Республики Беларусь № 114 «О свободных экономических зонах на территории Республики Беларусь» и принят ряд нормативных актов, касающихся свободной экономической зоны «Брест». Первыми резидентами были колхоз «Пограничник» Брестского района и СП «Вестлайн» АО. К концу 1997 года количество резидентов СЭЗ «Брест» достигло 30, к концу 1998 года их стало 63. Рост количества резидентов СЭЗ «Брест» наблюдался до конца 2004 года, на эту дату было зарегистрировано максимальное количество резидентов – 100.

В декабре 1998 года был принят закон Республики Беларусь «О свободных экономических зонах», который определил правовые и организационные аспекты создания, деятельности и ликвидации свободных экономических зон на территории Республики Беларусь.

СЭЗ «Брест» – часть территории Республики Беларусь с точно определенными границами, на которой вводится и действует специальный правовой режим налогообложения, валютного, таможенного и иного регулирования [1]. СЭЗ «Брест» создана сроком на 50 лет (срок исчисляется с 23 августа 1996 г.) и является комплексной зоной, включающей производственную, экспортную и свободную таможенную зоны. Территория зоны 71 км².

Создание свободной экономической зоны, по своей сути, – это инвестиционный проект, осуществляемый государством в целях получения дохода и (или) достижения социального эффекта. В его осуществление государство вкладывает финансовые, материальные ресурсы и другие имущественные и интеллектуальные ценности. Однако, проект создания свободной экономической зоны имеет специфическую особенность, которая не позволяет считать его обычным инвестиционным проектом, осуществляемым государством. Кроме названных видов инвестиций, государство вкладывает в данный проект еще и инвестиции в виде создания специального правового режима для резидентов СЭЗ.

Оценка *эффективности* инвестиций является составной частью инвестиционного проекта и производится в его финансовом разделе [2]. В общепринятом понимании эффективность характеризует связь между размерами применяемых ресурсов и полученных в результате доходов или социального эффекта.

В настоящее время существующая у нас в стране методика оценки эффективности деятельности СЭЗ свободной экономической зоны не является, на наш взгляд, объективной и всеобъемлющей, т.е. не способна дать четкое представление об эффективности (или неэффективности) свободных экономических зон в нашей республике. Однако вопрос эффективности создания и развития СЭЗ в последнее время приобретает особую актуальность.

Поэтому нами была предпринята попытка провести комплексный анализ эффективности деятельности свободных экономических зон на примере СЭЗ «Брест». Данный анализ включает в себя оценку результатов работы СЭЗ с точки зрения бюджетной, экономической, социальной и сравнительной эффективности, а также оценку внешнеэкономической деятельности СЭЗ и расчет интегрального показателя, характеризующего степень достижения целей, поставленных перед предприятиями-резидентами СЭЗ «Брест».

В целом при оценке эффективности СЭЗ «Брест» были выявлены следующие результаты.

По состоянию на конец 2005 года в СЭЗ «Брест» было зарегистрировано 97 резидентов, из которых 85 являются действующими.

Важным *направлением деятельности* резидентов СЭЗ является производство промышленной продукции. В среднем за период по СЭЗ на долю промышленности приходится 87,5% общего числа действующих резидентов. На конец 2005 года из 85 резидентов 89% осуществляют свою деятельность в машиностроении, металлообработке, химической и нефтехимической, а также лесной, деревообрабатывающей и пищевых отраслях.

Резидентами СЭЗ «Брест» в 2005 году уплачено в консолидированный бюджет 76,2 млрд. руб., что на 7,7% меньше, чем в прошлом. Зато прирост налоговых платежей в 2004 году по сравнению с 2003 составил 55%.

По данным Администрации СЭЗ «Брест» за весь период функционирования зоны один вложенный государством доллар США окупился десятию.

Рассчитав окупаемость бюджетных затрат за 1997-2005 годы и определив срок (год), когда бюджетные расходы стали окупаться, определили следующее: в период с 1996 по 1998 год включительно, когда СЭЗ «Брест» существовала только «на бумаге», государственные инвестиции на развитие проекта не приносили дохода. Тем не менее в последние годы государство получало (и получает по сей день) только налогов и сборов (прямых доходов) от резидентов СЭЗ в 12-16 раз больше вложенных средств.

О позитивных структурных изменениях, произошедших в деятельности СЭЗ, свидетельствует количественная характеристика предприятий-резидентов с *долевым участием иностранных инвесторов* и полностью принадлежащих иностранным инвесторам. Активная работа по привлечению иностранных инвесторов способствовала тому, что в 2005 г. количество совместных и иностранных предприятий составило 78,3% общей численности резидентов.

Наибольший удельный вес в общем объеме инвестиций в СЭЗ «Брест» в разрезе стран занимают: 1-е место – Германия (28,1%); 2-е место – национальные инвесторы РБ (23,3%); 3-е место – Польша (19%); 4-е место – Россия (16,4%).

О степени *привлекательности* отдельных отраслей промышленности для инвесторов можно судить по доле инвестиций в основной капитал в этих отраслях. Так, на 2005 год в пищевой промышленности эта доля равна 42,1% общего количества резидентов отрасли, в лесной, деревообрабатывающей – 23,1%, в 2005 году 4,9% – доля инвестиций в строительство, по сравнению с прошлыми годами, когда данное явление отсутствовало вовсе. [3]

В настоящее время свободная экономическая зона «Брест» принимает инвестиции на создание в первую очередь предприятий высоких технологий, а также фармацевтической, автомобильной, мебельной и деревообрабатывающей, пищевой, электронной и машиностроительной отраслей промышленности, оказание услуг. При этом приоритет отдается инвестициям на организацию экспортного и импортозамещающего производства.

На сегодняшний день привлечь наиболее *крупные инвестиции* удалось следующим предприятиям:

- совместное германо-белорусское предприятие «Санта-Бремор» по переработке морепродуктов - 23 млн. долл. США;
- иностранное предприятие «Инко-Фуд» (Польша) по переработке мяса и производству мясных изделий – 20 млн. долл. США;
- совместное белорусско-чешское предприятие «Инволюкс» по производству мебели – более 15 млн. долл. США;
- иностранное предприятие ЗАО «Белс» (Россия) по производству офисной мебели – более 8 млн. долл. США и др.

Таблица 1 Производственные и финансовые результаты деятельности резидентов СЭЗ «Брест» (млн. руб.) [3,4]

Показатель	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Объем производства	42180	127722	239056	399108	641350	920604
Удельный вес в объеме области, %	5,5	8,0	11,2	13,7	15,0	16,3
Выручка от реализации товаров, работ, услуг	39545	144004	261316	470852	743501	982175
Удельный вес в объеме области, %	1,7	3,5	4,6	6,1	6,9	7,3
Прибыль (убыток)	10600	26166	49425	87650	90280	98090
Удельный вес в объеме области, %	6,6	12,9	18	21,1	25,7	16,9
Себестоимость произведенных товаров, работ, услуг	27461	84135	158923	294128	440390	590904
Производительность труда	19,5	38,8	52,2	62,6	82,2	76,6
Рентабельность реализованной продукции, %	38,6	31,1	31,1	29,8	20,5	16,6
Рентабельность продаж, %	26,8	18,2	18,9	18,6	12,1	10,0

Объем произведенной за 2005 год резидентами СЭЗ «Брест» продукции (работ, услуг) составил 920 604 млн. руб. (16,3% от объемов производства области) и увеличился по сравнению с 2004 годом на 43,5%. Наибольший удельный вес в объеме производства продукции занимают предприятия пищевой (51,3%) и деревообрабатывающей (29,8%) промышленности.

Выручка от реализации резидентами СЭЗ продукции (работ, услуг) за 2005 год составила 982175 млн. руб. (7,3% от области). Средний темп роста данного показателя за период приравнялся к 202%.

В целом за период 2000-2005 годы по двум предшествующим показателям наблюдается устойчивая положительная тенденция к возрастанию.

Производительность труда на предприятиях-резидентах СЭЗ «Брест» в 2005 году составила 76,6 млн. руб. за одного работающего и снизилась по сравнению с предыдущим годом на 6,8%. Производительность труда в зоне на 40-50% превышает показатель на аналогичных предприятиях, дислоцированных вне ее пределов.

В определенной степени о финансовом состоянии СЭЗ можно судить по рентабельности продаж. Следует отметить, что данный показатель имеет постоянную тенденцию к снижению. За анализируемый период в целом по СЭЗ она снизилась с 26,8 до 10%. Такое положение обусловлено, во-первых, тем, что затраты на производство и реализацию продукции в 1,5 раза растут быстрее, чем прибыль от ее реализации, во-вторых – в СЭЗ недостаточно внимания уделяется снижению материало- и энергоемкости производства, внедрению новых и высоких технологий. Данное явление оказывает влияние и на показатель рентабельности продукции (снизилась с 38,6% до 16,6%).

Численность работающих на предприятиях-резидентах СЭЗ «Брест» к концу 2005 года достигла 12023 человек, что на 14,9% больше, чем в прошлом. Таким образом, только за 2005 год было создано 4223 рабочих мест.

Заработная плата работающих на треть превышает средний показатель на предприятиях областного центра.

Ежегодно растет экспорт продукции из СЭЗ. В 2005 году он составил 271 694 тыс. долл. США. Темп роста объемов экспорта в 2005 году составил 118,37%.

97,48% объемов экспорта приходится на страны СНГ (Россия, Украина, Казахстан) и 2,52% - на страны вне СНГ.

Импорт же резидентов СЭЗ «Брест» на 90,26% состоит из сырья, машин и оборудования из стран вне СНГ.

Также была произведена оценка сбалансированности внешнеэкономической деятельности СЭЗ «Брест». Данная оценка произведена на основе коэффициента сбалансированности, который рассчитывается как отношение внешнеторгового сальдо свободной экономической зоны к ее внешнеторговому обороту.

Таблица 2 Коэффициент сбалансированности внешнеэкономической деятельности СЭЗ «Брест»

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Коэффициент	0,02068	0,07639	0,01717	0,002013	0,022884	0,013604

область сравнительной несбалансированности импорта
область сравнительной несбалансированности экспорта

Как видно из таблицы, а также согласно вышеуказанным критериям, период 2000-2002 годы представляет собой область сравнительной несбалансированности импорта (т.е. его было несколько меньше, чем экспорта из СЭЗ), а 2003-2005 годы – область сравнительной несбалансированности экспорта. Считаем должным заметить, что показатели не являются критическими, а наоборот, даже приближены к «идеальным» значениям из области абсолютной сбалансированности.

Итак, можно выявить некоторые особенности работы СЭЗ «Брест» в 2000 - 2005 годах:

- заинтересованность иностранных и отечественных инвесторов, представляющих малый и средний бизнес;
- фактическое функционирование СЭЗ не как комплексных, а как промышленно-производственных зон с размещением на их территории производств с неглубокой степенью переработки;
- равнонаправленность экспортных и импортных операций;
- более высокая результативность деятельности предприятий с иностранным капиталом;
- ориентированность резидентов без иностранных инвестиций на реализацию продукции на внутреннем рынке, а предприятий с иностранными инвестициями – на внешнем;
- углубление процесса реинвестирования.

Проведенные нами исследования на примере СЭЗ «Брест» свидетельствуют о высокой эффективности деятельности свободных экономических зон в РБ.

Однако при оценке деятельности СЭЗ «Брест» были выявлены следующие проблемы:

1. Нестабильность законодательства, касающегося регулирования деятельности СЭЗ РБ.
2. Для создания коммерческой инфраструктуры необходимо создать условия для привлечения в зону большого количества банков, страховых компаний, финансовых компаний и других финансовых посредников, что позволит обеспечить доступ резидентов к финансовому (в том числе и иностранному) капиталу. Эта проблема особенно актуальна в свете того, что мировой тенденцией развития СЭЗ является ориентация большинства из них на оказание банковских, страховых и других финансовых услуг.

3. Собственность на землю и рентные отношения. Администрация СЭЗ «Брест» имеет право заключать договор об аренде земельного участка сроком на 99 лет, в то время как срок функционирования зоны определен в 50 лет. Кроме того, СЭЗ может быть ликвидирована по решению Президента Республики Беларусь. Все это, без сомнения, отпугивает потенциальных инвесторов. Представляется целесообразным введение в зоне собственности на землю.

4. Необходима разработка новой методики расчета эффективности создания и функционирования СЭЗ. Подобная методика должна включать в себя расчет затрат, доходов от функционирования СЭЗ (рост валютных поступлений, рост объемов экспортно-импортных операций, объем привлечения иностранных инвестиций, рост доходов в перспективе и т. д.), а также интегральных показателей эффективности. Примером такой методики служит оценка эффективности СЭЗ «Брест» в нашей научной работе.

5. Отсутствие стратегии развития СЭЗ на средне- и долгосрочные периоды (пока в разрабатываются только ежегодные Программы развития СЭЗ РБ).

6. Исследования и опросы, проведенные среди иностранных инвесторов, показали, что в их глазах финансовые льготы в СЭЗ имеют далеко не первостепенную важность. Гораздо большее значение ими придается политической стабильности в принимающих странах, общему состоянию экономики, отношению правительства и населения к частной собственности, традиции соблюдения международных соглашений и договоров.

Решение этих проблем будет, несомненно, способствовать процессу экономически эффективного создания и функционирования СЭЗ в Республике Беларусь.

Литература

1. Государственное регулирование свободных экономических зон в РБ. / Абрамчук С.Н. / Научное издание. Брест: - Издательский дом С. Лаврова; 2001. – 378 с.
2. Закон РБ № 213-3 от 07.12.1998г. «О свободных экономических зонах».
3. Свободная экономическая зона «Брест». Статистический сборник. / Администрация СЭЗ «Брест», Брестское областное управление статистики. Молодечно: - ООО «Фортекс», 2006. – 70 с.
4. Свободная экономическая зона «Брест». Взгляд через десятилетие. / А.М. Суворов и др. – Брест: ООО «Редакция журнала СЭЗ», 2006. – 100 с.

РЕЛЕВАНТНЫЙ ПОДХОД В ПРИНЯТИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

На этапе перехода к рыночным отношениям многие предприятия стали самостоятельными субъектами экономической жизни. Вопросы выбора вида деятельности, организации производственного процесса, выпуска и сбыта готовой продукции стали прерогативой самих предприятий. В условиях самофинансирования основной задачей для предприятий стала задача получения прибыли в размере, достаточном для воспроизводственного процесса. Одним из основных условий увеличения прибыли предприятия является снижение издержек производства и сбыта продукции. Таким образом, вопросы управления затратами являются весьма актуальными для предприятий. При этом в законодательстве Республики Беларусь под затратами на производство и реализацию продукции, товаров (работ, услуг) понимают стоимостную оценку использованных в процессе производства и реализации продукции, товаров (работ, услуг) природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных средств, нематериальных активов, трудовых ресурсов и иных расходов на их производство и реализацию [1].

Для принятия оптимальных управленческих и финансовых решений администрации или управляющим нужна информация об издержках, сгруппированных по объектам учета затрат или объектам калькулирования. Сведения о затратах нужны практически на всех этапах разработки и реализации управленческих решений: возникновение проблемы, определение альтернативных курсов действий, анализ влияния каждой альтернативы на хозяйственные операции, принятие решения, включающее выбор наилучшей альтернативы, анализ последствий решений (обратная связь).

Процесс выработки управленческого решения заключается в сравнении двух или более возможных альтернатив разрешения имеющейся проблемы и выборе наилучшей из них.

Информация для управления должна содержать полные, необходимые, воспринимаемые и осознанные сведения для анализа конкретных ситуаций, дающие возможность всесторонне оценить причины их возникновения и развития, позволяющие определить ряд альтернативных решений, из которых возможно найти оптимальное решение. Объем информации должен быть не избыточным, но достаточным для анализа альтернативных вариантов.

Для принятия управленческих решений необходимо делить затраты на релевантные и нерелевантные, при этом под релевантными понимаются такие затраты и поступления, которые изменяются в результате принятия решения. При принятии управленческих решений следует говорить и о релевантных доходах, релевантных показателях прибыли (убытка).

Релевантными могут быть только затраты (доходы), во-первых, относящиеся к будущему управленческому решению, и, во-вторых, отличающиеся по вариантам. Следовательно, фактические данные сами по себе не являются релевантными, они не будут полезными при выработке решения и могут вообще не рассматриваться при обсуждении альтернатив. Тем не менее прошлые данные о затратах необходимы как основная база для прогнозирования их величины и поведения в будущем [2, с.234].

Релевантная информация имеет важное значение для принятия решения, то есть она содержит те данные, которые следует принимать в расчетах при подготовке информации для менеджеров. Нерелевантная информация включает несущественные, избыточные данные о затратах и доходах. Они могут привести к двум последствиям:

1. Принятию ошибочного решения, вследствие того, что искажается информационная картина, описывающая проблемную ситуацию, по которой следует принять решение;

2. Снижению оперативности и повышению трудоемкости процесса принятия решения, то есть искажения информации не происходит, однако руководитель получает лишние данные, которые затрудняют понимание ситуации и увеличивают время на ее решение.

После определения релевантных затрат для каждой альтернативы необходимо провести анализ затрат и результатов и выбрать ту, в результате которой предприятие получит наибольшую прибыль или понесет наименьшие затраты.

Релевантный подход позволяет в процессе принятия управленческого решения сконцентрировать внимание только на существенной информации, что при значительных ее объемах позволяет ускорить процесс выработки оптимального решения. Разграничение определенных проблемных ситуаций, целевых показателей, а также поиск важнейших факторов, оказывающих на них влияние, дает возможность определить события в рамках общей проблемной ситуации. Таким образом, применение релевантного анализа облегчает оценку вариантов для принимающего решение, сокращает время, необходимое для анализа и выбора лучшего варианта действия.

С помощью принципа релевантности информации на предприятии можно разрешить следующие ситуации: принять специальный заказ или отказаться от него, покупать комплектующие изделия и запасные части или производить самим, какой ассортимент продукции выбрать в условиях ограниченных ресурсов, ликвидировать ли неприбыльный сегмент бизнеса, модернизировать оборудование или сохранить старое. Для разрешения данных ситуаций предлагается методика, представленная в таблице.

Например, в случае модернизации производственной линии с целью экономии затрат прямого труда для решения поставленной задачи необходимыми данными будут заработная плата производственных рабочих (ЗПпр) и затраты на модернизацию (Зм), все остальные затраты будут нерелевантные, поэтому их использование не представляется нужным. Для решения вопроса о покупке нового оборудование релевантными затратами будут переменные затраты (ПЗ), ликвидационная стоимость старого станка (ЛС), затраты на покупку нового станка (А). Остаточная стоимость старого станка нерелевантна, так как это прошлые затраты, следовательно при решении проблемы замены оборудования данные об остаточной стоимости можно из анализа исключить.

Часто предприятие решает вопрос: принять или нет специальный заказ по цене ниже нормальной рыночной и иногда даже по цене ниже себестоимости. Предприятие может принять данные заказы только в случае, если позволяют производственные мощности. Для анализа необходимыми показателями будут переменные затраты (ПЗ), такие как прямые материальные затраты (МЗ), прямые трудозатраты (ЗПпр), переменные общепроизводственные расходы (ОППрер.), упаковка (У) и т.д. Постоянные затраты при существующем уровне производственных возможностей обычно не изменяются. Тогда при принятии специального заказа они не будут релевантными и могут быть исключены из анализа. Однако если для выполнения необходимого объема операций требуются дополнительные постоянные затраты, то и они становятся релевантными к данному решению. Например, такими затратами являются закупка дополнительного оборудования, увеличение затрат на аренду помещения, увеличение затрат на обслуживание, страхование и контроль.

Можно сделать вывод о том, что в проблеме специального заказа все переменные затраты являются, как правило, релевантными, а постоянные производственные затраты, коммерческие, общие и административные расходы нерелевантными. Но следует иметь в виду, что это не всегда так. Переменные затраты не всегда являются релевантными. Примером этого могут служить переменные коммерческие расходы, которые не изменяются по рассматриваемым вариантам (расходы по вывозу продукции, если они производятся за счет покупателя, и т.п.).

Таблица – Использование релевантного подхода к типичным ситуациям

	Модернизировать или нет	Покупка нового станка	Формирование производственной программы	Купить или производить	Решение о прекращении деятельности неприбыльного сегмента	Специальный заказ
Цель	Экономия затрат прямого труда	Сокращение затрат труда и улучшение условий труда	Максимизация прибыли (выбор между продукцией А и Б)	Снижение затрат	Исключить неприбыльный сегмент бизнеса.	Используется не вся производственная мощность - Затраты прямых материалов - Прямые трудовые затраты - Переменные общепроизводственные расходы - Затраты на упаковку
Релевантные затраты (информация)	- Заработная плата производственных рабочих - Затраты на модернизацию	- Переменные затраты - Ликвидационная стоимость старого станка - Амортизация нового станка	- Количество единиц продукции, производимых за один час - Переменные затраты на единицу	- Затраты на покупку - Прямые материальные затраты - Прямые трудовые затраты - Переменные ОПР - Постоянные ОПР, без которых можно обойтись в случае выбора «купить»	- Выручка от реализации - Переменные затраты - Устраняемые постоянные затраты	
Расчет	Модернизировать	Покупка	1) МПед. = К - Пзед. 2) МПч = МПед. * К 3) МП1000ч = МПч * 1000	Производить $Z_1 = M3 + 3T + ОПРпер. + ОПСтот.об.$	Необходимо считать по неприбыльному сегменту. 1) МП = Вр - ПЗ 2) Изм.П = МП - ПЗустр.	МП = Вр - ПЗ
	Не модернизировать $Z_1 > Z_2 \rightarrow$ не модернизировать. $Z_1 < Z_2 \rightarrow$ модернизировать.	Не покупать $Z_1 = ПЗ - ЛС - А$ $Z_2 = ПЗ$ $Z_1 > Z_2 \rightarrow$ старое оборудование лучше не менять. $Z_1 < Z_2 \rightarrow$ старое оборудование лучше поменять на новое	МП1000ч по продукции А > МП1000ч \rightarrow выгодней производить продукцию А и наоборот	$Z_1 > Z_2 \rightarrow$ выгодней покупать. $Z_1 < Z_2 \rightarrow$ выгодней производить.	Изм.П > 0 \rightarrow неприбыльный сегмент нельзя ликвидировать и наоборот	

Релевантность постоянных расходов определяется плановым периодом. В долгосрочной перспективе практически все расходы становятся переменными.

При формировании производственной программы в условиях ограниченных производственных мощностей, например, человеко-часов или машино-часов, часто приходится выбирать определенные виды продукции (услуги, заказы), которые приносят наибольшую прибыль. Для определения, какой продукт производить, продавать с целью максимизации прибыли можно использовать маржинальный подход, при этом необходимыми данными будут количество единиц продукции, производимых за 1 час (K) и переменные затраты на единицу продукции ($\Pi_{Зед}$).

Руководители производственных подразделений часто сталкиваются с проблемой — производить самим или покупать на стороне отдельные либо все части производимого продукта. Это наиболее общая проблема для всех производств, требующих сборочных операций. Основная проблема решения «купить или производить» — определение всех элементов затрат и доходов, релевантных к такому роду решений.

Здесь необходимо рассмотреть следующие данные: потребность в дорогостоящем оборудовании, переменные затраты по производству этой детали или части (Π_3) (прямые материальные затраты (M_3), прямые трудозатраты ($ЗП_{тр}$), переменные общепроизводственные расходы ($ОПР_{пер}$), постоянные общепроизводственные, без которых можно обойтись в случае выбора «купить» ($ОПР_{пост.об.}$), затраты на ремонт и техобслуживание оборудования, цена закупки детали, узла или полуфабриката ($Зпок$), арендная плата или другие поступления, полученные от использования освободившихся производственных мощностей.

Очень часто на предприятии ставится вопрос о прекращении деятельности неприбыльного сегмента (производственной линии, услуги или подразделения). Для анализа необходимыми данными будут выручка от реализации ($Вр$), переменные затраты (Π_3) и устранимые постоянные затраты ($\Pi_{Зустр.}$).

Примеры показывают, что определение релевантности издержек зависит от обстоятельств. В одной ситуации затраты релевантны, а в другой ситуации те же затраты нерелевантны. Поэтому невозможно привести перечень издержек, релевантных для каждого конкретного случая. В каждой ситуации необходимо следовать принципу: релевантные издержки — это будущие издержки, меняющиеся в зависимости от выбранного варианта. При определении релевантности затрат требуется выяснить, каким образом она влияет на принятие решения. Аналитик должен быть осведомлен обо всех обстоятельствах, в которых принимается решение, подробностях о последствиях принятия того или иного решения, а затем должен приступить к отбору релевантной финансовой информации для предоставления руководству предприятия.

Литература

1. Указ Президента Республики Беларусь от 9 июня 2006 г. N 380 «О некоторых вопросах правового регулирования определения состава затрат по производству и реализации продукции, товаров (работ, услуг), учитываемых при налогообложении прибыли»
2. Управленческий учет. Учебник / А.Д. Шеремет, О.Е. Николаева, С.И. Полякова / Под редакцией А.Д. Шеремета. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2005. — 344 с.

УДК 338.512

Рудько Е.А.

Научный руководитель: ст. препод. Зазерская В.В.

МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ

Главный мотив деятельности любого предприятия в рыночных условиях - максимизация прибыли. Реальные возможности реализации этой стратегической цели во всех случаях ограничены издержками производства и спросом на выпускаемую продукцию. В экономической литературе издержки производства и обращения промышленного пред-

приятия рассматривают как денежное выражение затрат производственных факторов, необходимых для осуществления предприятием своей производственной и коммерческой деятельности. Эту же категорию характеризуют как затраты живого и овеществленного труда предприятия на изготовление продукции, выполнения работ и оказания услуг и их реализацию (сбыт).

Поскольку издержки – это основной ограничитель прибыли и одновременно главный фактор, влияющий на объем предложения, то принятие решений руководством предприятия невозможно без анализа уже имеющихся затрат производства и планирования их величины на перспективу. Эффективное управление производственной деятельностью предприятия все более зависит от уровня информационного обеспечения его отдельных подразделений и служб. Поэтому вопросы управления затратами являются весьма актуальными для предприятий.

Для управления недостаточно данных затрат в целом по предприятию также нужна информация об издержках, сгруппированных по объектам учета затрат или объектам калькулирования. Сведения о затратах нужны практически на всех этапах разработки и реализации управленческих решений. Для принятия решений необходим достаточный объем информации, для чего требуется правильно классифицировать затраты. Данные, полученные из анализа издержек, помогают выяснить их эффективность, установить, не будут ли они чрезмерными, проверить качественные показатели работы, правильно установить цены, регулировать расходы, планировать уровень прибыли и рентабельности производства.

Классификация затрат весьма разнообразна и зависит от стоящей управленческой задачи. К таким задачам можно отнести: расчет себестоимости произведенной продукции и определение размера полученной прибыли; принятие управленческого решения и планирование; контроль и регулирование производственной деятельности структурных подразделений. Решению каждой из названных задач соответствует своя классификация затрат.

Для принятия управленческих решений необходимо классифицировать затраты на: постоянные, переменные, условно-постоянные (условно-переменные) затраты; принимаемые и не принимаемые в расчет при оценках; безвозвратные затраты; временные затраты; предельные и приростные затраты; планируемые и непланируемые затраты [1, с.46].

Разделение затрат в зависимости от объема производства играет огромную роль в современных системах управления затратами. Однако само по себе такое деление затрат носит достаточно условный характер; не всегда можно с уверенностью отнести к определенному виду те или иные затраты. От того, насколько точно данное разделение будет проведено, в конечном итоге будет зависеть и качество принимаемых управленческих решений. Для разделения затрат на постоянные и переменные можно применять математические методы, такие как графический метод, метод высшей и низшей точки, статистический метод корреляции, метод наименьших квадратов [2, с.228]. Применение данных методов рассмотрим на примере определения составляющих переменных и постоянных затрат в структуре общих затрат хозяйствующего субъекта.

Графический метод очень прост и нагляден, он дает визуальное представление о взаимосвязи между объемом производства и издержками, а также позволяет выделить из обоих издержек - постоянные. Несмотря на то, что данный метод использует всю совокупность данных о затратах за период, сам по себе он является достаточно субъективным. Ошибка в начертании прямой может выразиться в существенном искажении данных, оказывающих непосредственное влияние на качество принимаемых управленческих решений.

Таблица 1 Исходные данные

Месяц	Объем произ-водства, шт., X	Общие затра-ты, тыс. руб., Y	Месяц	Объем произ-водства, шт., X	Общие затра-ты, тыс. руб., Y
январь	34	7997	июль	26	6117
фев-раль	35	8232	август	26	6117
март	34	7997	сен-тябрь	31	7292
апрель	39	9172	октябрь	35	8232
май	42	9877	ноябрь	43	10112
июнь	32	7527	декабрь	48	11287

Построим график общих затрат.

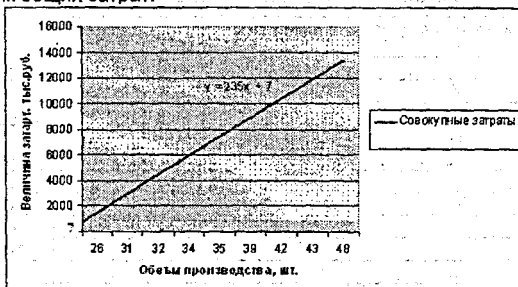


Рисунок — График совокупных затрат

Из графика видно, что величина постоянных затрат составляет 7 тыс.руб., а переменных затрат — 235 тыс.руб.

Таким образом, основным недостатком графического метода можно считать отсутствие признаков, по которым можно определить достоверность оценки, которую дает пороенная прямая. Как правило, он используется для предварительной оценки составящих переменных и постоянных затрат в структуре совокупных затрат.

Метод высшей и низшей точки основан на наблюдении величины затрат при максимальном и минимальном объемах производственной деятельности. Алгоритм вычислений здесь следующий:

1. Находим максимальные и минимальные значения по X и Y.
 $X_{\max} = 48$ шт., $X_{\min} = 26$ шт.; $Y_{\max} = 11287$ тыс. руб., $Y_{\min} = 6117$ тыс. руб.
2. Находим разницы между максимальными и минимальными значениями X и Y.
 $\Delta X = 22$ шт., $\Delta Y = 5170$ тыс. руб.
3. Определяем величину переменных расходов на единицу продукции:

$$b = \frac{5170}{22} = 235 \text{ тыс. руб./ед.}$$

4. Определяем величину постоянных расходов по уравнению:

$$Y = a + bx$$

(1)

$$11287 = a + 235 \cdot 48 \quad a = 7 \text{ тыс.руб.}$$

Значит, переменные расходы составляют 235 тыс. руб./ед., а постоянные — 7 тыс. руб. Метод высшей и низшей точки прост в применении, но его недостаток заключается в использовании только двух точек для определения затрат. Следовательно, надежность оценки целиком зависит от того, насколько типично по отношению ко всему интервалу иных расположены самая высокая и самая низкая точки. Поэтому для более точного

расчета величины затрат используются методы, основанные на большом количестве наблюдений за поведением затрат.

Статистический метод корреляции. Применение этого метода обеспечивает получение усредненных результатов. Важным его преимуществом является использование в расчетах всех данных об объемах и издержках производства без игнорирования нехарактерных, неприсущих, случайных результатов.

Стохастическая зависимость результативного показателя от одного фактора измеряется при помощи парной корреляции. Для определения параметров a и b уравнения прямой необходимо решить систему уравнений, составленных на основании данных вспомогательной таблицы 2.

$$\begin{cases} \sum Y = n \cdot a + b \sum X \\ \sum X \cdot Y = a \sum X + b \sum X^2 \end{cases} \quad (2)$$

Таблица 2 Вспомогательная таблица для корреляции

Месяц	Объем производства, шт. X	Общие затраты, тыс. руб. Y	X^2	Y^2	$X \cdot Y$
январь	34	7997	1156	63952009	271898
февраль	35	8232	1225	67765824	288120
март	34	7997	1156	63952009	271898
апрель	39	9172	1521	84125584	357708
май	42	9877	1764	97555129	414834
июнь	32	7527	1024	56655729	240864
июль	26	6117	676	37417689	159042
август	26	6117	676	37417689	159042
сентябрь	31	7292	961	53173264	226052
октябрь	35	8232	1225	67765824	288120
ноябрь	43	10112	1849	102252544	434816
декабрь	48	11287	2304	127396369	541776
Всего	425	99959	15537	859429663	3654170

Составляем систему уравнений, причем в нашем случае $n = 12$:

$$\begin{cases} 99959 = 12 \cdot a + b \cdot 425 \\ 3654170 = a \cdot 425 + b \cdot 15537 \end{cases}$$

Определим величину переменных расходов на единицу продукции, решив систему относительно параметра b : $b = 235$ тыс.руб./ед.

Определим величину постоянных расходов, для этого подставим показатель b в одно из уравнений системы:

$$99959 = 12 \cdot a + 235 \cdot 425 \quad a = 7 \text{ тыс.руб.}$$

Таким образом, переменные расходы – 235 тыс. руб./ед., а постоянные – 7 тыс. руб.

Метод наименьших квадратов. Сущность этого метода заключается в том, что осуществляется так называемое "выравнивание" кривой себестоимости до прямой линии регрессии. Этот метод обеспечивает исчисление коэффициентов a и b таким образом, что квадрат расстояний от всех точек исследуемой совокупности до теоретической (предполагаемой) линии регрессии оказывается наименьшим. Для расчетов целесообразно составить вспомогательную таблицу 3 с использованием данных таблицы 2.

Средние издержки за месяц измеряются по алгоритму:

$$\bar{y} = \frac{\sum Y}{n} \quad (3)$$

Средний объем производства за месяц определяется следующим образом:

$$\bar{x} = \frac{\sum X}{n} \quad (4)$$

Переменные затраты на единицу изделия рассчитываются по алгоритму:

$$b = \frac{\sum (X - \bar{X}) \cdot (Y - \bar{Y})}{\sum (X - \bar{X})^2} \quad (5)$$

Таблица 3 Вспомогательная таблица для применения метода наименьших квадратов

Месяц	Объем производства, шт. X	Общие затраты, тыс. руб. Y	Отклонение от средних издержек Y-Уср.	Отклонение от среднего объема X-Хср.	Квадрат отклонений от среднего по объему / X-Хср. ²	Произведение отклонений X-Хср.* Y-Уср.
январь	34	7997	-332,92	-1,42	2,01	471,63
февраль	35	8232	-97,92	-0,42	0,17	40,80
март	34	7997	-332,92	-1,42	2,01	471,63
апрель	39	9172	842,08	3,58	12,84	3017,47
май	42	9877	1547,08	6,58	43,34	10184,97
июнь	32	7527	-802,92	-3,42	11,67	2743,30
июль	26	6117	-2212,92	-9,42	88,67	20838,30
август	26	6117	-2212,92	-9,42	88,67	20838,30
сентябрь	31	7292	-1037,92	-4,42	19,51	4584,13
октябрь	35	8232	-97,92	-0,42	0,17	40,80
ноябрь	43	10112	1782,08	7,58	57,51	13514,13
декабрь	48	11287	2957,08	12,58	158,34	37209,97
Всего	425	99959			484,92	113955,42

Найдем средние значения по X и Y:

$$\bar{X} = \frac{425}{12} = 35,417 \quad \bar{Y} = \frac{99959}{12} = 8329,917$$

Определим величину переменных расходов на единицу продукции по формуле 5 с использованием данных таблицы 3:

$$b = \frac{113955,42}{484,92} = 235 \text{ тыс. руб./ед.}$$

Определяем величину постоянных расходов, для этого подставим показатель b в уравнение 1, используя средние значения по X и Y:

$$8329,917 = a + 235 * 35,417 \quad a = 7 \text{ тыс. руб.}$$

Следовательно, переменные расходы – 235 тыс. руб./ед., а постоянные - 7 тыс. руб.

Таким образом, данный метод позволяет достаточно точно определить постоянную и переменную составляющие в структуре общих затрат, однако он связан с весьма громоздкими расчетами, и необходимостью автоматизации процесса расчетов, что объясняет весьма редкое применение данного метода в практике управления затратами хозяйствующего субъекта.

Кроме того, при его применении могут возникнуть проблемы нехватки статистической информации (необходимы данные как минимум за год по месяцам) и искажения данных вследствие влияния инфляции.

Для более точного разделения затрат на постоянные и переменные рекомендуется использование одного или нескольких из рассмотренных методов. В конечном счете мы должны получить модель:

- 1) позволяющую существенно снизить затраты времени и сил аналитиков на обработку исходных данных для целей операционного анализа;
- 2) максимально снижающую неизбежную долю субъективности распределения общехозяйственных и общепроизводственных затрат по видам продукции.

Литература

1. Вахрушина М.А. Бухгалтерский управленческий учет. Учебник для вузов. 2-е изд., доп. и пер. – М.: Омега-Л, 2003. – 528с.
2. Введение в управленческий и производственный учет. Пер. с англ. / Под ред. С.А. Табаиной. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 1997. – 560с.: ил.

ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВЕННОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ ПРОГРАММ АВТОМАТИЗАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

Целью написания работы является изучение необходимости автоматизации бухгалтерского учета, а также анализ проблем качественного сопровождения программ автоматизации бухгалтерского учета.

План:

1. Причины, обуславливающие необходимость автоматизации бухгалтерского учета.
2. Порядок автоматизации на предприятии и проблемы качественного сопровождения программ автоматизации бухгалтерского учета.

1. В современном мире разработка программного продукта превратилась в одну из самых дорогостоящих индустрии, и любые узкие места в технологическом процессе его создания могут привести к нежелательным результатам. Удлинение сроков разработки программного продукта чревато удорожанием конечного продукта, а не выявленные в ходе тестирования ошибки приводят как минимум к снижению его производительности. Примитивные ошибки, невнятные сообщения и неряшливый интерфейс раздражают пользователей, которые в итоге выбирают более качественный продукт конкурента, а фирма рискует потерять не только клиентов, но и свою долю рынка. Следовательно, качество программного продукта и качественное обслуживание приобретает первостепенное значение. Но как оценить это самое качество? Как правильно выбрать программный продукт?

Разработка и сопровождение автоматизированных систем финансово-экономического назначения в Республике Беларусь является одним из наиболее интенсивно развивающихся направлений IT-технологий. Этому свидетельствуют не только материалы республиканских выставок, конференций, компьютерных форумов, но и очевидный огромный интерес специалистов экономического профиля к прикладному программному обеспечению. Данный интерес возникает из потребности специалистов, руководителей в получении качественного программного продукта.

В настоящее время на рынке программных продуктов существует много программ и программных комплексов, как для автоматизации учета, так и всего процесса управления организацией. В результате возрастающей роли управленческого учета произошло расширение функций бухгалтерских программ. Существующие программные продукты позволяют автоматизировать оптимизационные, организационные и прогнозные задачи, делопроизводство, обеспечивают правовую поддержку бизнеса. Наиболее распространенными из них являются системы «Галактика», «1С: Предприятие», «Флагман».

Система «Галактика» включает следующие функциональные контуры: контур оперативного управления; контур бухгалтерского учета; контур управления производством; контур технико-экономического планирования; контур административного управления. Достоинством программы «Галактика» является реализация в ней большого количества функций по обработке экономической информации, что позволяет говорить о потенциальной возможности с ее помощью выйти на комплексную автоматизацию учета, контроля, анализа и управления хозяйственной деятельностью.

Автоматизировать учет и управление на уровне корпорации, холдинга, предприятия, подразделения помогает корпоративная информационная система «Флагман». Пакет включает в себя подсистемы «Финансово-экономическое управление», «Логистика», «Управление производством», «Управление персоналом», «Бухгалтерский учет и анализ», «Контроллинг», «Управление информационными ресурсами».

Что касается системы «1С: Предприятие», то сегодня она является широко распространенным программным средством для ведения компьютерного учета. Она предназначена для решения широкого круга задач автоматизации учета и управления, стоящих перед динамично развивающимися современными предприятиями. Новой версией системы программ «1С: Предприятие 7.7» является система «1С: Предприятие 8.0».

Гибкость платформы позволяет применять систему «1С Предприятие 8.0» в различных областях управления предприятия:

- автоматизировать производственные и торговые предприятия, финансовые и бюджетные организации, предприятия сферы обслуживания и прочие;
- осуществлять поддержку оперативного управления предприятием;
- обеспечивает автоматизацию организационной и хозяйственной деятельности организации;
- позволяет вести бухгалтерский учет с несколькими планами счетов и произвольными измерениями учета, регламентированную отчетность;
- предоставляет широкие возможности для управленческого учета и построения аналитической отчетности;
- позволяет решать задачи планирования, бюджетирования и финансового анализа;
- позволяет осуществлять расчет зарплаты и управление персоналом.

Компьютеризация бухгалтерского учета позволила сократить сроки выполнения работ, усилила его контрольные функции. Достигнуто единство показателей аналитического и синтетического учета. В условиях компьютеризации значительно расширены возможности по представлению учетных данных в различных формах и разрезах.

Очень трудоемкой работой являлось ведение аналитического учета расчетов с поставщиками и покупателями, дебиторами и кредиторами. Этой работой ранее занимались три бухгалтера в течение месяца. В условиях компьютеризации большая часть информации по учету расчетов формируется на смежных участках учета (в товарном учете, в учете денежных средств) и предоставляется в общую компьютерную базу данных в итоговом виде. Контроль и упорядочение накопленных данных обеспечивается усилиями одного работника. Это, как правило - бухгалтер по учету банковских операций. Основная функция — увязать возникающие долги с их оплатой, обеспечивая своевременное выявление просроченной дебиторской и кредиторской задолженности.

Проводимая работа по совершенствованию бухгалтерского учета и, в первую очередь, его компьютеризации, позволила работникам учета высвободить время для осуществления более строгого контроля за экономией и бережливостью в использовании материальных, трудовых и денежных ресурсов, за сохранностью кооперативной собственности. В плане усиления сохранности кооперативной собственности работа по компьютеризации учета даёт вполне ощутимый экономический эффект, так как позволяет своевременно выявлять потери и точно определять их виновников.

В результате процессы компьютеризации учета (и в целом процессы информатизации) в Республике Беларусь развиваются во многом хаотично.

Следует отметить, что хаотичная (кусочная) автоматизация является одним из наиболее распространенных и наименее эффективных видов инвестирования средств в развитие информационных систем. Под хаотичностью процесса в данном случае понимается нарушение ряда основополагающих принципов развития информационных систем в организации: принципа системности, принципа «первого лица», принципа типизации и внедряемых решений и других. Характерная особенность хаотичной автоматизации — отсутствие стратегического плана информатизации, проведение работ по принципу «завоей компанию с неясными целями и задачами».

При таком подходе ведется поиск (как правило, не профессиональный) инструментальных средств, которые вроде бы дают какой-то результат и, как кажется, достаточно быстро и без особых затрат (инструментальный подход). Часто инвестиции в создаваемую систему прекращаются сразу после закупки таких инструментальных средств (технических и программных). Внедрение закупленных инструментов, разработка методики применения их для решения конкретных управленческих задач отдается на откуп рядовым сотрудникам.

В результате автоматизация ограничивается сиюминутными локальными задачами, а не реальными потребностями бизнеса. Локальная задача при этом может решаться наилучшим образом, но результат не может быть интегрирован в общую информационную систему. Он может оказаться вовсе не нужным в управлении. Островки новых информационных технологий тонут в море неорганизованности и хаоса.

Для преодоления тенденций хаотичной автоматизации учета в системе потребительской кооперации Республики Беларусь необходимо в срочном порядке разработать конкретные принципы технической политики в области компьютеризации, а также подготовить стандарты (методики) организации автоматизированного бухгалтерского учета единые для всей системы. Указанные принципы и стандарты должны быть закреплены директивно и соблюдаться всеми предприятиями системы.

Важно также определиться в выборе единого типа программного обеспечения для всей системы потребительской кооперации, в первую очередь для решения задач бухгалтерского учета (где формируется до 80% всей экономической информации).

2. На текущем этапе развития информационных технологий в области бухгалтерского учета и анализа на первый план, с нашей точки зрения, выходит фактор сопровождаемости, который характеризуется технологическими аспектами, обеспечивающими простоту устранения ошибок в программе и поддержания программных систем в актуальном состоянии. Также в сопровождение включаются:

- политика поддержки новых версий программных средств по инициативе разработчика;
- обработка программного обеспечения по требованию заказчика;
- изменение выходных форм;
- изменение настройки;
- консультации, обучение пользователей.

В зарубежных странах накоплен определенный теоретический и практический опыт в этой сфере. Методика управления сервисным обслуживанием предполагает:

1. *Ведение сервисных контрактов* для инсталлированной базы. В рамках этого процесса создаются контракты по обслуживанию, предоставляемого программного продукта в течение заданного периода времени, в которых содержится информация о составе предоставляемых клиенту услуг.

2. *Система самообслуживания клиентов через Интернет*. Этот процесс позволяет клиентам и специалистам фирм искать решения проблем в базе данных готовых решений и сборнике часто задаваемых вопросов. Кроме того, пользователи могут создавать, отслеживать и обновлять запросы на обслуживание в онлайн-режиме, а также сообщать о своих проблемах по электронной почте. При использовании системы самообслуживания клиентов через Интернет - фирмы смогут сократить издержки на обслуживание и вместе с тем увеличивать удовлетворенность клиентов благодаря круглосуточной доступности и персонализированному доступу пользователей.

3. *Оказание услуг на основе контрактов с соглашениями об уровне обслуживания*. Данный процесс оказания услуг гарантирует оговоренный уровень качества услуг и оказание определенных услуг в течение определенного промежутка времени.

4. *Оказание услуг без планирования ресурсов.* Данный сервисный процесс предусматривает, в частности, регистрацию запросов пользователей через справочную службу и их внутреннюю обработку.

5. *Подтверждение оказанных услуг.* Сотрудники отдела обслуживания используют этот процесс для отчета о затраченном рабочем времени, прочих ресурсах. Сотрудники могут передавать данные в сервисную организацию через Интернет, а также в центр взаимодействия по телефону или с помощью приложений для мобильного сервиса.

6. *Обработка жалоб.* Этот процесс позволяет фирмам эффективно управлять обработкой замечаний на оказываемые услуги, а также уменьшать время ответа на запрос клиента. Обработка жалоб — это процесс, интегрированный с сервисным процессом и сбытовыми транзакциями, позволяющий создавать документы с замечаниями со ссылкой на сервисные процессы и сбытовые заказы.

Эта методика гарантирует, что современная и точная информация становится доступной для всех лиц, вовлеченных в сервисный процесс, и помогает фирме-разработчику улучшить уровень обслуживания клиентов. Отдельные сервисные процессы используются белорусскими разработчиками программ финансового и экономического назначения.

Результаты исследования, проводимого в рамках конкурса, выявили следующие проблемные моменты:

1. *Практически у всех фирм-разработчиков отсутствует отдельная сервисная служба.* Специалисты, работающие на фирму, не способны справиться с большими объемами работ по обслуживанию клиентов. Поэтому целесообразнее всего иметь отдельную сервисную службу, в которой работают узкие специалисты, способные разрешать возникшие вопросы по работе с программой, внедрять программы в организации с учетом их специфики, а также периодически проводить обновление программных продуктов с учетом меняющегося законодательства и изменений в учетной политике организаций. Очевидно, что качество обслуживания программного продукта зависит от квалификации разработчиков, состав которых неоднороден в силу ярко выраженной специализации. В каждом проекте есть аналитики, которые ставят задачи, системные программисты, подготавливающие инструментарий, прикладные программисты, группа тестирования программного продукта, технические писатели. При этом в каждой фирме должны быть специалисты по установке и сопровождению готовых систем, в обязанности которых включается установка продукта, обучение пользователей, устранение ошибок, развитие функциональных возможностей, поставка upgrade-версий, техническая поддержка. В таких специалистах фирмы испытывают острую необходимость. На самом деле в фирмах присутствуют специалисты широкого профиля, которые устанавливают, обучают, устраняют ошибки, совершенствуют функциональные возможности, поставляют upgrade-версии, осуществляют техническую поддержку и др.

2. *Общение с клиентами происходит в общем помещении.* Это мешает посетителям (как правило, бухгалтерам) разобраться в характеристиках программы, ее цене, вопросах сервисного обслуживания, обучения и т.д. Следовательно, необходимо выделить сервисной службе отдельные помещения для общения с клиентами.

3. *Несвоевременность обновления программных продуктов.* Нередко обновление происходит лишь по требованию клиента, в то время как желательно определить периодичность посещений.

4. *Индивидуальный подход к каждому клиенту.* Персонал сервисных служб должен непрерывно взаимодействовать с клиентами (потенциальными покупателями), чтобы любая просьба или пожелание (предложение) не оставалась без внимания.

5. *Отсутствие четкого понятия о функциях сервисного обслуживания.* Белорусские производители программного обеспечения еще не до конца осознают значение функций сервисного обслуживания программных продуктов.

В заключении хотелось бы отметить, что в Республике Беларусь представлены разнообразные системы автоматизации, которые в настоящий момент являются достаточно мощны-

ми и сложными инструментами организации и ведения бизнеса. И как любой сложный инструмент-программные продукты требуют квалифицированного обслуживания и сопровождения, особенно в условиях постоянно изменяющегося законодательства. Причем на этапе насыщения рынка программными продуктами, качество работы с пользователями клиентами является главным условием выживания всех фирм-производителей.

УДК 658.152/153

Самусевич Д.Н.

Научный руководитель: ст. Преод. Черноокая Е.В.

МОДЕЛЬ ОПТИМИЗАЦИИ СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

На сегодняшний день для отечественных предприятий актуальным остается вопрос функционирования и воспроизводства предпринимательского капитала. Возможности становления предпринимательской деятельности и ее дальнейшего развития могут быть реализованы в том случае, если собственник эффективно управляет капиталом, соблюдая рациональный баланс между собственными и заемными источниками.

Разработанная автором математическая модель оптимизации структуры капитала может быть представлена графически на рисунке 1.

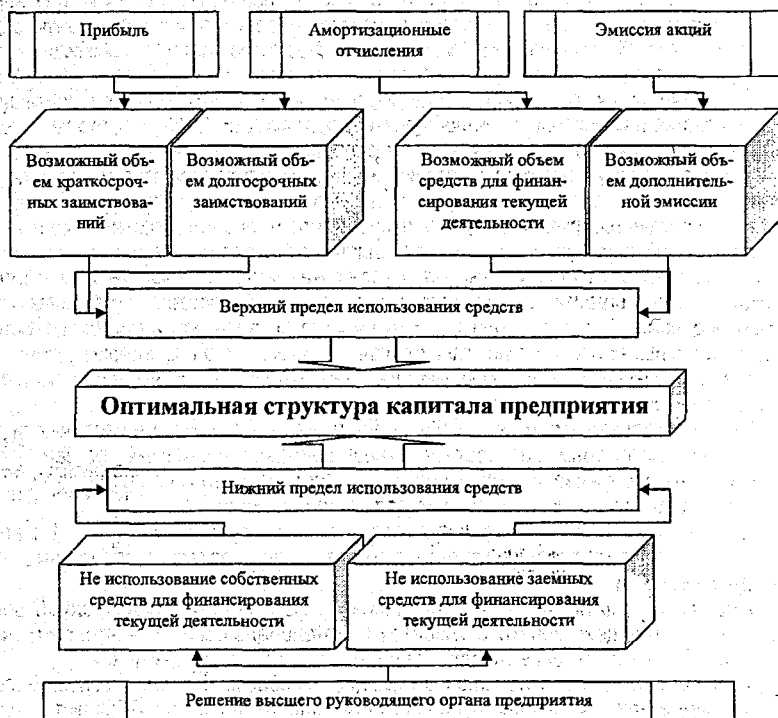


Рис.1. Имитационная модель оптимальной структуры капитала.

Верхний ряд, состоящий из элементов «прибыль», «амортизационные отчисления» и «эмиссия акций», представляет планируемые источники финансирования деятельности предприятия. Исходя из максимальной величины данных элементов, будут формироваться возможные верхние ограничения для всех планируемых источников. Так, максимальный объем планируемой прибыли оказывает влияние на размер банковского кредита, который может быть предоставлен предприятию.

Амортизационный фонд, средствами которого предприятие в праве воспользоваться как источником собственных средств, зависит от планируемой выручки от реализации продукции, т.к. начисленный амортизационный фонд отличается от реально накопленного на сумму амортизационных отчислений, приходящуюся на неоплаченную продукцию. Дополнительная эмиссия обыкновенных акций будет зависеть от курсовой стоимости акции. Исходя из допустимого падения курсовой стоимости акций, определяется верхний предел по данному источнику финансирования. В совокупности рассмотренные источники будут формировать верхний допустимый предел по каждому конкретному источнику.

Нижний предел использования средств полностью зависит от качества менеджмента предприятия, а именно - квалификации высшего руководящего органа предприятия. В связи с тем, что предложенная модель ориентирована на акционерные общества, решение об использовании того или иного источника принимает собрание акционеров с учетом рекомендаций совета директоров.

Реализация целей оптимизации структуры капитала возможна посредством конечного расчетного показателя, в основу которого заложен модифицированный эффект финансового левериджа.

Первая модификация касается пересмотра дифференциала финансового левериджа в части расчета рентабельности активов. По мнению автора, необходимо использовать показатель рентабельности собственных средств, направляемых на финансирование деятельности предприятия. Данный показатель можно представить в следующем виде:

$$R_{СК} = \frac{\Pi + АО * i - Ац * j}{\Pi + АО + Ац} \quad (1)$$

где Π - прогнозируемая прибыль, в рублях;

$АО$ - фактически рассчитанная сумма амортизационных отчислений на анализируемый период, в рублях;

$Ац$ - дополнительная эмиссия акция (для акционерных обществ), в рублях;

i и j - плата за пользование соответствующим видом источников собственных средств, в процентах за год.

Средний размер процентов за кредит, уплачиваемых предприятием за использование заемного капитала остается таким же, как и при использовании в классическом виде эффекта финансового левериджа. Если условно разделить заемные средства на краткосрочные и долгосрочные, то расчетная формула примет вид (2):

$$ПК = \frac{КЗС * k + ДЗС * l}{КЗС + ДЗС} \quad (2)$$

где $КЗС$ и $ДЗС$ - годовой объем краткосрочных и долгосрочных заемных средств соответственно, в рублях;

k и l - плата за пользование соответствующим видом источников заемных средств, в процентах за год.

Коэффициент финансового левериджа (ЗК/СК) подвергнем преобразованию. Рассчитаем данный показатель как отношение суммы заемных средств и процентов к уплате за их использование к сумме собственных средств, направляемых на финансирование деятельности предприятия в планируемом периоде. Предложенный показатель, который обозначим $K_{\text{Ф}}$, характеризует финансовую устойчивость предприятия на планируемый период (3).

$$K_{\phi y} = \frac{KЗС * (1+k) + ДЗС * (1+l)}{\Pi + АО + Ач} \quad (3)$$

где $K_{\phi y}$ – коэффициент финансовой устойчивости.

Рассмотрев допустимые пределы (рис.1) для конкретных показателей, составим систему ограничений (4).

$$\left\{ \begin{array}{l} \text{Нижний план предел} \leq \Pi \leq \text{Верхний план предел} \\ \text{Нижний план предел} \leq АО \leq \text{Верхний план предел} \\ 0 \leq Ач \leq \text{Допустимая эмиссия} \\ 0 \leq КЗС \leq \text{Максимально возможное значение} \\ 0 \leq ДЗС \leq \text{Максимально возможное значение} \\ 0,10 \leq \frac{KЗС * (1+k) + ДЗС * (1+l)}{\Pi + АО + Ач} \leq 0,90 \\ \frac{\Pi + АО * i - Ач * j}{\Pi + АО + Ач} - \frac{KЗС * k + ДЗС * l}{KЗС + ДЗС} \geq 0 \end{array} \right. \quad (4)$$

В мировой практике считается оптимальным, когда соотношение заемного капитала к совокупному капиталу не превышает значение 0,5, то есть заемный капитала по абсолютной сумме не должен превышать собственный. В нашем случае соотносится абсолютная сумма задолженности и проценты за пользование с абсолютной суммой собственных средств, что вносит коррективы в определение допустимых пределов для первого двойного неравенства из системы ограничений. Так, коэффициент финансовой устойчивости не может быть равен нулю, иначе целевая функция будет обращаться в нуль, и не может быть равен единице, т.к. возникает высокая степень риска невозврата средств. Таким образом, отклонение в 0,1 от критических значений будет достаточным для оценки данного показателя.

Рассмотренные выше показатели образуют целевую функцию следующего вида (5):

$$(R_{СК} - ПК) * K_{\phi y} \rightarrow \max \quad (5)$$

Подбор параметров для данной системы и максимизацию целевой функции целесообразно проводить средствами MsExcel.

Описав механизм определения числовых пределов источников финансирования, показав взаимосвязь и влияние отдельных показателей на целевую функцию, проведем типовой расчет. Результаты могут быть представлены по форме, согласно таблице 1.

Таблица1. Типовая таблица для модели оптимизации структуры капитала

Собственный капитал				
Показатель	Нижний предел	Верхний предел	Стоимость источника	Объем источника финансирования капитал
Прибыль				
Амортизация				
Акции				
Заемный капитал				
Показатель	Нижний предел	Верхний предел	Ставки процентов по заемному капиталу	Объем источника финансирования капитала
Краткосрочный				
Долгосрочный				

В таблице 1 в графы «нижний предел» и «верхний предел» должны заноситься планируемые значения источников в денежном выражении в соответствии с системой разработанных ограничений. В графы «стоимость источника» и «ставки процентов по заем-

ному капиталу» должны заполняться реальными значениями в размере годовых процентных ставок. Графа «объем источника финансирования капитала» будет представлять решение системы ограничений, при котором будет максимизироваться целевая функция. Она содержит оптимальное распределение источников финансирования в стоимостном выражении.

Методическое сопровождение по определению оптимальной структуры капитала предприятия может сводиться к следующим этапам:

1. Расчет средневзвешенной стоимости капитала за отчетный период.
2. Определение плановых показателей источников финансирования капитала и определение возможных пределов, составление системы ограничений для целевой функции оптимизации.
3. Определение цены источников капитала. Составление расчетной таблицы и определение конечных сумм по каждому источнику финансирования.
4. Расчет средневзвешенной стоимости капитала по планируемым данным.

Практическое применение разработанной модели осуществляется с учетом ряда ограничений:

1. Модель применима в основном для средних и крупных предприятий, т.к. трудовые и финансовые затраты на проведение расчетов оправдываются минимизацией потерь, возникающих при неэффективном использовании источников финансирования деятельности предприятия.
2. Под краткосрочными и долгосрочными заемными средствами понимается банковский кредит.
3. Оптимизации капитала проводится в краткосрочной перспективе (финансовый год), что обуславливает выражение стоимости источников в соответствующих ставках.
4. Стоимость источника «амортизация» считается равным средневзвешенной стоимости капитала за предшествующий планируемому период.
5. Стоимость источника «акции» принимается равным значению ставок по безрисковым ценным бумагам.
6. Прибыль, амортизация и дополнительная эмиссия акций являются спланированными показателями и в данной модели используются как исходные данные.
7. Если предприятие является молодым и ему необходимо показать заметный экономический рост, то целевая функция должна стремиться к максимальному значению, если не выбрана иная концепция развития предприятия.
8. Целевая функция не всегда должна стремиться к максимуму, она может стремиться к какому-то конкретному значению, которое обосновано руководством предприятия.

Таким образом, предложенная модель оптимизации структуры капитала является эффективным инструментом, используемым при построении финансовой и инвестиционной политики предприятия на планируемый финансовый год. Она позволяет рационально распределить имеющиеся финансовые ресурсы с целью достижения максимального объема прибыли.

УДК 338.246.027.7

Суромейко О.С.

Научный руководитель: к.э.н. Замировский В.В.

ТЕХНОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ «BUSINESS UNIT MANAGEMENT»

Крупные широко диверсифицированные предприятия, построенные по иерархическому принципу, часто несут дополнительные потери в связи с тем, что их организационно-экономическая система не соответствует требованиям динамичной внешней среды. Возникает необходимость трансформации организационной структуры предприятия с разбиением его на бизнес-единицы, которые, продолжая оставаться частью целого, ока-

зываются значительно меньшими по размеру, но стратегически более независимыми, гибкими и, следовательно, более успешными на рынке. В случае неудачи дивизиона возможна только его ликвидация без нанесения серьезного ущерба всей организации.

В научной литературе под бизнес-единицей понимается направление деятельности предприятия, которое может быть выражено объектом или группой объектов продуктового ряда; сегментом потребительского рынка; инвестиционным проектом; характером (или экономическим содержанием) деятельности: научная, производственная, торговая и др.

Управление бизнес-единицами по технологии Business Unit Management (далее - BUM) - это стиль управления и форма организации, направленная на децентрализацию предпринимательства внутри предприятия, которая достигается путем наделения бизнес-единиц интегральной бизнес-ответственностью за определенные продуктово-рыночные комбинации [1].

Интегральная бизнес-ответственность предполагает ответственность за все операционные (функциональные) области - исследования и разработки, закупки, производство, маркетинг и сбыт, а также ответственность за все действия в области стратегической политики, за прибыль или результаты.

Наделение выделенных бизнес-единиц интегральной ответственностью не должно быть половинчатой мерой, т.е. недопустима частичная передача полномочий при одновременной попытке управлять централизованно. В качестве примера неудачного реформирования можно привести реструктуризацию ПО «Гомсельмаш», в ходе которой некоторым цехам и подразделениям заводов была предоставлена хозяйственная самостоятельность, право вести отдельный баланс, пользоваться отдельным расчетным счетом. Обособленным подразделениям были предоставлены необходимые полномочия в части сбыта продукции, управления финансами, выплаты зарплат и налогов, материально-технического снабжения. Как утверждает экономист Шикальчик, исследовавший причины неудач при реформировании ПО «Гомсельмаш», идея реструктуризации состояла в том, чтобы «притянуть подразделения больше самостоятельности и таким образом повысить их заинтересованность и ответственность в результатах деятельности» [2]. Преобразование цехов в ПО «Гомсельмаш» произошло достаточно формально, а применение единой тарифной сетки, фиксированная численность рабочих, отсутствие мероприятий по обучению руководителей и специалистов отрицательно сказалось на полученных результатах.

Целью внедрения технологии Business Unit Management является повышение эффективности деятельности предприятия и увеличение его стоимости. Конкурентные преимущества обретаются с помощью введения в организации полного хозрасчета и создания эффективной системы мотивации персонала [3]. Хозрасчетный принцип работы дивизионов защищает их от отрицательного взаимного влияния и обеспечивает стабильность предприятия в целом, а уникальная система мотивации позволяет увязывать личные интересы сотрудников с интересами собственника.

Технология BUM разработана с учетом опыта западных менеджеров в сфере управления диверсифицированным предприятием, в ее основе лежит бюджетирование, управленческий учет и мотивация.

На предприятии осуществляется преобразование организационной структуры в финансовую, предусматривающую создание центров финансовой ответственности (далее - ЦФО). Все бизнес-единицы получают статус профит-центра, центра затрат или инвестиций в зависимости от выполняемых задач, принципов формирования бюджета и характера воздействия на финансовый результат всего предприятия.

Постановка бюджетирования означает, что планирование, учет и контроль, анализ доходов и расходов осуществляется по центрам ответственности.

Каждое подразделение получает внутреннюю лицензию (устав), в которой прописываются услуги, продаваемые внутри предприятия или на рынке; тарифная сетка на

внутренние услуги подразделения; условия оказания услуг, которые регламентируют качество и сроки предоставления услуг, а также санкции за нарушение условий предоставления услуг; метод расчета финансового результата, размеры и сроки формирования резервного фонда и фонда развития, ставка внутреннего кредитования и размер бонуса руководителя подразделения.

В рамках каждого отдела формируется локальный баланс со своими доходами, получаемыми от продажи продукта, прописанного во внутренней лицензии, и расходами - прямыми косвенными и накладными (аренда помещения, компьютеров, покупка услуг других подразделений). На внутренние услуги рассчитываются тарифы, которые утверждаются подразделениями-потребителями на бюджетном комитете.

Разрабатывается нормативная база для введения между подразделениями рыночных отношений, предусматривающих продажу услуг и продукции внутри компании. Как известно, рыночное развитие стимулирует конкуренция, поэтому, перенеся конкуренцию внутрь предприятия, можно стимулировать развитие подразделений (как субъектов внутреннего рынка). Подразделения предприятия имеют выбор - покупать внутренние услуги или альтернативные на рынке, что заставляет обслуживающие подразделения конкурировать с внешней средой и вынуждает их сокращать свои издержки и повышать качество услуг, чтобы удержать внутреннего потребителя.

Конкуренция неизбежно возникает между подразделениями, т.к. сравниваются результаты их деятельности и доступ к ограниченным ресурсам всей организации получают самые жизнеспособные. На предприятии вводится аукционный принцип распределения финансовых ресурсов через ЦФО Казначейство. Денежный фонд Казначейства формируется из прибыли профит-центров и финансовых ресурсов, привлеченных центрами ответственности из внешних источников. В первую очередь финансовые ресурсы достаются подразделениям, предложившим наибольшую цену. По словам Лунина - генерального директора ООО Консалтинговая компания "Мартекс", специализирующегося на совершенствовании и внедрении технологии Business Unit Management: «Подобная система стимулирует естественный отбор, при котором выживает сильнейший. Не окупающиеся подразделения утрачивают экономическую эффективность и ликвидируются. Внутренняя конкуренция стимулирует подразделения к внедрению инноваций и поиску новых технологий, что, в конечном итоге, способствует повышению общей конкурентоспособности организации на рынке»[4].

Появляется механизм ежедневной оценки финансового результата каждого подразделения в показателях чистой прибыли, позволяющий оперативно реагировать при возникновении проблемных ситуаций, создать объективную систему мотивации, дающую возможность всем подразделениям получать неограниченный бонус в виде части от полученной прибыли или экономии затрат, что повышает эффективность работы сотрудников компании и привлекает в нее новых специалистов.

Технология BUM предполагает защиту авторских прав на разработанный новый продукт предприятия, что стимулирует инновационную деятельность и повышает конкурентоспособность и привлекательность продуктового ряда. Внедряется система авторских прав на клиентов. Клиент, купивший продукт, патентуется подразделением, в лицензии которого прописан данный продукт, и продается другим подразделениям внутри предприятия за небольшую комиссию. Этот механизм называется cross selling и предназначен для стимуляции увеличения объема продаж существующим клиентам.

Создание системы мотивации специалистов не только профит-центров, но и затратных и венчур-центров, стимулирующей у сотрудников стремление к повышению эффективности работы, подразумевает, что профит-центр получает бонус в виде доли от нетто-дохода или чистой прибыли, полученной от продажи продуктов, закрепленных за им внутренней лицензией, центр затрат получает бонус от снижения стоимости собственных услуг при условии, что качество выполняемых ими услуг не ухудшится, центр инвестиций премируется по схеме профит-центра или центра затрат после того, как выйдет на текущую или полную самоокупаемость.

Для руководителей обслуживающих, контрольных и зарабатывающих подразделений применяются разные механизмы формирования заработной платы. Так, у руководителей бизнес-подразделений заработная плата делится на две части - постоянную и переменную (на первом этапе, например, в пропорции 80/20). Постоянная - это неснижаемая часть зарплаты, переменная зависит от финансового результата подразделения, рассчитываемого по системе BUM. Директор предприятия заключает с руководителем подразделения бизнес-договоренность о распределении финансового результата (чистой прибыли) подразделения, например 90% на 10% соответственно. Если финансовый результат такой же, как в предыдущий период, руководитель подразделения получает 100% заработной платы (80% - постоянная часть, 20% - переменная часть полностью). Если прибыль подразделения увеличивается, руководитель подразделения выигрывает за счет увеличения бонуса. Если результат хуже предыдущего - руководитель остается в убытке, поскольку уменьшается переменная часть, зависящая от результата. Не меньше 80% он получить не может, поскольку это его социальная гарантия.

Руководители обслуживающих и контрольных подразделений получают фиксированную зарплату и дополнительно могут зарабатывать еще тремя-четырьмя способами: получают бонус от экономии бюджетных денег, бонус от инициированных ими инновационных проектов по снижению издержек, авторские отчисления от разработанного этим подразделением нового продукта, который продается другими подразделениями; комиссию от продажи клиентов.

Каждый руководитель подразделения самостоятельно разрабатывает систему мотивации своего подразделения. Система BUM предлагает лишь ограничение на фонд оплаты труда (ФОТ) в виде 30%-ного лимита от планируемого операционного дохода, превышение которого покрывается за счет заработка руководителя подразделения. Поэтому руководитель выплачивает в виде фиксированной зарплаты 20% от запланированного операционного дохода, а оставшуюся сумму - по факту в виде переменной части заработной платы, в зависимости от выполнения поставленных перед сотрудниками задач. Переменную часть зарплаты руководитель использует как инструмент мотивации и выплачивает дифференцированно, учитывая вклад каждого сотрудника в общий результат подразделения.

Выставляя определенные рамки по ФОТ, руководство компании подталкивает руководителя подразделения ввести новый принцип оплаты труда - выплату вознаграждения за результат.

Возможность кроме зарплаты получать долю прибыли привлекает в организацию лучших специалистов других организаций, в которых доля прибыли не выплачивается или выплачивается слишком малая. Пришедшие специалисты усиливают внутреннюю конкурентную борьбу, что способствует повышению эффективности работы и улучшению финансовых результатов всей организации. Существование в условиях высококонкурентной среды развивает в подразделениях предприятия качества, способствующие выживаемости, и позволяет создать высокопрофессиональную команду специалистов [5].

Литература

1. Виссема Х. Управление бизнес-единицами: децентрализация предпринимательства. Менеджмент в России и за рубежом. -1999.-№4 // <http://www.dis.ru/management/archiv/1999>.
2. Шикальчик С. Предприятие в условиях кризиса: стратегия развития и концепция реструктуризации// Белорусский экономический журнал. -2001.-№ 4
3. Славников Д. Система Business Unit Management - или хозрасчет по мировому стандарту // Финансовый директор. -2004.- №3
4. Лунин В. Повышение эффективности бизнеса с помощью технологии управления Business Unit Management: Бюджетирование, сокращение издержек и построение системы мотивации // <http://www.marfex.ru/225>
5. Лунин В. Поощрение и наказание: инструкция по созданию системы мотивации персонала// Управление компанией. -2005.-№7

РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЫ И ЕЁ СООТНОШЕНИЕ С МЕТОДИКАМИ МЕЖДУНАРОДНЫХ РЕЙТИНГОВЫХ АГЕНСТВ

Международный кредит имеет различные виды и формы, он может использоваться как для кредитования внешней торговли, так и направляться для реализации каких-либо общегосударственных целей. В любом случае кредитору для анализа кредитных рисков необходимо оценить надежность заемщика. Одним из таких способов оценки на международном уровне является кредитный рейтинг, предоставляемый международными рейтинговыми агентствами, крупнейшими из которых являются Fitch Ratings, Standard and Poor's и Moody's Investor Service.

Получение кредитных рейтингов государством, субъектами хозяйствования позволяет не только активизировать деятельность по международным заимствованиям, но и расширить сотрудничество с правительствами иностранных государств, международными кредитными организациями, зарубежными банками и компаниями, что в условиях современной глобализации и интеграции является важнейшим условием для нормального существования государства в мировом сообществе.

Государственная политика в отношении внешних заимствований меняется. Ранее правительство Беларуси старалось одалживать как можно меньше, и в последние годы его долг находился на уровне 3-4% от ВВП. По международным меркам это крайне мало. Считается допустимым, когда подобный долг составляет около 50% от ВВП.

Однако в последние 2-3 года ситуация начала меняться в связи с переходом в торговле энергоносителями с Российской Федерацией на условия свободного рыночного ценообразования. В складывающихся условиях Республика Беларусь все больше и больше будет заинтересована в привлечении дешевых финансовых ресурсов из-за рубежа. Главным барьером для реализации этой задачи является отсутствие суверенного кредитного рейтинга Республики Беларусь.

Работа по получению кредитного рейтинга ведется с 2005 года. Министерство финансов направило запросы в ведущие международные рейтинговые агентства с просьбой предоставить информацию об условиях, сроках и стоимости оказываемых рейтинговых услуг. Ожидается, что Беларусь получит рейтинг в I полугодии 2007 года, причем не менее, чем от двух агентств.

Получение Беларусью кредитного рейтинга будет способствовать увеличению притока иностранных инвестиций в экономику страны, расширению сотрудничества с иностранными партнерами, созданию необходимых внешних условий банкам и компаниям для заимствований на международных финансовых рынках по более низким процентным ставкам. В настоящее время белорусские банки привлекают средства зарубежных банков под ставку 8,5-9,5% годовых. После получения рейтинга эта ставка будет снижена, как минимум, на 1 процентный пункт.

На сегодняшний день, несмотря на то, что Республика Беларусь не имеет суверенного кредитного рейтинга, кредитный рейтинг агентства Fitch Ratings имеет 6 банков Республики Беларусь.

Анализируя факты привлечения международных кредитов белорусскими банками на протяжении 2005-2007гг., было выявлено, что, за исключением Приорбанка и Минского транзитного банка, кредиты предоставлялись банкам, имеющим свой кредитный рейтинг. И это не случайно, т.к. получение кредитного рейтинга есть первый шаг к сотрудничеству с международными банками и организациями и в том числе – получению синдицированных кредитов.

Таблица 1. Кредитные рейтинги белорусских банков по Fitch Ratings

Эмитент	Долгоср. рейтинг дефолта эмитента в ин валюте	Прогноз по международному рейтингу	Краткоср. рейтинг в ин валюте	Индивидуальный рейтинг	Рейтинг под-держки	Дата присвоения/ последне-го пересмотра
Белагропром-банк	B-	Стабильный	B	D/E	5	20/12/2006
Беларусбанк	B-	Стабильный	B	D/E	5	21/09/2006
Белгазпром-банк	B-	Стабильный	B	E	5	21/12/2006
Белинвестбанк	B-	Стабильный	B	E	5	13/11/2006
Белпромстрой-банк	B-	Стабильный	B	D/E	5	10/10/2006

На сегодняшний день существует масса прогнозов, какой рейтинг получит Беларусь. В частности, председатель правления Национального Банка Республики Беларусь Петр Петрович Прокопович выразил уверенность, что суверенный рейтинг Беларуси «будет хорошим». Это оправдано, так как, если крупнейшие государственные банки республики, обязательства которых гарантированы государством, имеют рейтинг «B-», то и суверенный рейтинг Беларуси будет не выше «B» – «B-». По международной шкале такой рейтинг является «пограничным», т.е., если рейтинги группы «A» (AAA, AA, A) отражают различные степени высокой надежности эмитента, группы «B» – приемлемой надежности с характеристикой различных степеней кредитных рисков, зависящих от политической ситуации, рыночной конъюнктуры и прочих внешних факторов, то уже рейтинги группы «C» (ССС, СС, С) рассматривают различные степени вероятности дефолта.

Т.е., если вслед за получением суверенного кредитного рейтинга Беларусь, станут повсеместно получать кредитные рейтинги другие предприятия и банки, то реальностью станет ситуация, когда значительное число банков и предприятий не будут удовлетворять требованиям международных агентств или будут иметь рейтинг в различных вариациях группы «C».

Для этого целесообразно предложить национальную рейтинговую шкалу Беларуси, которая облегчила бы сотрудничество банков, предприятий в пределах территории Республики Беларусь. В частности:

1. Выдача кредитов банками предприятиям, имеющим кредитный рейтинг, проходила бы по более упрощенной процедуре.
2. В связи с планируемой в государстве приватизацией, инвесторы бы имели более полное представление о предлагаемых пакетах акций предприятий, в случае получения ими национального кредитного рейтинга.
3. Расширились бы возможности для внешних заимствований белорусских эмитентов при признании национальной шкалы международными рейтинговыми агентствами.
4. Банки, имеющие национальный рейтинг, повысили бы свой имидж внутри страны, смогли бы привлечь большее количество клиентов, расширить свою деятельность.
5. С течением времени большинство банков окажется в ситуации, когда дальнейшее развитие бизнеса окажется затруднительным или невозможным без вхождения в какую-либо крупную банковскую группу. В частности, одним из условий вхождения в ВТО любой страны является открытие национального банковского рынка (рынка банковских услуг) международным банкам. В этом случае банки, имеющие хотя бы национальный рейтинг, окажутся в более выигрышном положении, чем другие.

При разработке национальной шкалы во внимание принимался опыт Российской Федерации в данной сфере.

Данная шкала основана на предпосылке о том, что Беларусь получит суверенный кредитный рейтинг «B» («B-»), который будет соответствовать наивысшему по нацио-

нальной кредитной шкале. Предполагается разбить все рейтинги на 4 группы, которые соответствуют различной степени надежности эмитента:

- A – высокая надежность;
- B – хорошая /удовлетворительная надежность;
- C – удовлетворительная/ низкая;
- D – дефолт.

Рейтинги групп A, B, C могут быть дополнены знаками «+» или «-», которые отражали бы, с одной стороны, промежуточные состояния рейтингов, а с другой, являлись бы прогнозом на краткосрочную перспективу о состоянии банка/предприятия и вероятности в дальнейшем повышения/ понижения рейтинга. Т.е., например, рейтинг «B+» означает очень хорошую надежность эмитента, который активно развивается и имеется тенденция к повышению своих финансовых показателей и в краткосрочной перспективе возможен переход его в группу «A», если ситуация не изменится в худшую сторону.

Таблица 2. Национальная рейтинговая шкала

Национальный рейтинг	Трактовка рейтинга
A+	Очень высокая надежность
A	Высокая надежность
A-	Достаточно высокая надежность
B+	Очень хорошая надежность
B	Хорошая надежность
B-	Достаточно хорошая (удовлетворительная) надежность
C+	Линия отсечения
C	Минимальная линия отсечения
C-	Очень низкая надежность
D	Банкротство

В нашем случае «пограничными» рейтингами являются «C+» и «C», характеризующие среднюю и низкую надежность эмитента соответственно.

Определим место данной национальной шкалы относительно международных рейтингов.

Таблица 3. Сравнение рейтинговых шкал

Трактовка рейтинга	Fitch	Moody's	S&P	Национальный рейтинг
Наивысшая надежность	AAA	Aaa	AAA	
Очень высокая надежность	AA+, AA, AA-	Aa1, Aa2, Aa3	AA+, AA, AA-	
Высокая надежность	A+, A, A-	A1, A2, A3	A+, A, A-	
Хорошая надежность	BBB+	Baa1	BBB+	
Достаточная надежность	BBB, BBB-	Baa2, Baa3	BBB, BBB-	
Приемлемая надежность	BB+, BB, BB-	Ba1, Ba2, Ba3	BB+, BB, BB-	
Удовлетворительная надежность	B+	B1	B+	
Суверенный рейтинг: Беларусь	B	B2	B	A+
Малая надежность	B-	B3	B-	A
Низкая надежность с положительной динамикой	CCC+	Caa	CCC+	A-
Низкая надежность	CCC	Ca	CCC	B+, B
Линия отсечения	CCC	C	CCC	B-, C+
Минимальная линия отсечения	CC		CC	C
Дефолт неизбежен	C		C	C-
Дефолт	D		D	D

При определении национального рейтинга должен учитываться ряд факторов, которые будут различны по типу эмитента.

В частности, для банков может быть применена следующая методология исчисления рейтинга:

1. Финансовый анализ:

- размер бизнеса;
- достаточность капитала;
- структура активов;
- структура и диверсификация обязательств;
- ликвидность;
- коэффициенты и нормативы Национального Банка;
- качество активов;
- доходность и рентабельность.

2. Качественный анализ:

- репутация, история;
- оргструктуры, кадры;
- стратегия;
- кредитная политика;
- управление финансовыми ресурсами;
- управление рисками;
- региональная политика;
- техническая оснащенность;
- операционная среда;
- собственники, корпоративное управление.

Все это позволит отечественным субъектам хозяйствования постепенно вливаться в международную финансовую систему и адаптироваться к общепринятым условиям деятельности на международных рынках заимствования.

Литература

1. Беляцкий Н.П. Банковский менеджмент: Учеб. пособие / Н.П. Беляцкий, Б.Д. Семенов, С.Д. Вермеенко. – Мн.: БГЭУ, 2004. – 267 с.
2. Материалы сайта: <http://www.fitchratings.ru>
3. Материалы сайта: <http://www.sandp.ru>
4. Организация деятельности коммерческих банков: Учебник / Г.И. Кравцова, Н.К. Василенков, И.К. Козлова и др.; Под ред. Г.И. Кравцовой. 2-е изд., перераб. и доп. – Мн.: БГЭУ, 2002. – 504 с.

УДК 693.22.00Н.18

Шершовец А.И. и Пархомук Т.С.

Научный руководитель: асс. Коротышевская В.Н.

**АВТОМАТИЗАЦИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПРОГРАММЫ
1С БУХГАЛТЕРИЯ. ПРЕИМУЩЕСТВА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
- ВЕРСИИ 8.0 1С:БУХГАЛТЕРИЯ**

Целью написания работы является исследование преимуществ автоматизации бухгалтерского учета с использованием программы 1С:Бухгалтерия.

Занять лидирующее положение на рынке, повысить эффективность работы персонала, создать оптимальную структуру управления - вот первоочередные задачи руководителя предприятия. Ведение бухгалтерского и налогового учета – одна из важнейших функций обеспечения деятельности организации, целью которой является своевременное предос-

тавление бухгалтерской и налоговой отчетности внутренним и внешним пользователям: акционерам, инвесторам, кредиторам, партнерам, заказчикам, государству.

Автоматизация учета имеет ряд преимуществ.

- Возможность сравнительно быстро получить оперативную информацию. Соответственно, руководитель среднего звена (менеджер) получает необходимую информацию по внесению корректив в работу.

- Возможность накапливать данные о работе за длительный период для дальнейшего детального анализа и дальнейшего планирования деятельности.

- Относительная легкость предоставления данных для бухгалтерского учета.

Программа 1С:Бухгалтерия является универсальной бухгалтерской программой и предназначена для ведения синтетического и аналитического бухгалтерского учета по различным разделам.

Аналитический учет ведется по объектам аналитического учета (субконто) в натуральном и стоимостном выражениях.

Программа предоставляет возможность ручного и автоматического ввода проводок. Все проводки заносятся в журнал операций. При просмотре проводок в журнале операций их можно ограничить произвольным временным интервалом, группировать и искать по различным параметрам проводок.

На основании введенных проводок может быть выполнен расчет итогов. Итоги могут выводиться за квартал, год, месяц и за любой период, ограниченный двумя датами. Расчет итогов может выполняться по запросу и одновременно с вводом проводок (в последнем случае не требуется пересчет).

В программе существует режим формирования произвольных отчетов, позволяющий на некотором бухгалтерском языке описать форму и содержание отчета, включая в него остатки и обороты по счетам и по объектам аналитического учета. С помощью данного режима реализованы отчеты, предоставляемые в налоговые органы, кроме того, данный режим используется для создания внутренних отчетов для анализа финансовой деятельности организации в произвольной форме.

Существуют три версии программы 1С Бухгалтерия:

- 1С Бухгалтерия 6.0
- 1С Бухгалтерия 7.7
- 1С Бухгалтерия 8.0

"1С:Бухгалтерия 8" обеспечивает решение всех задач, стоящих перед бухгалтерской службой предприятия, если бухгалтерская служба полностью отвечает за учет на предприятии, включая, например, выписку первичных документов, учет продаж и т.д. Кроме того, информацию об отдельных видах деятельности, торговых и производственных операциях могут вводить сотрудники смежных служб предприятия, не являющиеся бухгалтерами. В последнем случае за бухгалтерской службой остается методическое руководство и контроль за настройками информационной базы, обеспечивающими автоматическое отражение документов в бухгалтерском и налоговом учете.

Можно выделить следующие преимущества "1С:Бухгалтерия 8.0. Базовая версия" перед "1С:Бухгалтерия 7.7":

В первую очередь, это удобная работа с формами

Новая функция: "Ввод данных по строке". При вводе нескольких первых букв наименования товара программа сама выберет его из справочника. Если на введенные буквы начинаются несколько наименований, программа предложит выбрать нужный товар из получившегося списка. Дополнительно: контрагентов можно вводить по ИНН, банки – по БИК.

Можно самостоятельно создавать новые виды субконто, добавлять счета и субсчета и использовать их в документах без программирования.

Новые возможности отбора данных с помощью операций сравнения (равно, не равно, в списке и т.д.). Настройка отбора по субконто, по реквизитам субконто, группировки по реквизитам субконто.

Регламентированная отчетность. Все формы отчетности в списке разбиты на группы: бухгалтерская отчетность, налоговая отчетность, отчетность в фонды и другие. Существует возможность реорганизовать список для удобной работы: "спрятать" неиспользуемые формы отчетности, расставить формы в нужном порядке, завести собственную группировку форм отчетности, например по срокам представления отчетов. Подготовленные регламентированные отчеты сохраняются в информационной базе, что позволяет в любой момент вернуться к ранее подготовленным отчетам для просмотра, печати или для подготовки исправительных отчетов за прошлые отчетные периоды.

Во-вторых – версии 8.0 присуще новое в учете торговых операций

Общий справочник "Номенклатура" для товаров, материалов, готовой продукции, что учитывает особенности ведения учета деятельности нескольких организаций в одной информационной базе. Для разных организаций одна и та же позиция номенклатуры может являться и продукцией, и товаром, и материалом.

Возможно ведение учета по складам в количественном и в количественно-суммовом выражении. Складской учет может быть совсем отключен, если в нем нет необходимости.

Учет товаров в рознице по продажным ценам с использованием счета 42 "Торговая наценка". Торговая наценка рассчитывается автоматически в конце месяца. В случае изменения розничных цен проводится переоценка товаров с помощью документа "Переоценка товаров в рознице".

Ведение учета товаров возможно как по стоимости приобретения, так и по продажной стоимости.

В-третьих – новое в учете производственных операций

Общий справочник статей затрат для каждой информационной базы.

Возможность анализа затрат по статьям по всем счетам учета.

Возможность учета готовой продукции с использованием счета 40 "Выпуск продукции (работ, услуг)" и без его использования (Дт 43 Кт 20).

Использование счета 40 позволяет отслеживать отклонения фактической себестоимости готовой продукции от плановой.

Распределение косвенных расходов с указанием своего способа распределения для каждого подразделения и каждой статьи затрат.

Просто анализировать состояние учета

Для оперативного анализа состояния учета в 1С:Бухгалтерии 8 предусмотрены различные отчеты: оборотно-сальдовая ведомость, шахматка, анализ счета, карточка счета и другие. Каждый отчет настраивается для получения только необходимой информации. Например, чтобы посмотреть поступление на склад вентиляторов всех марок, в оборотно-сальдовой ведомости по счету 41.01 "Товары на складах" можно установить отбор по товарам, наименования которых содержат слово "вентилятор".

Преимущества расчетов с контрагентами

Расчеты могут вестись не только по договорам, но и с детализацией по отдельным документам.

Автоматическое распределение платежей на аванс и оплату.

Настраиваемый аналитический учет по счетам расчетов.

При оформлении документов поступления и реализации можно использовать как общие цены для всех контрагентов, так и индивидуальные для конкретного договора.

Анализ задолженности по каждой расходной и приходной накладной, по каждому поступившему или выданному авансу.

Прозрачный налоговый учет

Налоговый учет ведется параллельно с бухгалтерским учетом.

По данным налогового учета формируются регистры налогового учета и заполняется декларация.

Автоматизированы сложные расчеты по налогу на прибыль

Нормирование расходов на рекламу.

Нормирование представительских расходов.

Нормирование расходов на добровольное страхование.

Упрощена сопоставимость данных бухгалтерского и налогового учета.

Высокий уровень автоматизации учета НДС

Автоматическое определение сумм начислений и вычетов.

По приобретенным товарам, реализуемым с применением ставки НДС 0%.

При строительстве хозяйственным способом. При исполнении организацией обязанностей налогового агента и др.

Работа в офисе и дома

С данными одной информационной базы можно работать в любом удобном месте: в офисе, в удаленном подразделении, дома.

Пользователи всех отделов и подразделений организации могут одновременно работать в одной программе.

Автоматизация самых трудоемких операций.

1С:Бухгалтерия 8 автоматизирует самые трудоемкие и сложные бухгалтерские расчеты. Большинство из них выполняется специальной завершающей процедурой "Закрытие месяца". Программа сама сделает все необходимые расчеты и сформирует проводки.

Новые средства контроля и сервиса

Режим проверки соотношений показателей налоговых деклараций предназначен для выявления методических и арифметических ошибок, допущенных пользователем при составлении отчетов.

Контролируется взаимная увязка данных как между разделами одной отчетной формы, так и между различными формами отчетности. Пользователь сразу видит, по каким показателям выявлены расхождения, ведущие к ошибкам в отчетности.

Экспресс-проверка ведения учета обеспечивает анализ данных на соответствие установленной в программе методологии учета и законодательству, помогает выявить ошибки в ведении учета, подсказывает возможные причины возникновения ошибок и дает рекомендации по их исправлению.

Например, программа контролирует превышение ежедневного лимита по кассе, выдачу средств под отчет без предоставления авансовых отчетов за средства, полученные ранее, ошибки в нумерации кассовых документов и т.д. Реализовано 49 проверок на 4 участках учета.

Новые отчеты по закрытию месяца позволяют повысить прозрачность ряда завершающих операций, в частности расчета себестоимости и т.п.

В процессе выполнения завершающих операций сохраняются все промежуточные расчеты, которые потом могут быть проанализированы с помощью специальных отчетов – с различной степенью детализации, в различных разрезах. В результате пользователь видит связь введенных им данных с результатами расчетов.

Просто отправить и получить банковский платеж

Сформированные в 1С:Бухгалтерии 8 платежные документы легко выгружаются в программу типа "Клиент банка". Так же просто загрузить полученную из банка информацию о входящих платежах. Обмен данными с 1С:Бухгалтерией 8 поддерживают около 700 кредитных организаций.

Простое обновление программы через Интернет

Фирма "1С" оперативно отражает в программе "1С:Бухгалтерия 8" изменения форм бухгалтерской и налоговой отчетности, бланков первичных документов, правил регистрации

хозяйственных операций в бухгалтерском и налоговом учете, методик расчета и другие изменения законодательства. Пользователи "1С:Бухгалтерии 8. Базовая версия" имеют возможность в любое удобное им время быстро обновить свою программу через Интернет.

Переход с базовой версии на версию ПРОФ

Пользователи базовой версии, которым по мере развития бизнеса возможностей программы станет недостаточно, смогут приобрести "1С:Бухгалтерию 8" версии ПРОФ и другие продукты "1С:Предприятие" на льготных условиях, что сохраняет первоначальные вложения в продукт. При переходе с базовой версии "1С:Бухгалтерии 8" на версию ПРОФ накопленные в базовой версии учетные данные полностью переносятся в новую программу.

Таким образом, можно сказать, что преимущества автоматизированного бухгалтерского и налогового учета значительны, и нет необходимости убеждать кого-либо, что каждое юридическое лицо обязано вести бухгалтерский учёт своей финансово-хозяйственной деятельностью.

УДК 378(476)+657.628.

Шука Н.В.

Научный руководитель: асс. Зазерская В.В.

К ВОПРОСУ О ПРИМЕНЕНИИ МЕТОДА «ДИРЕКТ-КОСТИНГ» В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ

Отечественная система бухгалтерского учета затрат на производство отвечала требованиям централизованно управляемой экономики: она обеспечивала получение информации обо всех фактически понесенных в производственном процессе затратах, калькулировании полной себестоимости продукции, работ или услуг в основном для целей государственного централизованного ценообразования.

Система получения информации о себестоимости была налажена на предприятиях достаточно хорошо. Другое дело, что большая часть ее не востребовалась, так как не было стимула для снижения затрат на производство, а значит, и управления процессом формирования себестоимости на предприятии.

Необходимость составления точных, достоверных калькуляций была обусловлена в советском бухгалтерском учете системой государственного централизованного ценообразования. С развитием рыночных отношений расширяется самостоятельность предприятий, в том числе и в вопросах установления цен на свою продукцию с учетом складывающихся на рынке спроса и предложения, что является одной из характеристик этих отношений, в результате чего изменяются задачи, стоящие перед бухгалтерским учетом и его подсистемой - калькулированием. В этих условиях задача калькулирования - не просто обеспечить фактическую себестоимость изделия, а рассчитать такую, которая в сегодняшних условиях работы предприятия на рынке могла бы обеспечить ему определенную прибыль. Исходя из этого, нужно организовать производство таким образом, чтобы обеспечить этот приемлемый уровень себестоимости и возможность ее постоянного снижения. Поэтому в настоящее время центр тяжести в калькуляционной работе постепенно должен переноситься с трудоемких расчетов по распределению косвенных расходов и определению точной фактической себестоимости на прогнозные расчеты себестоимости, составление обоснованных нормативных калькуляций, организацию контроля за их соблюдением в процессе производства.

Одним из альтернативных традиционному отечественному подходу к калькулированию полной себестоимости является подход, когда в разрезе объектов калькулирования планируются и учитываются неполная, ограниченная себестоимость. В условиях развивающихся рыночных отношений эффективное управление производственной деятельностью предприятия все более зависит от уровня его информационного обеспечения. Существующая в настоящее время отечественная система бухгалтерского учета предполагает применение

затратного метода учета и в основном выполняет функции расчета налогооблагаемой базы. На предприятиях исчисляется полная фактическая себестоимость единицы продукции (работ, услуг), тогда как на Западе широкое распространение получил маржинальный метод бухгалтерского учета — система учета "Директ-костинг", в основе которой лежит исчисление сокращенной себестоимости продукции и определение маржинального дохода. Для этого предполагается разбить расходы предприятия на постоянные и переменные, прямые и косвенные. Бухгалтерская причина появления "Директ-костинга" в том, что затраты следует разделять на относящиеся к данному отчетному периоду (постоянные) и связанные с выработкой продукции (переменные).

Незвирая на то, что бухгалтерские стандарты не разрешают в полном объеме использовать данную систему для составления внешней отчетности и расчета налогов, данный метод в настоящее время находит все более широкое применение в отечественной бухгалтерской практике. Он применяется во внутреннем учете для проведения технико-экономического анализа и обоснования для принятия как перспективных, так и оперативных управленческих решений в области безубыточности производства, ценообразования и т.д.

Систему учета "Директ-костинг" предприятие имеет возможность организовать в соответствии с выбранной учетной политикой.

С точки зрения формирования себестоимости продукции (работ, услуг), план счетов предусматривает два варианта учета затрат на производство: традиционный и маржинальный. Однако в зависимости от способа учета выпущенной продукции, сданных работ и оказанных услуг каждая из указанных схем может быть осуществлена в двух вариантах: с использованием счета 40 "Выпуск продукции, (работ, услуг)" и без использования этого счета. Таким образом, можно говорить о принципиальной возможности использования четырех вариантов построения учета затрат на производство.

Традиционный вариант учета предусматривает подразделение затрат на прямые и косвенные и подсчет полной себестоимости продукции, работ, услуг. При этом варианте все прямые и косвенные расходы в конечном итоге отражаются на счете 20 "Основное производство" (см. табл.1).

Таблица 1

Сущность хозяйственной операции	Д	К
Списание прямых расходов	20	10,70,69,60
Расходы вспомогательных производств	20	23
Косвенные расходы	20	25,26,28
Суммы фактической производственной себестоимости продукции, работ, услуг	43, 90	20
Сумма накопленных за месяц общехозяйственных расходов (при данном варианте)	20, 23, 29	26

Применение счета 40 "Выпуск продукции (работ, услуг)" не является обязательным. Он используется "по желанию" или по мере необходимости. Основное условие включения его в схему синтетического учета — наличие и использование в практике нормативной себестоимости продукции (стандарт-кост, нормативный учет).

Учет затрат на производство продукции (работ, услуг) ведется по обычной схеме, рассмотренной выше. Однако в течение месяца фактически выпущенная и сданная на склад готовая продукция, оцененная по нормативной (плановой) себестоимости, отражается по кредиту счета 40 "Выпуск продукции (работ, услуг)" в корреспонденции со счетом 43 "Готовая продукция". Сданные заказчикам работы и оказанные услуги регистрируются по кредиту счета 40 "Выпуск продукции (работ, услуг)" и дебету счета 90 "Продажи".

По окончании месяца выявившаяся на счетах 20 "Основное производство", 23 "Вспомогательные производства", 29 "Обслуживающие производства и хозяйства" фактическая производственная себестоимость выпущенной готовой продукции, сданных работ и

оказанных услуг перечисляется с этих счетов в дебет счета 40 "Выпуск продукции (работ, услуг)". В результате на счете 40 "Выпуск продукции (работ, услуг)" формируется информация о выпущенной из производства продукции, сданных работах и оказанных услугах в двух оценках: по дебету — фактическая производственная себестоимость, по кредиту — нормативная (плановая) себестоимость.

На 1-е число месяца сопоставлением дебетового и кредитового оборотов по счету 40 "Выпуск продукции (работ, услуг)" выявляется отклонение фактической производственной себестоимости от нормативной (плановой). Результатом такого сопоставления может быть экономия, т.е. превышение нормативной (плановой) себестоимости над фактической, или перерасход, т.е. превышение фактической себестоимости над нормативной (плановой). Сумма отклонения переносится со счета 40 "Выпуск продукции (работ, услуг)" на счет 90 "Продажи": экономия сторнируется по кредиту счета 40 "Выпуск продукции (работ, услуг)" и дебету счета 90 "Продажи", а перерасход списывается с кредита счета 40 "Выпуск продукции (работ, услуг)" в дебет счета 90 "Продажи" дополнительной записью.

Таким образом, ежемесячно счет 40 "Выпуск продукции (работ, услуг)" закрывается и сальдо на отчетную дату не имеет. Аналитический учет по счету 40 "Выпуск продукции (работ, услуг)" организуется, как правило, по видам выпускаемой продукции или по структурным подразделениям организации. В целях управления в конкретной организации могут потребоваться иные аспекты группировки информации на данном счете.

Следующий вариант учета затрат на производство предусматривает разделение затрат на условно-переменные и условно-постоянные, подсчет сокращенной (частичной) производственной себестоимости и списание условно-постоянных затрат на уменьшение доходов в том отчетном периоде, в котором они возникли.

Общий подход к организации данного варианта учета заключается в следующем. Как мы отмечали, условно-переменные расходы связаны непосредственно с производственным процессом и находятся в прямой зависимости от объемов выпускаемой продукции. В общем виде они включают прямые материальные затраты (сырье, материалы, топливо и энергию на технологические цели, работы и услуги сторонних организаций и т. п.), прямые трудовые расходы (оплата труда, обязательные отчисления на социальное страхование и обеспечение), производственные косвенные расходы. Последний вид расходов можно с некоторой долей условности сравнить с общепроизводственными расходами, которые обычно относятся на счет 25 "Общепроизводственные расходы".

В отличие от условно-переменных, условно-постоянные расходы не зависят от объемов производства. Они представляют собой совокупность расходов на управление, хозяйственное обслуживание производства, сбыт продукции. За редким исключением к условно-постоянным расходам можно отнести те затраты, которые при традиционном варианте учета затрат на производство регистрируются по дебету счета 26 "Общехозяйственные расходы".

Прямые условно-переменные расходы собираются в бухгалтерском учете на счетах 20 "Основное производство" и 23 "Вспомогательные производства". Косвенные условно-переменные расходы предварительно накапливаются на счете 25 "Общепроизводственные расходы", а затем ежемесячно переносятся на счета 20 "Основное производство" и 23 "Вспомогательные производства". Условно-постоянные расходы в части общих управленческих и хозяйственных затрат отражаются на счете 26 "Общехозяйственные расходы", а в части сбытовых расходов — на счете 44 "Расходы на продажу". В организации; имеющих незначительный объем сбытовых расходов, могут оказаться целесообразными отказ от использования счета 44 "Расходы на продажу" и организация учета этих затрат на счете 26 "Общехозяйственные расходы".

Суммы фактической себестоимости продукции, законченной производством и переданной на склад, относятся со счета 20 "Основное производство" в дебет счета 43 "Готовая продукция" или 90 "Продажи".

Условно-постоянные расходы, собранные на счетах 26 "Общехозяйственные расходы" и 44 "Расходы на продажу", в конце каждого отчетного периода полностью списываются на результаты продажи продукции (работ, услуг) за данный период: по дебету счета 90 "Продажи" и кредиту счетов 26 "Общехозяйственные расходы" и 44 "Расходы на продажу".

Важной особенностью "директ-костинга" является то, что благодаря ему можно изучать взаимосвязи и взаимозависимости между объемом производства, затратами (себестоимостью) и прибылью.

"Директ-костинг" - западная система управленческого учета, возникшая и развивающаяся в условиях рыночной экономики. В нашей стране до настоящего времени была распространена система учета и калькулирования полной себестоимости, система "директ-костинг" практически не применялась. Поэтому среди отечественных авторов, анализирующих западный опыт, нет единого мнения о сущности этой системы.

Разнообразие мнений ученых нашей страны об определении системы "Директ-костинг" обусловлено еще и тем, что все они пытаются оценить западную систему учета с точки зрения методов учета затрат и калькулирования и подходов к организации учета, принятых у нас.

Сейчас "директ-костинг" применяется в нескольких вариантах: классический "директ-костинг", предполагающий калькулирование по прямым (основным) затратам (все переменные); система переменных затрат - калькулирование осуществляется по переменным затратам, в которые входят прямые расходы и переменные косвенные расходы; система учета затрат в зависимости от загрузки производственных мощностей - в калькуляцию включаются все переменные расходы и часть постоянных, определяемых в соответствии с коэффициентом использования производственной мощности.

Общая характерная черта данных вариантов системы "Директ-костинг" заключается в том, что калькулируется не полная, а частичная себестоимость.

За счет сокращения статей себестоимости упрощается ее нормирование, учет, контроль и к тому же улучшается учет и контроль условно-постоянных, накладных расходов, поскольку их сумма за данный конкретный период показывается в отчете о доходах отдельной строкой, что наглядно демонстрирует их влияние на величину прибыли предприятия.

Литература

1. Вахрушина М. А. Бухгалтерский управленческий учёт. Учебник для вузов. 2-е изд., доп. и пер. - М.: Омега-Л, 2003.
2. Кондраков Н. П., Иванова М. А. Бухгалтерский управленческий учёт. Учебное пособие. - М.: ИНФРА-М, 2006.
3. Линкина Е.В., Халевиная Е.Д. Аудит затрат на производство. Журнал «Аудит и финансовый анализ», №1 / 2000.
4. Тафинцева В.Н. Маржинальный доход, как инструмент оценки финансовых результатов. Журнал «Финансовый менеджмент», №3 / 2001.
5. Керимов В.Э., Комарова Н.Н., Елифанов А.А. Организация управленческого учета по системе "Директ-костинг". Журнал «Аудит и финансовый анализ», №2 / 2001.

УДК 378(476)+657.628

Шука Н.В.

Научный руководитель: Зазерская В. В.

К ВОПРОСУ О ПРИМЕНЕНИИ МЕТОДОВ УЧЕТА ЗАТРАТ В ПРИНЯТИИ РЕШЕНИЙ ПО ЦЕНОВОЙ И АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКЕ

В современном бухгалтерском учете существуют проблемы в области учета затрат. Первая - переориентировать отечественную теорию и накопленный в этой области практический опыт на решение новых задач, стоящих перед управлением предприятием в условиях рынка.

Вторая - создание новых нетрадиционных систем получения информации о затратах, применение новых подходов к калькулированию себестоимости, подсчету финансовых результатов, а также методов анализа, контроля и принятия на этой основе управленческих решений.

Одним из альтернативных традиционному отечественному подходу к калькулированию полной себестоимости является подход, когда в разрезе объектов калькулирования планируются и учитываются неполная, ограниченная себестоимость. Эта себестоимость может включать в себя только прямые, переменные затраты, зависящие от изменения объемов производства. Калькулирование ведется на основе производственных расходов, то есть расходов, связанных с изготовлением данной продукции выполнением работ или оказанием услуг, даже если они косвенные. Но, несмотря на различную полноту включения в себестоимость объекта калькулирования различных видов расходов, общим для этого подхода является то, что другие виды затрат, которые также по своей экономической сущности составляет часть текущих издержек, не включаются в калькуляцию, а возмещаются общей суммой из выручки (валовой прибыли). В этом основная отличительная особенность системы учета неполной себестоимости - системы "Директ-костинг".

В условиях развивающихся рыночных отношений эффективное управление производственной деятельностью предприятия все более зависит от уровня его информационного обеспечения. Существующая в настоящее время отечественная система бухгалтерского учета во многом еще остается учетом директивной экономики и выполняет функции расчета налогооблагаемой базы. До сих пор на наших предприятиях применяется затратный метод бухгалтерского учета, предусматривающий учет и исчисление полной фактической себестоимости единицы продукции (работ, услуг). Однако весь мировой опыт свидетельствует об эффективности использования маржинального метода бухгалтерского учета — системы учета "Директ-костинг", в основе которой лежит исчисление сокращенной себестоимости продукции и определение маржинального дохода.

Маржинальный доход играет весьма активную роль, сигнализируя об общем уровне рентабельности как всего производства, так и отдельных изделий.

Чем выше разница между продажной ценой изделий и суммой переменных затрат, тем выше маржинальный доход и уровень рентабельности. Деление издержек на постоянные и переменные имеет важное значение для управления и анализа деятельности предприятия, в частности для принятия решений об ассортиментной политике, а также о закрытии или объявлении банкротства в случае убыточной деятельности.

Метод заключается в разделении постоянных и переменных затрат. Это позволяет решать такие важнейшие задачи управления затратами, как:

- определение нижней границы цены продукции или заказа;
- сравнительный анализ прибыльности различных видов продукции;
- определение оптимальной программы выпуска и реализации продукции;
- выбор между собственным производством продукции или услуг и их закупкой на стороне;
- выбор оптимальной с экономической точки зрения технологии производства;
- определение точки безубыточности и запаса прочности предприятия и др.

В разработке ценовой и ассортиментной политики расчет промежуточного маржинального дохода имеет преимущества: повышается обоснованность выбора наиболее выгодных видов продукции, появляется возможность анализа использования производственных мощностей.

При разработке ассортиментной политики исходят из следующих соображений, если промежуточный маржинальный доход покрывает хотя бы часть постоянных затрат предприятия, то данный вид продукции остается в ассортименте. При этом предпочтение отдается тем видам продукции, которые берут на себя больше постоянных затрат.

Для углубления анализа рассчитывают показатели порог рентабельности, порог безубыточности по видам продукции.

Порог безубыточности данного товара — это такая выручка от реализации, которая покрывает переменные затраты и прямые постоянные затраты. При этом промежуточный маржинальный доход равен нулю. Если не достигается хотя бы нулевого значения промежуточного маржинального дохода — эту продукцию надо снимать с производства (либо не планировать ее производство заранее).

Порог рентабельности товара — это такая выручка от реализации, которая покрывает не только переменные и прямые постоянные затраты, но и отнесенную на данный товар величину косвенных постоянных затрат. При этом прибыль от данного товара равна нулю.

Реализовать такой подход в ассортиментной политике на практике достаточно сложно. Это связано с самой организацией финансовой отчетности, которая составляется ежеквартально и ежегодно, опираясь на информацию обо всем объеме произведенной и проданной продукции. Для принятия же ценовых решений необходима информация только о той части выпуска, которая будет затронута принимаемыми решениями.

К ней относится информация о реальных удельных затратах на единицу продукции (услуг), которая имеет следующее значение:

Во-первых, это самый важный шаг к созданию системы управления затратами и контроля за их динамикой, адекватной нуждам ценообразования.

Во-вторых, определение таких затрат дает возможность определить минимальную цену, по которой предприятие может позволить себе реализовать дополнительное количество данной продукции.

В-третьих, появляется возможность определить величину выигрыша от продажи каждой дополнительной единицы товара.

Далее перейдем к анализу условий безубыточности при изменении цен. При этом особое внимание необходимо сосредоточить на изменении прибыльности в результате ценовых решений. Соответственно, точкой отсчета при проведении такого анализа становятся данные о текущих или проектируемых объемах продаж и уровнях прибыльности при ныне действующей (или ранее определенной) цене.

Насколько объемы продаж должны возрасти, чтобы это компенсировало потерю выручки из-за снижения цен? Насколько объемы продаж могут снизиться, чтобы не исчезли прирост прибыли, обеспеченный повышением цены?

Отвечая на эти вопросы необходимо учитывать *безубыточное изменение продаж*, под которым понимается минимальное изменение объема продаж, когда изменение цен приводит к росту коэффициента маржинального дохода по сравнению с исходным уровнем.

Если обратиться к анализу влияния на безубыточный прирост продаж возможных изменений постоянных затрат, то в случае пересмотра цен происходит прирост постоянных или условно-постоянных затрат. В случае, если одновременно происходит изменение и постоянных затрат, и уровня цены — надо сложить данные расчетов:

- а) безубыточного изменения объема продаж для ситуации изменения цены;
- б) безубыточного прироста объема продаж, обеспечивающего возмещение прироста постоянных расходов.

Единственная проблема, которая возникнет — разная размерность расчетов. Поэтому расчеты надо вести либо в абсолютных, либо в относительных показателях.

Определив сущность "директ-костинга" как системы управленческого (производственного) учета, основанной на делении расходов на постоянные и переменные, и направленной для использования информации внутри предприятия для принятия управленческих решений можно выделить присущие ему особенности, положительные моменты и проблемы.

Главной особенностью "директ-костинга", основанного на классификации расходов на постоянные и переменные, является то, что себестоимость промышленной продукции

учитывается и планируется только в части переменных затрат. Постоянные расходы собирают на отдельном счете и с заданной периодичностью списывают непосредственно на дебет счета финансовых результатов, например "Прибыли и убытки".

Постоянные расходы не включают в расчет себестоимости изделий, а как расходы данного периода списывают с полученной прибыли в течение того периода, в котором они были произведены. По переменным расходам оцениваются также остатки готовой продукции на складах, незавершенное производство на начало и конец года.

Однако организация производственного учета по системе "Директ-костинг" связана с рядом проблем, которые вытекают из особенностей, присущих этой системе:

- возникают трудности при разделении расходов на постоянные и переменные, поскольку чисто постоянных или чисто переменных расходов не так уж много;
- противники "директ-костинга" считают, что постоянные расходы также участвуют в производстве данного продукта и, следовательно, должны быть включены в его себестоимость. "Директ-костинг" не дает ответа на вопрос, сколько стоит произведенный продукт, какова его полная себестоимость. Поэтому требуется дополнительное распределение условно-постоянных расходов, когда необходимо знать полную себестоимость готовой продукции или незавершенного производства;
- ведение учета себестоимости по сокращенной номенклатуре статей не отвечает требованиям отечественного учета; одной из главных задач которого до последнего времени являлось составление точных калькуляций;
- необходимо в ценах, устанавливаемых на продукцию предприятия, обеспечивать покрытие всех издержек предприятия.

Наличие математического и программного обеспечения и средств вычислительной техники, расширение сферы их применения являются материальной предпосылкой практического использования системы "Директ-костинг" на отечественных предприятиях.

Литература

1. Вахрушина М. А. Бухгалтерский управленческий учёт: Учебник для вузов. 2-е изд., доп. и пер. – М.: Омега-Л, 2003.
2. Кондраков Н. П., Иванова М.А. Бухгалтерский управленческий учёт: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2006.
3. Линкина Е.В., Халевиная Е.Д. Аудит затрат на производство. Журнал «Аудит и финансовый анализ», №1 / 2000.
4. Тафинцева В.Н. Маржинальный доход, как инструмент оценки финансовых результатов. Журнал «Финансовый менеджмент», №3 / 2001.
5. Керимов В.Э., Комарова Н.Н., Епифанов А.А. Организация управленческого учета по системе "Директ-костинг". Журнал «Аудит и финансовый анализ», №2 / 2001.

УДК 378 (476)

Гарчук И.М.

Научный руководитель: к.э.н., проф. Медведева Г.Т.

АНАЛИЗ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ И ТЕНДЕНЦИИ ЕГО РАЗВИТИЯ

Сегодня образование - это одна из наиболее бурно растущих и перспективных сфер экономики. По оценкам специалистов, во всем мире объемы спроса и предложения образовательных услуг растут весьма существенно, особенно в высшем и последипломном образовании, а в наиболее динамично развивающихся странах темп их ежегодного роста достигает 10-15%. В современных условиях вузы Республики Беларусь выступают как субъекты рыночной экономики, предоставляя образовательные услуги на разви-

вающемся рынке учреждений образования. Высшее образование характеризуется большим выбором и высокой конкуренцией образовательных услуг со стороны как государственных, так и негосударственных учреждений. В некоторых регионах находятся несколько вузов, которые предоставляют возможность получить высшее или дополнительное образование по одинаковым специальностям. Можно сказать, что сегодня рынок услуг в области высшего образования вплотную подошел к ситуации, когда для успешного функционирования вузам приходится обращаться к маркетингу [1]. Победить в конкурентной борьбе и занять достойное место на рынке могут только те вузы, которые используют инструменты маркетинга.

Задачами маркетинга образовательных услуг, по мнению автора, могут являться:

1. Изучение рынка образовательных услуг.

Динамика показателей по высшей школе государственной формы собственности (табл. 1) позволяет сделать следующие выводы:

- за период с 1990 по 2006 гг. количество вузов увеличилось на 30%;
- численность студентов выросла за этот период в 1,8 раза (80%);
- рост приема свидетельствует о востребованности высшего образования среди населения;
- выпуск молодых специалистов с высшим образованием за период с 1990 по 2006 гг. увеличился также в 1,8 раза (на 81%).

Таблица 1. Показатели системы высшего образования в Республике Беларусь

Показатели	Годы								
	1990	1994	1997	1999	2000	2002	2004	2005	2006
1	2	3	4	5	6	7	9	10	10
1. Высшие учебные заведения, всего	33	39	42	42	43	44	43	43	43
2. Общая численность студентов, чел.	188604	173844	189986	228616	241133	272918	304337	325128	338935
3. Принято студентов, всего, чел.	37501	36325	46695	54511	56885	64196	75244	77743	75926
4. Выпуск специалистов, всего, чел.	28582	32728	31475	30868	32655	41260	44993	47411	51771

* Источник: Результаты обработки государственной и отраслевой статистической отчетности, формируемые ГИАЦ. / Высшие учреждения образования Республики Беларусь (2006/2007 уч.г.)

2. Анализ структуры подготовки специалистов по профилям. На основании фактических данных (табл.2) приема и выпуска специалистов по профилям государственными вузами и прогнозных показателей, а также направления развития отраслей экономики можно прогнозировать потребность в кадрах на будущий период.

В структуре подготовки за 1990 - 2006 гг. произошли существенные изменения: более 50 % общей численности студентов государственных вузов приходится на специальности экономического и гуманитарного профиля; доля студентов инженерных и ес-

тественно-научных специальностей уменьшилась с 40 до 22 %. На сегодняшний день основная доля студентов изучает экономику и право (34%), технику и технологии (21%) и педагогику (16%). На инженерно-строительные специальности на сегодняшний день приходится всего лишь 4% обучающихся, поэтому в ближайшей перспективе возникнет необходимость именно в этих кадрах.

Таблица 2. Прием, обучение и выпуск по профилям в вузах в 2005-2006 уч. году

Профиль	Принято	% от общего кол-ва	Обучается	% от общего кол-ва	Выпуск	% от общего кол-ва
1	2	3	4	5	6	7
Педагогика	11653	15,3	53989	15,9	10084	19,5
Педагогика. Профессиональное образование	757	1	3084	0,9	589	1,1
Искусство и дизайн	1364	1,8	5334	1,6	728	1,4
Гуманитарные науки	3366	4,4	14464	4,4	2153	4,3
Коммуникации, право. Экономика. Управление.	24309	32	114791	33,9	18103	35
Природопользование	2454	3,2	11981	3,6	2090	4
Экологические науки	617	0,8	2505	0,7	260	0,5
Техника и технологии	16413	21,6	69475	20,6	9189	17,8
Архитектура и строительство	3203	4,2	14024	4,1	1842	3,6
Сельское и лесное хозяйство	5442	7,3	21621	6,4	3114	6
Здравоохранения	2710	3,6	12697	3,7	1868	3,7
Социальная оборона	793	1,1	2880	0,8	332	0,65
Физическая культура. Туризм	1230	1,6	5173	1,5	64	0,1
Общественное питание	179	0,2	798	0,2	78	0,15
Службы безопасности	1436	1,9	5765	1,7	1152	2,2
Итого	75926	100	338935	100	51771	51771

* Источник: Результаты обработки государственной и отраслевой статистической отчетности, формируемые ГИАЦ. / Высшие учреждения образования Республики Беларусь (2006/2007 уч.г.)

3. Изучение социальной потребности граждан в получении образования по той или иной специальности. С точки зрения автора, изучение данной потребности в нашей системе практически отсутствует.

В качестве объектов исследования выступают индивидуальные потребители, семьи, а также организации. Предметом исследования является мотивация поведения потребителя на рынке образования и определяющие ее факторы: структура потребления, тенденции покупательского спроса, анализируются процессы и условия удовлетворения основных прав потребителей

С точки зрения автора, одним из направлений исследования потребителей может являться сбор, обработка и анализ данных о выпускниках девятых и одиннадцатых классов. На планы и намерения выпускников оказывает влияние наличие или отсутствие ориентации на продолжение образования. Проведенный опрос позволит выявить структуру образовательной ориентации выпускников школ. Планы выпускников могут быть связаны с поступлением в вуз и приобретением высшего образования, приобретением средне-специального или профессионального образования, желанием работать, другим вариантом или неопределенностью.

Если же планы выпускников связаны с поступлением в вуз, то какие же мотивы движут потребителем образовательных услуг, формируя конечные цели обучения? С точки

зрения автора, общеизвестная теория мотивации Маслоу в приложении к образованию может быть представлена следующим образом: потребности высшего уровня (в данном случае это – образовательный статус, диплом, профессиональные заслуги, самореализация и карьера) могут быть реализованы через потребности первичного уровня, т.е. возможность занятости и престижности профессии.

Немаловажной основой выбора будущего абитуриента является информация о вузе и образовательных услугах, им предоставляемых. Поиск и анализ информации – это мотивированная активизация знаний, хранящихся в памяти, или приобретение информации об образовательных учреждениях и их услугах из внешней среды. Внутренний поиск начинается сразу же после осознания потребности в образовании и в процессе постановки целей обучения. Однако потребители образовательных услуг редко обходятся только внутренним поиском – им необходима информация из внешней среды.

Изучая поведение потребителей образовательных услуг на стадии процесса принятия решения, образовательному учреждению желательно получить информацию о следующих параметрах потребительского поиска:

- какая информация о конкретных вузах и специальностях интересует потенциальных потребителей? Какой информации им не хватает? Вузам необходимо точно знать, какая информация об образовательном учреждении и его образовательных услугах нужна потребителю для принятия окончательного решения, так как именно эту информацию потребитель активно ищет и анализирует. Недостаток требуемой информации или избыток неактуальной информации может привести к тому, что потенциальный потребитель чаще будет обращаться не к средствам массовой информации и специализированным изданиям, а к мнению родителей, учителей и т.д., что может негативно (с точки зрения вуза) сказаться на его выборе. Наиболее важной информацией о вузе для абитуриента могут быть: имеющиеся факультеты и специальности; оплата обучения; обеспеченность работой; наличие общежития; другая информация.

- из каких источников потребители получают информацию об образовательных учреждениях и их услугах? Какие из этих источников пользуются наибольшим доверием потребителей? Знание наиболее популярных и достоверных, по мнению выпускников, источников информации об образовательном учреждении и его образовательных услугах может позволить образовательному учреждению налаживать эффективные коммуникации и выгодно вкладывать средства в продвижении своих образовательных услуг. Источниками первичной информации о вузе могут быть: мнение друзей, знакомых; мнение родителей и родственников; мнение учителей; общение с представителями профессий; собственное мнение; специализированная литература (справочники, проспекты вуза); средства массовой информации; Интернет; другие источники.

Составной частью планов выпускников является выбор профессии. Профессия является показателем социальной структуры общества, места, которое человек стремится занять в системе общественных отношений.

В ходе опроса выпускников можно выявить направленность и диапазон профессиональных интересов молодежи. Выше было сказано, что в Беларуси ведется подготовка специалистов по 350 специальностям. Выбирая одну из них, выпускник оценивает следующие моменты: свое отношение к той или иной профессии; характеристики ее привлекательности для себя; что отражает ее престиж; свои реальные возможности; условия получения выбранной профессии.

Из этих оценок складывается информация о престижности профессии и о мотивах выбора выпускниками той или иной профессии.

Популярность той или иной профессии в социальной структуре соотносится с потребностями народного хозяйства. Однако за последние 25-30 лет оценка престижа профес-

сий существенно изменилась. Например, в 70-х годах престижными у юношей считались профессии «летчик», «физик», «инженер-радиотехник»; у девушек – из сферы науки и искусства, в 80-х годах престиж переходит у юношей к профессиям «механик», «шофер», а у девушек – профессии сферы торговли, то в 2000 году популярность этих профессий снизилась в несколько раз. На сегодняшний день, как свидетельствуют данные таблицы 2, лидерами являются профессии юриста, экономиста, программиста.

На выбор учащихся значительно влияет место жительства. Профессии, выбираемые выпускниками сельских школ, отличаются от профессий, которые желают получить выпускники города. Чаще всего они исходят из реальных условий и возможностей и выбирают профессии, не требующие высокого уровня образования.

С другой стороны, мало кто из выпускников задумывается о реальных условиях выбора профессии, чаще всего выпускники достаточно высоко оценивают свои способности. В своих профессиональных устремлениях они учитывают лишь свои желания, которыми и пытаются руководствоваться. Выпускники не сильно обеспокоены спросом на ту или иную профессию или потребностью народного хозяйства. Поэтому задачей профориентаторов, педагогов, работников вузов является донесение объективной информации о потребностях общества в различных профессиях.

4. Привлечение потенциальных потребителей образовательных услуг. Решение этой задачи возможно за счет эффективной профориентации:

- разработка каналов продвижения образовательных услуг. Наиболее распространенными каналами продвижения образовательных услуг могут являться: подготовительные курсы в школах и районах; школа «Абитуриент» при вузах; представительства образовательных учреждений в районах, городах и регионах; представительства вузов на крупных предприятиях в составе учебных центров; областные и городские олимпиады школьников, проводимые вузами; личные контакты выпускников школ в рамках Ассоциации выпускников; Интернет; общение через преподавателей и сотрудников образовательного учреждения.

- разработка профориентационной программы не только в период вступительной кампании, но и на протяжении всего учебного года с привлечением преподавателей и студентов.

Многие одиннадцатиклассники в начале учебного года еще не могут определиться с выбором конкретного вуза, в котором они хотели бы продолжить свое обучение. Получается, что самый интенсивный поиск необходимой информации приходится на последние 8-9 месяцев перед вступительными экзаменами. Это время вуз должен использовать наиболее эффективным образом, применяя не просто рекламу, практически не создающую мотивацию, а активные мероприятия. Это могут быть дни открытых дверей, олимпиады, клуб выпускников и абитуриентов.

5. Исследование рынка труда для определения наиболее востребованных.

С нашей точки зрения, для эффективной работы вуза необходимо анализировать не только вступительную кампанию, но и анализировать спрос и предложение выпускников. На сегодняшний день заслуживает внимания ситуация с трудоустройством молодых специалистов. Как показывают данные таблицы 3, по Брестскому государственному техническому университету наибольшая потребность в выпускниках строительного факультета. В 2005 году строительный факультет не смог ответить на 88 заявок от строительных организаций республики, включая столичные, в 2006 году число их увеличилось до 234. Что касается этого года, то ситуация с неудовлетворенным спросом на выпускников строительного факультета подтвердится.

Таблица 3. Спрос на выпускников УО БрГТУ в 2006 году

Факультет	Невыполненные заявки организаций
Строительный	234
Водоснабжения и гидромелиорации	10
Машиностроительный	15
Факультет электронно-информационных систем	5
Экономический	-

Анализируя вышесказанное, можно сказать, что, формируя предложение, не учитывается фактор спроса на ту или иную профессию со стороны предприятий-работодателей.

Постоянное исследование рынка образовательных услуг, анализ динамики основных его составляющих – спроса и предложения, дает возможность правильно определить стратегию в области маркетинга, от которого зависит эффективность управления деятельностью образовательного учреждения.

Литература

1. А. П. Панкрухин «Маркетинг образовательных услуг в высшем и дополнительном образовании: Учеб. пособие.- М.: Интерпракс, 1995. – 530 с.
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник / Под ред. проф. В.А. Алексина. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2006. – 716 с.

УДК 657.628:004.42

Самусевич Д.Н.

Научный руководитель: ст. препод. Аверина И.Н.

АВТОМАТИЗАЦИЯ РАСЧЕТА ЛИКВИДНОСТИ БАЛАНСА И ОБОРАЧИВАЕМОСТИ АКТИВОВ И ПАССИВОВ ПРЕДПРИЯТИЯ В ПРОГРАММНОМ КОМПЛЕКСЕ «1С: ПРЕДПРИЯТИЕ 7.7»

Одним из индикаторов финансового положения предприятия является его платежеспособность, т.е. возможность наличными денежными ресурсами своевременно погашать свои платежные обязательства. Различают текущую платежеспособность, которая сложилась на текущий момент времени, и перспективную платежеспособность, которая ожидается в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективе.

Ликвидность баланса – возможность субъекта хозяйствования обратить активы в наличность и погасить свои платежные обязательства; а точнее – это степень покрытия долговых обязательств предприятия его активами, срок превращения которых в денежную наличность соответствует сроку погашения платежных обязательств [1]. Качественное отличие этого понятия от ликвидности активов в том, что ликвидность баланса отражает меру согласованности объемов и ликвидности активов с размерами и сроками погашения обязательств, в то время как ликвидность активов определяется безотносительно к пассиву баланса.

Анализ ликвидности баланса заключается в сравнении средств по активу, сгруппированных по степени убывающей ликвидности, с краткосрочными обязательствами по пассиву, которые группируются по степени срочности их погашения.

При этом, первая группа (А₁) включает в себя абсолютно ликвидные активы, такие как денежная наличность и краткосрочные финансовые вложения.

Ко второй группе (A_2) относятся быстро реализуемые активы: товары отгруженные, дебиторская задолженность со сроком погашения до 12 месяцев и НДС по приобретенным ценностям. Ликвидность этой группы оборотных активов зависит от своевременности отгрузки продукции, оформления банковских документов, скорости платежного документооборота в банках, от спроса на продукцию, ее конкурентоспособности, платежеспособности покупателей, форм расчетов и др.

Третья группа (A_3) – это медленно реализуемые активы (производственные запасы, незавершенное производство, готовая продукция, товары), для трансформации которых в денежную наличность понадобится значительно больший срок.

Четвертая группа (A_4) – это труднореализуемые активы, куда входят основные средства, нематериальные активы, долгосрочные финансовые вложения, незавершенное строительство, дебиторская задолженность, платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев.

Соответственно на четыре группы разбиваются и обязательства предприятия:

Π_1 – наиболее срочные обязательства, которые должны быть погашены в течение текущего месяца (кредиторская задолженность и кредиты банка, сроки возврата которых наступили);

Π_2 – среднесрочные обязательства со сроком погашения до одного года (краткосрочные кредиты банка);

Π_3 – долгосрочные обязательства (долгосрочные кредиты банка и займы);

Π_4 – собственный (акционерный) капитал, находящийся постоянно в распоряжении предприятия.

Баланс считается абсолютно ликвидным, если выполняется условие:

$$\begin{cases} A_1 > \Pi_1, \\ A_2 > \Pi_2, \\ A_3 > \Pi_3, \\ A_4 < \Pi_4. \end{cases} \quad (1)$$

Если выполняются первые три неравенства в данной системе (1), то это влечет выполнение и четвертого неравенства, поэтому важно сопоставить итоги первых трех групп по активу и пассиву. В случае, когда одно или несколько неравенств системы имеют противоположный знак от зафиксированного в оптимальном варианте, ликвидность баланса в большей или меньшей степени отличается от абсолютной. При этом недостаток средств по одной группе активов компенсируется их избытком по другой группе в стоимостной оценке, в реальной же ситуации менее ликвидные активы не могут заместить более ликвидные [2].

Анализ ликвидности баланса было решено реализовать в «1С: Предприятие 7.7» на основе регламентированного внешнего отчета «Бухгалтерский баланс», совместимого с типовой конфигурацией «1С: Бухгалтерский учет» в адаптации ОДО «Юкола-Инфо» для белорусского законодательства. Выполнение анализа организовано дополнительными экранными кнопками, расположенными в шапке диалоговой формы баланса. Описанный выше механизм составления агрегированного баланса положен в основу формирования дополнительных расчетных таблиц, которые можно представить в развернутом (рис. 1) и укрупненном (рис. 2) видах [3].

На представленном рисунке 1 показан не только сам агрегированный баланс, но и произведен вертикальный и горизонтальный анализ всех статей. Данные расчеты позволяют произвести расширенный анализ по каждой из статей баланса.

Наименование показателя	Код	На начало периода	% к валюте баланса	На конец периода	% к валюте баланса	Изменения в руб.	% к валюте баланса
Активы							
Текущие							
Активы абсолютной ликвидности	A1	90,6	18,72	115,5	23,04	24,9	4,97
Денежные средства (стр. 270)		90,6	18,72	115,5	23,04	10	0
Краткосрочные финансовые вложения (стр. 260)		0	0	0	0	0	0
Активы высокой ликвидности	A2	2,1	0,43	38,1	7,6	36	7,18
Товары отгруженные (стр. 240)		0	0	0	0	0	0
Дебиторская задолженность (стр. 250)		2,1	0,43	37,9	7,53	35,8	7,14
Активы низкой ликвидности	A3	221,8	46,84	195,2	39,95	-26,6	-5,31
Производственные запасы и затраты (стр. 210)		98,8	20,42	111,6	22,27	12,8	2,55
Товары и готовая продукция (стр. 230)		123	25,42	83,6	16,88	-39,4	-7,88
Налоги по приобретенным ценностям (стр. 220)		0	0	0,2	0,04	0,2	0,04
Прочие активы (стр. 280)		0	0	0	0	0	0
Постоянные							
Труднореализуемые активы	A4	169,4	35,01	152,4	30,41	-17	-3,39
Долгосрочные активы (стр. 110+130+140+150)		169,4	35,01	152,4	30,41	-17	-3,39
Нематериальные активы (стр. 120)		0	0	0	0	0	0
Итого активов		493,9	100	501,2	100	17,3	3,45
Пассивы							
Заемные средства							
Краткосрочные пассивы	П1	42,2	8,72	46,3	9,24	4,1	0,62
Текущая кредиторская задолженность (стр. 730)		42,2	8,72	46,3	9,24	4,1	0,62
Среднесрочные пассивы	П2	15,4	3,18	15,4	3,07	0	0
Краткосрочные кредиты (стр. 710)		15,4	3,18	15,4	3,07	0	0
Долгосрочные пассивы	П3	0	0	0	0	0	0
Долгосрочные кредиты (стр. 720)		0	0	0	0	0	0
Собственные средства							
Постоянные пассивы	П4	426,4	88,12	439,5	87,89	13,1	2,61
Капитал и резервы (стр. 590)		426,4	88,12	427	86,24	0,6	0,02
Доходы расходы будущих периодов (стр. 690)		0	0	12,5	2,49	12,5	0,6
Итого пассивов		494	100,02	501,2	100	17,2	3,43

Рис. 1. Развернутый агрегированный баланс, сформированный средствами «1С: Предприятие 7.7»

Укрупненная форма агрегированного баланса является не совсем наглядной. Для повышения эффективности проведения анализа и получения наиболее конкретных данных было решено дополнить типовую таблицу укрупненного агрегированного баланса следующими столбцами (рис. 2):

- «Платежный излишек (+) или недостаток (-)», значения которого показывают абсолютно превышение сгруппированных активов над пассивами или наоборот;
- «% покрытия обязательств», в котором показывается процентное соотношение сгруппированных активов и пассивов.

Заполнение расчетных таблиц было реализовано в программном модуле отчета при помощи встроенного в «1С: Предприятие 7.7» объектно-ориентированного языка программирования.

Актив			Пассив			Платежный излишек (+) или недостаток (-)		% покрытия обязательств	
Группа	На начало периода	На конец периода	Группа	На начало периода	На конец периода	На начало периода	На конец периода	На начало периода	На конец периода
A1	90,6	115,5	П1	42,2	46,3	48,4	69,2	214,7	249,5
A2	2,1	38,1	П2	15,4	15,4	-13,3	22,7	13,6	247,4
A3	221,8	195,2	П3	0	0	221,8	195,2	0	0
A4	169,4	152,4	П4	426,4	439,5	-257	-267,1	39,7	34,7

Рис. 2. Пример составления укрупненного агрегированного баланса средствами «1С»

В комплексе с формированием агрегированного баланса предприятия также целесообразно производить анализ оборачиваемости активов и пассивов. В этом случае целесообразно производить расчет не только самих коэффициентов оборачиваемости, но и отображать скорость оборачиваемости, выраженную в днях. Анализ оборачиваемости активов и пассивов также реализован в «1С: Предприятие 7.7» на основе сформированного баланса дополнительной кнопкой в регламентированном внешнем отчете «Бухгалтерский баланс» (рис.3).

Анализ оборачиваемости активов и пассивов. (Assets & Liabilities turnover).						
Код	Виды активов и пассивов	Коэффициент оборачиваемости		Срок оборота, дней		Комментарий
		Формула	Значение	Формула	Значение	
TA	Активы (A1, A2, A3, A4) (total assets)	$TU_1 = \frac{2 * R}{GA_{beg} + GA_{end}}$	0.128	$T_1 = \frac{t}{TU_1}$	730.4	
CA	Оборотные активы (A1, A2, A3) (current assets)	$TU_2 = \frac{2 * R}{CA_{beg} + CA_{end}}$	0.797	$T_2 = \frac{t}{TU_2}$	152.07	
MA	Активы высокой ликвидности (A1, A2) (marketable assets)	$TU_3 = \frac{2 * R}{MA_{beg} + MA_{end}}$	0.510	$T_3 = \frac{t}{TU_3}$	215.11	
C	Активы абсолютной ликвидности (A1) (cash)	$TU_4 = \frac{2 * R}{C_{beg} + C_{end}}$	0.646	$T_4 = \frac{t}{TU_4}$	217.7	
Inv	Производственные запасы и затраты (inventory)	$TU_5 = \frac{2 * R}{Inv_{beg} + Inv_{end}}$	0.306	$T_5 = \frac{t}{TU_5}$	362.56	
P	Товары и готовая продукция (products)	$TU_6 = \frac{2 * R}{P_{beg} + P_{end}}$	0.515	$T_6 = \frac{t}{TU_6}$	213.79	

Приведенные выше показатели характеризуют скорость оборота соответствующей группы активов. Высокие значения коэффициентов оборачиваемости считаются признаком финансового благополучия, так как хорошая оборачиваемость обеспечивает больший объем продаж и способствует получению дополнительного дохода. Вместе с тем, значительные отклонения показателей в большую сторону от средних за предыдущие периоды или по отрасли требуют тщательного расследования, так как могут свидетельствовать о недостаточности запасов данной группы активов для устойчивой работы предприятия.

AR	Дебиторская задолженность (accounts receivable)	$TU_7 = \frac{2 * R}{AR_{beg} + AR_{end}}$	0.175	$T_7 = \frac{t}{TU_7}$	545	Отражает среднюю величину (в днях) коммерческого кредита, предоставленного покупателям. Снижение срока оборачиваемости дебиторской задолженности - благоприятное явление.
CL	Текущие обязательства (III+III2) (current liabilities)	$TU_8 = \frac{2 * R}{CL_{beg} + CL_{end}}$	1.065	$T_8 = \frac{t}{TU_8}$	28.17	Отражает скорость оборота текущей кредиторской задолженности. Ускорение оборота - неблагоприятное явление, так как требует дополнительного привлечения высоколиквидных оборотных средств.
NWC	Собственный оборотный капитал (III3+III4) (A4) (net working capital)	$TU_9 = \frac{2 * R}{NWC_{beg} + NWC_{end}}$	0.233	$T_9 = \frac{t}{TU_9}$	128.76	Отражает активность - использование части собственного капитала и привлеченных к нему средств, которая может быть направлена на формирование оборотных активов.

Рис.3. Таблица с расчетом коэффициентов оборачиваемости и сроков оборота

Для расшифровки полученных результатов таблица содержит не только расчетные формулы, но и снабжена комментариями.

На основании данных об оборачиваемости, можно получить два очень важных показателя:

- **Операционный цикл (operating cycle):** $OC = T_5 + T_6 + T_7$

– характеризует среднее за период время, которое оборотные активы находятся в товарно-материальных запасах, затратах и дебиторской задолженности. Снижение продолжительности операционного цикла свидетельствует о повышении эффективности работы компании.

- **Финансовый цикл (financial cycle):** $FC = OC - T_8$

– характеризует среднее за период время, которое оборотные активы предприятия отвлечены из оборота. Для повышения эффективности работы предприятия, необходимо стремиться к снижению продолжительности финансового цикла, т.е. сокращению операционного цикла и увеличению срока краткосрочного кредитования до приемлемого уровня.

Формируемый в «1С: Предприятие 7.7» отчет по анализу оборачиваемости активов и пассивов завершается расчетом операционного и финансового цикла с выводом соответствующих комментариев.

При опытной апробации разработанная программа показала хороший результат. В дальнейшем планируется продолжить исследования в данном направлении, разрабо-

так более широкий перечень расчетных таблиц для диагностирования финансового состояния предприятия, основываясь на мировом опыте и международных стандартах.

Таким образом, предложенные дополнения к регламентированному отчету «Бухгалтерский баланс» типовой конфигурации «1С: Бухгалтерский учет» позволят на основе реальных учетных данных оперативно провести анализ ликвидности баланса, оборачиваемости активов и пассивов, облегчат понимание целостности имеющейся информации, тем самым, обеспечив своевременное принятие наиболее обоснованных управленческих решений.

Литература

1. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: 5-е изд./ Г.В.Савицкая. – Мн.: ООО «Новое знание», 2001.
2. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2001.
3. Шуремов Е.Л. Информационные технологии финансового планирования и экономического анализа: Практическое пособие. – М.: ООО «1С-Паблицинг», 2003.

УДК 316.343.653

Ковальчук О.И., Куликов А.С.

Научный руководитель: асс. Иванов М.Б.

ФАСИЛИТАЦИЯ КАК СПОСОБ ПРЕОДОЛЕНИЯ ПРОБЛЕМ КРОСС-КУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ В МНОГОНАЦИОНАЛЬНЫХ КОМПАНИЯХ НА ПРИМЕРЕ ДАТСКОЙ КОМПАНИИ NOVO NORDISK

Целью данной работы является рассмотрение опыта решения проблем кросс-культурной коммуникации на примере датской биотехнологической и фармацевтической фирмы Novo Nordisk. Беларусь все активнее включается в мировые процессы глобализации. Отечественные предприятия создают подразделения за рубежом, превращаясь, таким образом, в транснациональные компании (ТНК), зарубежные ТНК открывают филиалы у нас. Одной из важнейших проблем менеджмента, с которой столкнулись ТНК в мировой экономике, — это перенос ценностей компании из штаб-квартиры в филиалы. Он должен осуществляться таким образом, чтобы ценности не казались навязанными сверху; ценности компании не противоречили местным ценностям; филиалы не просто идентифицировали себя с новыми ценностями, но и положительно относились к способу их передачи.

Ценности не только отражают корпоративную культуру, в них также зафиксирован общий подход ТНК к бизнесу. Ценности также являются чрезвычайно важным источником знания, отражающим позицию компании и восприятие ею самой себя. Не существует двух ТНК, имеющих абсолютно сходные ценности; также не похожи и их способы внутрикорпоративной коммуникации.

Novo Nordisk A/S была основана в 1989 г. в результате слияния двух датских фармацевтических компаний — Nordisk Gentofte и Novo Industri A/S, остро конкурировавших между собой. Обе компании были основаны в 1920-х годах и до момента слияния были мировыми лидерами по поставкам инсулина. Сегодня Novo Nordisk, чья штаб-квартира располагается к северу от Копенгагена, — одна из крупнейших мировых компаний, специализирующихся в сфере биотехнологии, второй в мире производитель инсулина, используемого при лечении диабета, и крупнейший в мире производитель ферментов для пищевой промышленности и производства бытовой химии. Novo Nordisk также производит гормональные гинекологические препараты, человеческий гормон роста и препараты для лечения гемофилии. В обозримом будущем корпоративная стратегия Novo Nordisk в значительной степени оп-

ределяется стремлением сохранить лидирующие позиции в производстве и распространении инсулина. Фармацевтический бизнес Novo Nordisk составляет 75% от общего объема ее продаж. Оборот компании в регионе составляет 1 млрд. 800 млн. долл.

Намерение улучшить коммуникацию и транслировать корпоративные ценности по миру привело к созданию рабочей группы из 14 человек, названных фасилитаторами. Как следует из самого названия, агенты изменений не столько принуждали к ним сотрудников, сколько способствовали естественному ходу событий. Прежде чем рассматривать истоки концепции фасилитации и того, как работают фасилитаторы, необходимо познакомиться с Принципами менеджмента Novo Nordisk, поскольку частично задача фасилитаторов состоит в пропаганде согласованности действий и, если это необходимо, вощщении послушания (исполнительности). «Послушание» — это, конечно, сильно сказано, однако не стоит забывать, что поскольку компания, работающая с биотехнологиями, производит товары для здоровья, сотрудники должны всегда помнить, что упрощения и допущение некомпетентности легко могут погубить репутацию компании или даже привести к судебным разбирательствам.

1. Каждое подразделение компании должно использовать лучшие приемы работы.
2. Каждое подразделение должно ясно осознавать объем своей ответственности и уровень решений.
3. Каждое подразделение должно иметь план работы, гарантирующий развитие его бизнеса, улучшение качества деятельности и рабочего климата.
4. Каждая рабочая группа и каждый сотрудник должны иметь перспективные цели в бизнесе и росте компетентности и в процессе своей работы своевременно получать обратную связь по поводу движения в намеченном направлении.
5. Каждое подразделение должно иметь план работы, гарантирующий развитие рабочих групп (команд) и отдельных сотрудников, учитывающий требования бизнеса и вклад каждого работника.
6. Каждый менеджер в своем подразделении должен использовать и поддерживать приемы работы, соответствующие законам, административным предписаниям и политике Novo Nordisk, а также следить за их соблюдением.
7. Каждое подразделение и каждый сотрудник должны знать, почему их работа нужна потребителям.
8. Требуя отчетов от сотрудников, каждый менеджер должен объяснить, как они будут использованы и в чем заключается ценность запрашиваемой информации.
9. Каждый менеджер должен постоянно поощрять активность сотрудников в решении проблем потребителей.
10. Каждый менеджер и каждое подразделение должны поддерживать проекты, предполагающие совместную работу нескольких подразделений, а также рабочие связи, способствующие общему делу.

Десять фундаментальных положений Принципов менеджмента Novo Nordisk (Источник: Novo Nordisk, 1997).

Задачей корпоративных аудиторов и фасилитаторов (в дальнейшем — просто фасилитаторов, как они были известны компании) была помощь менеджерам корпорации в передаче ценностей, заложенных в Принципах менеджмента Novo Nordisk, всем ее отделениям. Согласно стандарту ISO 9000, фасилитаторы приравнивались к ведущим аудиторам, а те из них, которые не имели соответствующей квалификации, проходили обучение. Фасилитация обозначает область деятельности фасилитаторов, а также специфическое взаимодействие с отделениями компании. Для большей ясности термином «фасилитация» мы будем обозначать сферу деятельности, а непосредственную работу с группой станем называть фасилитированием.

ЦЕЛИ И ОСНОВНЫЕ ПРОЦЕДУРЫ ФАСИЛИТАЦИИ

В соответствии с идеологией компании фасилитирование описывается как структурированная, планомерная оценка влияния Принципов менеджмента Novo Nordisk на работу подразделения, а также реализацию проекта или процесса с целью повышения уровня согласованности и эффективности действий. В соответствии с этим положением фасилитация преследует две основные цели:

1. Оценку статуса Принципов менеджмента Novo Nordisk в подразделении и степени их использования в практической работе.
2. Обеспечение баланса между целями и задачами бизнеса, с одной стороны, и методами, посредством которых они реализуются, с другой.

Сами члены команды описывают деятельность фасилитации как состоящую из трех основных компонентов – пре-фасилитации, фасилитации и пост-фасилитации. Используя ключевые слова, их можно обозначить как оценку, содействие и помощь.

1. Посредством аудита / фасилитирования подразделений, заводов, филиалов непосредственно на месте оценивать, действительно ли там соблюдаются минимальные стандарты компании («основополагающие правила»); зафиксированные в Принципах менеджмента Novo Nordisk.

2. Предоставляя советы и помощь непосредственно на месте, содействовать отделению в исправлении выявленных несоответствий существующим требованиям.

3. Посредством выявленных местных успешных приемов работы помогать распространению опыта в организации.

Фасилитаторы всегда работают в парах, которые они называют «дуэтами». Чтобы обеспечить наилучшее сочетание профессиональных знаний, языков и знакомства с культурной спецификой конкретного подразделения, состав дуэтов постоянно меняется. Не все фасилитаторы верят, что необходимо подбирать наиболее подходящий дуэт, хотя некоторые из них признают, что фасилитации в Азии проходят лучше при участии азиатских коллег.

ПРОЦЕСС ПРЕ-ФАСИЛИТАЦИИ

Фасилитаторы должны собрать и усвоить подробную исходную информацию об отделении компании: схематическое представление структуры отделения; список сотрудников (имя, должность, дата приема на работу); результаты прежних аудитов или проверок (стандартизованный процесс Novo Nordisk); результаты опроса по поводу климата в отделении; миссия отделения и / или его цели; бизнес-план отделения.

Штаб-квартира старается подобрать для каждого отделения наиболее подходящий дуэт фасилитаторов. На подготовительной стадии работы дуэт должен контактировать с руководством подразделения.

ФАСИЛИТИРОВАНИЕ

Фасилитаторы прибывают в подразделение. Обычно первое собрание проводится с участием местного руководства, подтверждающего соглашения, достигнутые на этапе планирования (цели, объем фасилитирования, последующая работа и практические вопросы).

Фасилитирование имеет четыре аспекта. Первый аспект их работы - сбор фактов. Эта фаза включает интервью, наблюдение за процедурами и, возможно, проверку результатов (техническую, коммерческую или административную), т.е. в основном связана с получением фактических данных и т.п. Наиболее продуктивная форма работы на этом этапе — интервью, но стандартной процедуры для них не существует. Иногда интервью проводят оба фасилитатора, иногда они работают независимо. В самом интервью могут участвовать один или несколько респондентов; все зависит от обстоятельств и пожеланий руководителя подразделения.

Второй аспект — внимательное изучение документации. Статус фасилитаторов позволяет им требовать сведения о должностных обязанностях, перспективные планы или оценки работы, бизнес-планы; протоколы заседаний.

Третий аспект фасилитирования — выявление наилучших приемов работы (identifying better practice). Основная задача фасилитаторов — выявление примеров наиболее успешной работы, хороших идей, новых прикладных направлений, новых подходов к маркетингу, которые можно было бы перенести в другие отделения компании. Фасилитаторы активно работают, желая, чтобы примеры удачной практики стали известны во всех отделениях компании, которым они могли бы пригодиться, и тем самым осознать себя в качестве элемента механизма мирового масштаба.

Четвертый аспект фасилитирования можно обозначить как завершение и отчет. Фасилитаторы готовят отчет по пунктам, намеченным при обсуждении программы работы с руководителем отделения и, возможно, его сотрудниками. Итоговый отчет предварительно согласуется с местным руководством по всем пунктам и подписывается фасилитатором и руководителем подразделения. Стороны также договариваются о наилучшем способе сообщения результатов фасилитирования сотрудникам подразделения, к работе которых это имеет отношение.

ПОСТ-ФАСИЛИТАЦИЯ

Если у подразделения возникают проблемы с выполнением плана (например, с соблюдением срока), то ответственное лицо должно заранее проинформировать фасилитатора об их причинах для согласования изменений в плане. В случае согласования всех пунктов фасилитирование считается законченным.

Фасилитация в Москве, несмотря на некоторые языковые проблемы в плане общения, была одной из самых продуктивных. Это означает, что подход, основанный на умении слушать и давать советы (а не указания), является ценной формой совместного научения для русских, которые, как известно, испытывают антипатию к тому, что «премудрые» западники считают их людьми второго сорта в своей собственной стране. Чисто личностно два азиатских фасилитатора с трудом приспосабливались к менее формализованному и более свободному стилю ведения дел в Скандинавии. В Дании встречи происходили в повседневной одежде (фасилитаторы не датчане должны были кое-что себе прикупить для фасилитации в Скандинавии); однако в более формализованных деловых культурах, например Японии или Германии, надевались более строгие костюмы. Большую проблему при кросс-культурном научении представляло правильное использование имен, фамилий и титулов. Общаясь со своим вестернизированным коллегой-японцем, фасилитаторы могли называть его просто по имени. Но они не могли и помыслить об этом (даже используя вежливую приставку «сан»), обращаясь к молодому японцу в присутствии его сослуживцев. В Индии в присутствии «простых смертных» с титулами нужно обращаться очень осторожно. Например, довольно рано было обнаружено, что фасилитации в Азии (включая Индию), проходят лучше, если в дуэте участвует малаец или японец. Дуэты из европейцев или американцев казались излишне дидактичными и напористыми. Для всех европейских и американских фасилитаторов межличностные отношения в культурах, организованных более иерархично, особенно в присутствии людей младшего возраста, были особенно трудны для освоения. Датские фасилитаторы, воспитанные и учившиеся в стране, в которой неформальность отношений (как правило) является способом жизни, находили, что приспособление к более формализованным культурам — очень сложный процесс. Свободный датский стиль в директивных культурах может быть истолкован как недостаток профессионализма.

Опыт Novo Nordisk показывает, что вводить схемы совместного использования знания затруднительно, когда руководство не пользуется доверием своих подчиненных. Один

из замечательных результатов Novo Nordisk — это то, что в течение одного года фасилитаторы смогли заявить о себе и в большой степени погасить негативные чувства в свой адрес. В каком-то смысле они непосредственно помогали укреплять репутацию корпоративного менеджмента в компании. В результате фасилитации наилучшие способы работы распространились по всему миру от одного подразделения к другому. Иначе говоря, фасилитаторы извлекали из каждого подразделения скрытое (неявное) знание и передавали в другие структуры как знание явное, общедоступное. При этом оно впоследствии могло обрести неявными наслоениями с учетом местной специфики.

Литература

1. Гестеланд Ричард. Кросс-культурное поведение в бизнесе. / Пер. с англ. — Днепропетровск: Баланс-Клуб, 2003. — 288с.
2. Холден Найджел. Кросс-культурный менеджмент. Концепция когнитивного менеджмента / Пер. с англ. проф. Б.Л. Еремина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. — 384 с.
3. Материалы компании Novo Nordisk.

УДК 331.108.26

Ковальчук О.И.

Научный руководитель: ас. Иванов М.Б.

ХЕДХАНТИНГ: ПРИНЦИПЫ, ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Кадры — постоянная проблема любого руководителя. И если о традиционном подборе — рекрутинге — написано немало книг, то о хедхантинге — подборе «ключевого» персонала и лучших менеджеров — ничего.

Между тем, заказчики, воодушевленные успехами персонала своих служб, а может быть, желая сэкономить средства, требуют от них самостоятельного поиска и подбора топ-менеджеров.

Но до сих пор эта область остается сферой секретов компаний executive-search — компаний, которые «охотятся за головами», «охотятся за звездами».

Сразу оговорюсь — специалисты, работающие в области подбора персонала, чаще используют термин executive-search как наиболее четкий и емкий. У нас же большее распространение получил другой термин — хедхантинг. При этом, в деловом русском языке хедхантингом называют и собственно технологию executive-search, и один из этапов работы по этой технологии, и вид агентств по подбору персонала, и сегмент услуг по подбору персонала. Поскольку в академических словарях ни тот, ни другой термин не зафиксирован, и, стало быть, их употребление не устоялось, я буду использовать executive-search и хедхантинг как синонимы.

Во многих странах executive search — если не новейший, то все таки мало распространенный и малопонятный способ подбора специалистов. На сегодняшний день, реально существует три технологии подбора кандидатов: скрининг, рекрутинг и executive search.

Скрининг — «поверхностный подбор», подбор по формальным признакам: образование, возраст, пол, примерный опыт работы. В результате, получив массу резюме, отбор осуществляет сам заказчик, а кадровое агентство выполняет роль поставщика относительно подходящих кандидатов. При этом вероятность удачного «закрытия» вакансии примерно равна 3%, т.е. 1 из 30 отобранных кандидатов сможет соответствовать заданию заказчика.

Рекрутинг — «углубленный подбор», подбор с учетом особенностей личности и деловых качеств кандидата, осуществляемый рекрутинговым агентством по базе кандидатов

и по отклику на объявления в СМИ. Результат подбора зависит от опытности рекрутера и содержания базы кандидатов. Однако можно сказать, что рекрутинг – более высокая ступень скрининга. При использовании данной технологии результат в зависимости от опытности агентства колеблется в интервале 10-40%.

Executive search – "качественный поиск", учитывающий особенности бизнеса заказчика, особенностей бизнеса компании, рабочего места, деловых и личных качеств кандидата, организуемый "прямым" путем - без объявления вакансии в СМИ. Это самая эффективная технология подбора персонала, но наиболее трудозатратная и, соответственно, дорогая, она сформировалась в ответ на запрос подбора кандидатов на топ-позиции и ключевых специалистов. Executive search - технология, которая гарантирует наибольшую, практически 100% вероятность нахождения и отбора нужного кандидата. Эта вероятность достигается соблюдением основных принципов, как в системах качества ISO 9000.

А теперь рассмотрим различия в трудозатратах между рекрутингом и хедхантингом.

Основные усилия в рекрутинге тратятся на поиск: анализ собственной базы, объявления в СМИ и Интернете, анализ резюме на сайтах по подбору персонала, поиск через знакомых.

«Продвинутые» агентства прикладывают усилия и на других стадиях, прежде всего это – всесторонняя оценка мотивации и адаптации кандидата на новой работе.

Совершенно другая картина трудозатрат в технологии executive search. На диаграммах видно, что и величина, и распределение усилий практически противоположны в рекрутинге и хедхантинге.

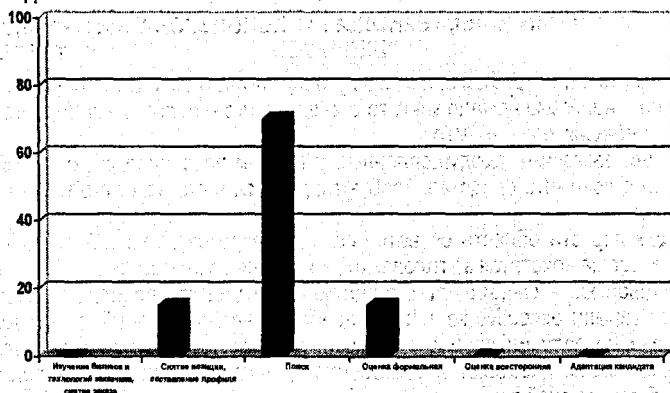


Рис. 1. Распределение трудозатрат на разных стадиях подбора при типичном рекрутинге

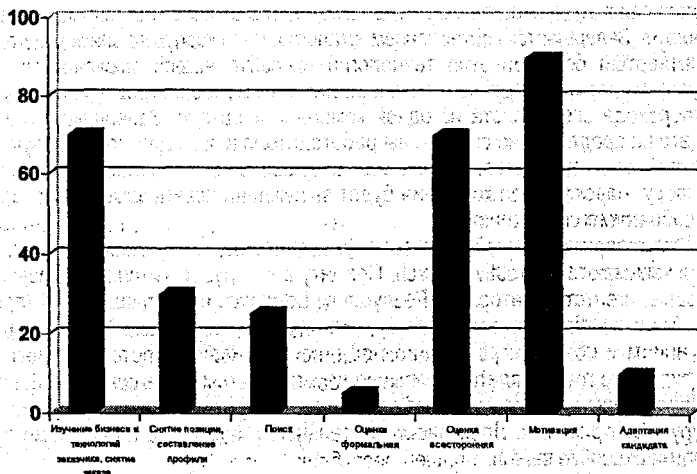


Рис. 2. Распределение трудозатрат на разных стадиях подбора executive search

Трудозатраты в хедхантинге примерно в 3 раза больше, чем в типичном рекрутинге. Поэтому на второй диаграмме сумма величин всех столбцов равна 300%.

Первые 100% тратятся на изучение бизнеса заказчика, используемые им технологии и на «снятие» позиции – составление профиля кандидата. Причем изучение, понимание бизнеса важнее составление профиля. Когда есть понимание бизнеса, составление профиля становится «делом техники».

Вторые 100% усилия тратятся на поиск и оценку кандидата. Причем поиск и оценка соответствия формальным требованиям заказчика забирают всего 30% усилий по сравнению с 85% в рекрутинге – это тоже «дело техники» в executive search.

Зато всесторонняя оценка, как более творческая, менее алгоритмизированная процедура, требует 70% усилий, в то время как в рекрутинге часто ограничиваются оценкой только формальных требований к кандидату.

Третьи 100% усилий тратятся на изучение иерархии мотивов кандидата, поиск точек соприкосновения с будущей компанией, возможностей влиять на кандидата и его интеграцию в новую компанию.

Широко распространено мнение, что специалистов «перекупают» деньгами. Но стимулирование деньгами – не лучший, а иногда и невозможный способ влияния. Умение находить не материальные стимулы – одно из важнейших в списке умений хедхантера, а сам процесс выявления структуры мотивов кандидата составляет 90% усилий: на этапе «мотивации». Примерно 5-10% усилий приходится тратить на интеграцию кандидата в компанию.

А теперь рассмотрим саму технологию executive-search. В ней выделяют 5 крупных этапов:

1. Первый крупный этап – контрактинг. Он включает «снятие» заказа и «снятие» позиции. Заканчивается подписанием договора о проведении работ, включающем стоимость по этапам, описание должности, требований к кандидату.

2. Второй большой этап – поиск кандидатов. Он заключается в выявлении фирм-«целей» и идентификация потенциальных кандидатов. Заканчивается составлением «большого», или «длинного списка» (long list).

3. Третий этап – оценка кандидатов. Он заключается в приглашении кандидата из «большого списка» на интервью с целью выяснения его возможностей, мотивации и «перекладемости». Завершается составлением «малого», или «короткого списка» (short list).

4. Четвертый большой этап технологии executive search заключается в изучении структуры мотивов кандидатов и выявлении тех стимулов, которые могли бы стать причиной перехода специалиста из одной компании в другую. Завершается соглашением кандидата на предложение со стороны работодателя и выходом его на новую работу.

5. Пятый, последний этап. Формально завершается с окончанием гарантийного срока по договору – срока, когда компания будет вынуждена искать замену в случае увольнения подобранного специалиста.

Если же говорить о нашей стране, то, увы, у нас нет специализированных компаний, которые занимаются executive search. Поэтому весь груз ложится на кадровые, или рекрутинговые, агентства, которых в Республике Беларусь насчитывается 41 (причем 30 из них – в Минске). Причину этого я вижу в том, что на сегодняшний день разница между хедхантингом и обычным рекрутингом еще не так очевидна потенциальным клиентам. Наши фирмы не готовы платить большие деньги для поиска высококвалифицированных специалистов, им кажется, что профессионал сам придет к ним и предложит свою кандидатуру. Но это не так. Для поиска «идеального» кандидата необходимо применение технологии executive search.

Хотя надо признать, что действительно крупных фирм, которые в совершенстве владеют данной технологией, в нашей республике мало. Однако не все так печально. Фирмы развиваются вместе со своими клиентами и точно знают, каким может быть результат от поиска и что необходимо для его достижения. Executive search – серьезный инструмент в решении сложных задач, и за ним будущее.

На мой взгляд среди сорока одной компании по поиску персонала выделяются две – это кадровое агентство «Квадрат» и консалтинговая группа «Здесь и Сейчас». Почему именно они? Обе имеют достаточный опыт работы в сфере услуг по подбору высококвалифицированного персонала (на рынке с 1995 года). Ведущие специалисты прошли стажировку в крупнейших компаниях за рубежом; фирмы являются участниками различных ассоциаций по подбору персонала, среди их клиентов сотни компаний, известных и не очень, работающих в самых разных сферах бизнеса и отраслях промышленности. При этом они действительно используют технологию executive search в своей работе. При этом в агентстве «Квадрат» созданы уникальную систему поиска и подбора специалистов, систему оценки кандидатов, адаптированную для условий Беларуси, многоступенчатую систему отбора, включающую обязательное анкетирование, тестирование и интервью.

Если же говорить конкретно о городе Бресте, то это кадровое агентство «Персонал сервис». На рынке оно всего лишь 4 года, и конечно не может похвастаться такими же успехами, как минские фирмы. Однако «Персонал» является монополистом на брестском рынке по подбору персонала. Агентство располагает внушительной базой данных, которая пополняется каждый день, а его клиенты – ведущие брестские фирмы. «Персонал», также как и «Квадрат» и «Здесь и Сейчас», использует в своей работе принципы executive search.

В заключение хотелось бы отметить, что сам вид услуг – хедхантинг и технология поиска – executive search только зарождаются в нашей стране, и что доля заказов на рынке, которые могут быть выполнены при помощи технологии прямого поиска, слишком незначительна, и именно поэтому компании вынуждены иметь специалистов, которые специализируются как на стандартной технологии подбора, так и специалистов, которые профессионально выполняют технологию «эксклюзивного поиска». Однако я считаю, что на нашем рынке услуг сложились благоприятные условия, для развития executive search. И если сегодня термин «хедхантинг» вызывает удивление, то в будущем это станет обыденным.

Литература

1. П.В.Беленко: Хедхантинг: принципы и технологии. – СПб.: Питер, 2006.
2. Ю.Волкова Особенности национального хедхантинга. Журнал «Экономика и жизнь», №13, 2005г.
3. Д. Торочкина. Хедхантинг – «сезон охоты» на узких специалистов открыт. www.zarplata.ru
4. www.bel.biz
5. www.comerstone.ru
6. www.kvadrat.net
7. www.zis.by

УДК 331.108.26

Куликов А.С.

Научные руководители: проф., к.т.н. Радчук А.П., асс. Иванов М.Б.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА В АППАРАТЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Один из важнейших факторов эффективности и конкурентоспособности предприятия - это высокий уровень профессионализма его специалистов: юристов, экономистов, маркетологов, менеджеров низшего, среднего и высшего звеньев. Есть идеи, есть деньги, нужны люди, которые их осваивают.

Белорусский бизнес-портал *BEL.BIZ* на своём сайте задал директорам различных белорусских предприятий следующий вопрос: «Трудно ли, на Ваш взгляд, в РБ найти специалиста, соответствующего требованиям вакансии?». Ответы были следующими: «Да» - 76%; «Нет» - 17%; «Затрудняюсь ответить» - 7%.

Для решения данной проблемы на помощь компаниям пришли рекрутинговые агентства, которые специализируются на поиске квалифицированного персонала. В РБ зарегистрирована 41 рекрутинговая компания (30 из них находятся в Минске). Данный вид подбора управленческого персонала имеет следующие плюсы: - экономия ресурсов; - экономия времени; - обеспечение конфиденциальности подбора; - высокая скорость подбора специалиста; - предоставление гарантии на кандидата.

Требования нанимателей к специалистам в области управления во многом зависят от задач, которые ставит компания перед ними, места самой компании на рынке и многого другого. В целом можно выделить такие основные тенденции:

- 1) Наличие опыта работы в частных структурах, что, в свою очередь, является «камнем преткновения» при устройстве на работу выпускников вузов;
- 2) Наличие одного высшего образования уже, как правило, недостаточно. На рынке труда растёт значение дополнительного бизнес-образования, специализированных курсов, семинаров, тренингов. Специалист, окончивший несколько лет назад вуз, и на этом «успокоившийся», уже не интересен для современной, развивающейся компании. Стремление и умение обучаться постоянно — обязательное качество современного специалиста;
- 3) Средний возраст наиболее востребованных специалистов — 30—40 лет (следует учитывать следующие критерии: цели организации, масштаб деятельности компании, сфера деятельности, выполняемые функции, количество подчиненных, особенности корпоративной культуры организации и др.). Нужно отметить тенденцию к снижению этих границ. Некоторые компании целенаправленно стремятся собрать команду молодых, талантливых и амбициозных специалистов, предоставив им возможность развиваться в рамках компании;

4) Знание современных требований к управлению персоналом, опыт успешной административной деятельности — практически обязательное требование к руководящим должностям на любом уровне;

5) Знание иностранного языка (английский или немецкий) и ПК;

С ростом требований нанимателей к специалистам повышаются и требования претендентов. Специалист, отвечающий перечисленным выше требованиям, как правило, адекватно оценивает свою стоимость на рынке труда. Чем выше «цена» специалиста, тем большее значение для него приобретает сложность поставленных задач, уровень ответственности и самостоятельности позиции в компании, возможность влиять на ключевые решения. Нередки случаи, когда высококвалифицированный специалист отказывается от предложения, несмотря на высокий уровень предложенной заработной платы. Причина — задачи, которые необходимо решать, уже неинтересны кандидату, не дают ему возможности для личного профессионального роста. Вот что показывают результаты исследования, которое было проведено на эту тему в Консалтинговой группе «Здесь и Сейчас». Данная компания является первопроходцем в сфере рекрутинга и подбора кадров на белорусском рынке. Существует она с 1995 года и является единственной консалтинговой компанией в Белоруссии, которая открыла свой офис на территории Российской Федерации и является членом российской Ассоциации Консультантов по подбору персонала.

В исследовании участвовало 400 жителей г.Минска с высшим образованием. Для актуальности мониторинга были изучены причины смены работы за период с 2000 года и по настоящее время. Были исследованы три возрастные группы: 21-30, 31-40, 41 год и старше. Верхние позиции «хит-парада» заняли следующие причины:

— неудовлетворенность заработной платой — 27%;

— отсутствие перспектив профессионального и карьерного роста — 18,37%;

— ликвидация предприятия — 13,04%.

Среди основных причин были также названы: реорганизация предприятия, предложение лучшего места работы, личный конфликт, переезд на новое место жительства, неудовлетворенность условиями труда, окончание контракта, конфликт учредителей, малый объем работ, месторасположение офиса, учеба (даются в порядке убывания).

Примечательный факт: второе место занимает причина «отсутствие роста». Разве это не повод для серьезных размышлений руководителям и владельцам компаний?

Что касается возрастной разницы, то в этом срезе также наблюдается интересная закономерность. Изменение касается не только численных показателей факторов, но и порядка трех основных причин увольнения. Судите сами:

До 30 лет: 1) з/п (27,78 %); 2) отсутствие роста (21,85 %); 3) ликвидация предприятия (9,63 %).

31-40: 1) з/п (27,94 %); 2) отсутствие роста (16,19 %); 3) ликвидация (11,74 %).

После 41: 1) з/п (24,20 %); 2) ликвидация (20,38 %); 3) отсутствие роста (15,92 %).

Можно сказать, что люди после 41 года в два раза чаще, чем до 30-ти лет, меняют работу из-за ликвидации предприятия. Справедливо предположить, что специалисты после 41 года чаще попадают в компании, которые готовятся к ликвидации, или что специалисты в возрасте до 30 лет избегают компаний на стадии «заката» их деятельности. Значение такого показателя, как «предложение лучшего места работы» у людей после 41 года почти в 3 раза ниже, чем у тех, кому до 30 лет. Известно, что специалистам после 40 лет труднее найти работу. Поэтому, этот факт можно связать и с тем, что они реже меняли работу за последние годы и предприятия, в которых они работают, прошли свой путь от «юности» к «старению».

Примечательно еще и то, что самой интенсивной шкала «отсутствие роста» оказалась у экономистов. Эта категория специалистов имеет многоступенчатую структуру карьерного роста и необходимость в профессиональном развитии. Тенденции спроса на рынке труда явно указывают на «всплеск» интереса к финансовым позициям. Финансовые директора (средняя з/п 1500\$), финансовые менеджеры (средняя з/п 600\$), главные экономисты (средняя з/п 600\$), словом; те, кто осуществляет контроль и управление денежными потоками компании. В пользу этого утверждения говорит еще один показатель исследования: самый высокий среди остальных специалистов процент ответа «лучшее место работы».

Ниже представлена информация о среднем возрасте и о размерах заработных плат по некоторым должностям. Она основана на анализе данных по городу Минску, выборка - 100 человек по каждой из специальностей. Информация предоставлена кадровым центром «Статус», которое наряду с компанией «Здесь и Сейчас» является одним из ведущих кадровых агентств в г. Минске.

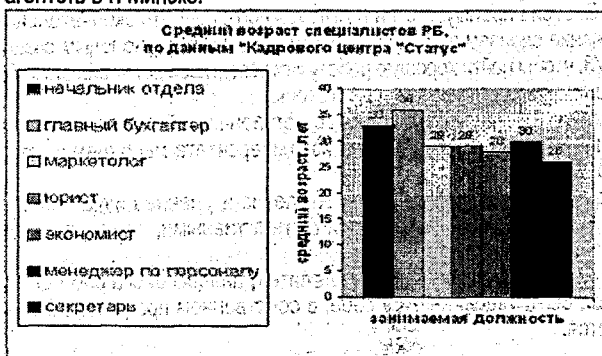


Рис. 1. Средний возраст специалистов РБ

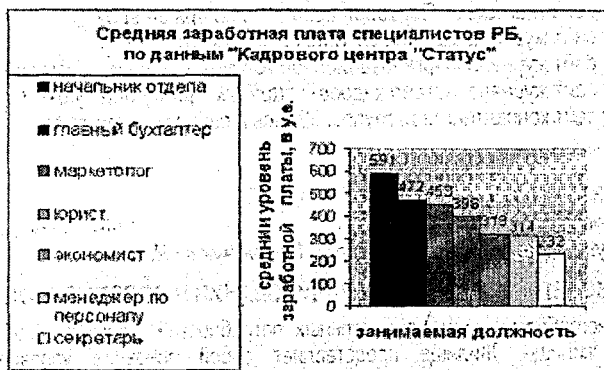


Рис. 2 Средняя заработная плата специалистов РБ

Теперь, учитывая всё выше сказанное, определим 5 шагов эффективного подбора сотрудника:

1 ШАГ: Четко определится с вакансией. Даже в случае, когда освободилось конкретное рабочее место, имеет смысл оценить, прежде всего, внутренние ресурсы. Возможно кто-то из сотрудников «дорос» до этой позиции. Возможно, эту работу безболезненно мож-

но разделить между остальными сотрудниками. Возможно, нужно принципиально иное решение и есть необходимость в специалисте иного уровня (например, не главный бухгалтер, а финансовый директор, не менеджер, а руководитель отдела и т.д.).

2 ШАГ: Определить и согласовать критерии. Большая часть неудачных попыток в подборе персонала приходится на те ситуации, в которых критерии оценки размыты или решение о приеме на работу принимает не один человек, и кандидат проходит несколько уровней (кадровик, начальник отдела, директор)

3 ШАГ: Определить степень соответствия уровня кандидата, которого ищет фирма, тем условиям, которые она предлагает. Определить это можно: **1.** эмпирическим путем (после третьего отказа интересного кандидата) и **2.** с помощью кадровых агентств (они, как правило, владеют ситуацией).

4 ШАГ: В ходе собеседований точно определить, какие мотивы побуждают кандидата к смене работы и к участию в конкурсе именно на эту вакансию. Насколько его выбор сознателен и обдуман.

5 ШАГ: Взвесив преимущества и КПД каждого, принять окончательное решение. В заключение сделаем выводы, что же необходимо нам, молодым специалистам, заканчивающим ВУЗ, чтобы найти хорошую работу с перспективой дальнейшего карьерного роста?

1. Хорошая профессиональная подготовка;
2. Стараться начать работать уже со «студенческой скамьи», показывать себя, зарекомендовывать, и тогда на «выходе» из университета мы будем иметь тот самый опыт, который требует работодатель;

3. Как уже было сказано ранее - стремление и умение обучаться, постоянно профессионально самосовершенствоваться и быть активными, т.е. соответствовать современным требованиям рынка;

4. И самое главное - грамотно определить границы поиска работы, понять самим - чего мы хотим, быть уверенными в себе, в собственном профессионализме, и тогда всё у нас получится.

Литература

1. Белорусский бизнес-портал BEL.BIZ: <http://www.bel.biz/>
2. Рекрутинговое агентство «Персонал сервис»: <http://ps.brest.by>
3. Интернет сайт журнала «Дело»: www.delobelarus.com
4. Интернет сайт журнала «Организационное консультирование»: www.ok.by
5. Интернет сайт журнала «Отдел кадров»: <http://www.profigroup.by/ok/>
6. Интернет сайт консалтинговой группы «Здесь и сейчас»: www.zis.by

УДК 336.77:332

Польшенкова А.В.

Научный руководитель: д. т. н., проф. Павлючук Ю.Н.

МОДЕЛИ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Среди многообразия всех материальных потребностей Маркс выделил три: в пище, одежде и жилище. Жилище представляет собой основное условие полноценной жизнедеятельности каждого человека и страны в целом, поэтому спрос на него, а следовательно, и на финансовые ресурсы для его приобретения будет предъявляться в первую очередь.

В современном мире сложились три основные схемы жилищного инвестирования (рис. 1).

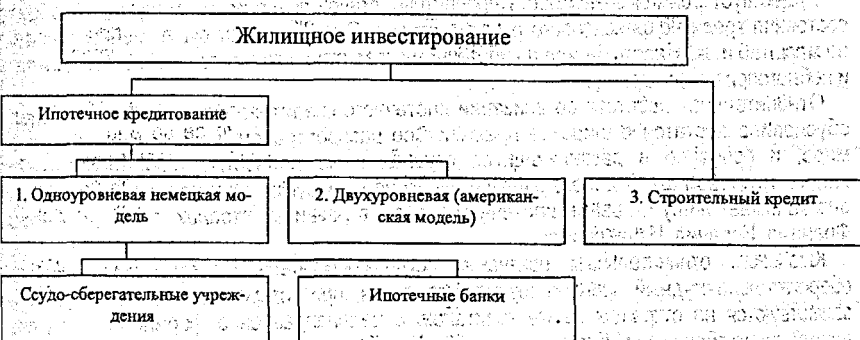


Рис. 1 Классические схемы жилищного инвестирования [1]

1. **Одноуровневая схема ипотечного кредитования (немецкая модель).** В данной модели выделяют два общих типа схем кредитования: связь заемщика и кредитора при помощи ипотечных банков и ссудно-сберегательных учреждений. Количество обслуживающих организаций - минимально, как правило, только страховая организация (рис. 2). Срок кредитования составляет от 10 до 12 лет. Все ставки и выплаты кредита являются фиксированными и равномерными.

Для обеспечения финансовых ресурсов кредитов ипотечные банки, помимо краткосрочных средств (депозитных вкладов граждан, займов, средств на счетах граждан), привлекают также долгосрочные денежные ресурсы, получаемые за счет долгосрочных займов, продажи собственных ценных бумаг (облигаций, сертификатов и других, обеспеченных выданными кредитами).

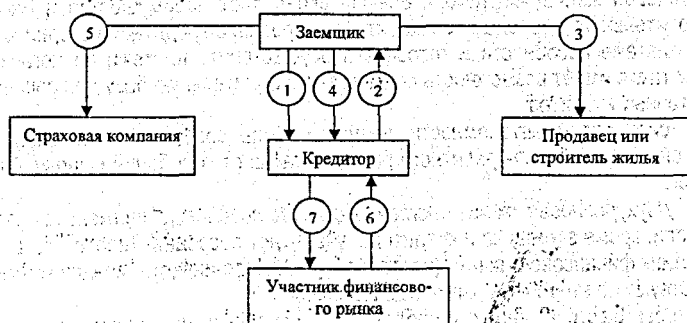


Рис. 2 Движение финансовых потоков при одноуровневой схеме ипотечного кредитования: 1 - накопительный вклад; 2 - ипотечный кредит; 3 - оплата жилья по договору купли-продажи или договору подряда (собственный и заемный капитал); 4 - возврат ипотечного кредита и процентов по нему; 5 - страховая премия по договору страхования заложенного имущества; 6 - доход от продажи ценных бумаг (закладных листов); 7 - доход по ценным бумагам (закладным листам) и их погашение [1]

Для кредитора возможно рефинансирование ипотечных кредитов за счет выпуска ценных бумаг - закладных листов и тем самым - минимизация возможных рисков. Процент выплаты дохода по закладным листам практически соответствует проценту по ипотечному кредиту с небольшой разницей на покрытие расходов и получение прибыли.

Существует прямая зависимость процентных ставок по ипотечным ссудам от общего состояния кредитно-финансового рынка в стране. Она оказывает существенное влияние на масштаб и активность банков по ипотечному кредитованию в отдельные благоприятные и неблагоприятные периоды.

Относительная простота организации ипотечного кредитования на базе этой модели обусловила достаточно широкое практическое распространение ее во многих странах мира, и особенно в развивающихся странах с не полностью сформировавшейся инфраструктурой финансового рынка и рынка ценных бумаг. Однако по той же причине она занимает нишу на рынке ипотечных услуг и в развитых странах, таких как Англия, Франция, Испания, Израиль и др.

Ключевым отличительным признаком ссудно-сберегательных учреждений является сберегательно-ссудный принцип функционирования, при котором кредитные ресурсы не заимствуются на открытом рынке капиталов, а целенаправленно формируются за счет привлечения сбережений будущих заемщиков по принципу кассы взаимопомощи.

В рамках этой модели право на получение ссуды заемщик имеет только в том случае, если ранее он, согласно жилищно-сберегательному контракту, направлял в систему свои временно свободные денежные средства. Как правило, это 30-50% от требуемой суммы кредита. По данной схеме действуют ссудосберегательные ассоциации, строительные общества, кредитные союзы. В качестве источника предоставления кредитов используются средства, поступающие от вкладчиков по жилищным накопительным контрактам, от заемщиков в виде платежей по ссудам, а также государственные премии (дотации).

В отличие от ипотечных банков, процентные ставки по вкладам и ссудам в жилищных сберегательных контрактах значительно ниже рыночных и фиксируются на все время срока контракта по жилищному накопительному вкладу.

Кроме того, по мере накопления средств заемщик оценивает свои возможности по погашению кредита и «привыкает» к кредитной дисциплине.

Целевой жилищный накопительный вклад дает преимущества и банку. В течение накопительного периода происходит формирование кредитной истории клиента, оценка его платежеспособности и готовности осуществлять платежи по погашению кредита. Банк также имеет возможность создавать дополнительную базу для расширения выдачи ипотечных кредитов.

В силу своей автономности данная модель совершенно не зависит от общего состояния финансово-кредитного рынка, а также от колебаний рыночной цены заемных денег.

2. Двухуровневая схема ипотечного кредитования (американская модель). В этой модели, кроме заемщика и кредитора, участвуют посредник (ипотечное агентство) и/или участник финансового рынка (ипотечная финансово-инвестиционная компания), которые действуют на вторичном рынке закладных (рис. 3).

Чтобы быстрее вернуть средства, затраченные на выдачу ипотечного кредита, кредитор может продавать ипотечные кредиты ипотечному агентству или ипотечной финансово-инвестиционной компании, которые таким образом рефинансируют кредит. После покупки они немедленно возмещают кредитору выплаченные заемщику средства, а кредитор переводит на их счета получаемые от заемщика ежемесячные выплаты за вычетом своей прибыли, (маржи). Величину ежемесячных выплат, т. е. ставку, по которой посредник или участник финансового рынка обязуется покупать ипотечные кредиты, они устанавливают самостоятельно на основании требований инвесторов к доходности соответствующих финансовых инструментов.

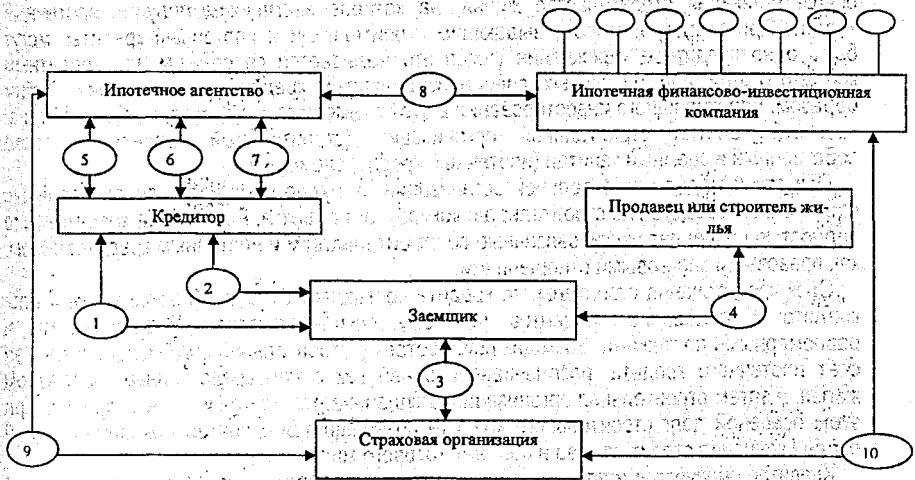


Рис. 3 Договорные отношения при двухуровневой схеме ипотечного кредитования:

- 1 - кредитный договор; 2 - договор об ипотеке; 3 - договор страхования заложенного жилья; 4 - договор купли-продажи жилья или договор подряда; 5 - генеральное соглашение кредитора и ипотечного агентства; 6 - агентский договор, определяющий права и обязанности сторон в процессе исполнения кредитором агентских функций по обслуживанию ипотечных кредитов; 7 - договора переуступки прав требований по ипотечным кредитам; 8 - договор о порядке осуществления операций с ценными бумагами ипотечного агентства; 9 - договор страхования предпринимательского риска; 10 - договора купли-продажи ценных бумаг [1]

Таким образом, кредитное учреждение получает доход от переуступки закладных и комиссионные за их обслуживание. Ипотечная финансово-инвестиционная компания получает доход за счет дополнительной эмиссии первичных закладных, цель которой состоит в качественном преобразовании ценных бумаг в наиболее ликвидный вид посредством группирования закладных в ипотечные пулы по сходным характеристикам (виду недвижимости, процентной ставке, срокам кредитования и т. д.).

Процентная ставка по использованию ипотечного кредита варьирует от 7 до 20 %. Сумма кредита может составлять 75-90 % от стоимости закладываемого жилья; 80-90 % от стоимости приобретения или строительства жилья. Срок кредитования обычно составляет от 15 до 30 лет.

Реализация двухуровневой модели может быть обеспечена лишь при условии создания расширенной инфраструктуры ипотечного рынка, как правило, при определенном содействии государства и, как минимум, при его частичном контроле эмиссии ценных бумаг, обращающихся на вторичном рынке.

Данная модель подвержена влиянию общего состояния финансово-кредитного рынка, поэтому широкое применение такие модели могут иметь лишь в странах с очень устойчивой экономикой. Не случайно наибольшего распространения и совершенства эта модель достигла в США. По данной причине часто расширенную открытую модель также называют «американской моделью ипотеки».

3. *Схема строительного кредита.* Наряду с обязательными участниками (заемщиком и кредитором) в данной модели присутствует строительная организация, осуществляющая строительство жилья, на которое заемщиком получен ипотечный кредит. При этом кредитором, выдающим строительный и ипотечный кредиты, могут быть одно кредитное учреждение (тогда это называется спаренным или кредитным кредитом) или два различных специализированных кредитных учреждения. Таким образом, для жилищного инвестирования в этой схеме используются три вида капитала: заемный капитал строительной организации (строительный кредит), а также собственный и заемный капитал (ипотечный кредит) заемщика.

При такой модели строительной организации не нужно изыскивать дополнительные собственные средства на строительство конкретного объекта. Раздельное кредитование полностью разделяет риски, связанные со строительством и ипотечным кредитованием, как правовыми залогами отношениями.

Срок кредитования строительного кредита составляет от 6 до 18 месяцев. Выплаты кредита и погашение процентов по нему осуществляются фиксированными и равномерными платежами. Заемщик приобретает у строительной организации жилье за счет ипотечного кредита, расплачиваясь с ней как с непосредственным продавцом жилья, а затем строительная организация расплачивается за строительный кредит. При этом основной долг строительного кредита возвращается строительной организацией после окончания строительства и продажи готового жилья.

Кредитор оплачивает этапы строительного-монтажных работ, выполняемые строительной организацией в соответствии с договором по финансированию строительства. Учреждение, предоставляющее средства по договору, кредитует строительные организации только тогда, когда последние получают гарантированное обязательство о предоставлении заемщику последующего ипотечного кредита в ипотечном банке (или другом финансовом учреждении) под залог уже построенной части жилья.

Таким образом, мировой опыт показывает, что ипотека дает кредитору гарантированный доход, а населению - возможность покупки жилья. Однако, чтобы ипотека получила развитие в той или иной стране, необходимы: стабильность экономики, надежность и эффективность финансово-кредитной системы, наличие развитого рынка ценных бумаг, активное участие государства как гаранта устойчивости всей системы отношений при реализации схем ипотечного кредитования. Кроме того, не только экономические условия сказываются на конечной эффективности или неэффективности ипотеки, но и политические, социальные, культурные, исторические и даже психологические особенности, все то, что формирует национальный менталитет. Нужно, чтобы предлагаемая ипотечная модель была принята теми, для кого она предназначена. Из этого следует, что любая, взятая за основу, модель должна быть адаптирована к существующим условиям конкретной страны.

Литература

1. Асаул А.Н. Экономика недвижимости: Учебник для вузов – М.: Изд-во АСВ, 2004. – 384с.
2. Финансы и учет в недвижимости. Учебник для вузов. / Под общ. ред. П.Г. Грабового и Н.Ю. Яськовой. – М.: НПЦ «Алфей», 2004. – 472с.
3. Разумова И.А. Ипотечное кредитование: Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2005. – 208с.
4. Довдиченко И.В. Ипотека. Управление. Организация. Оценка: Учебное пособие для студентов вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 464с.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Целью данной работы является анализ состояния деловой среды республики как основы, определяющей перспективы развитие малого бизнеса в стране.

Становление и развитие белорусской экономики невозможно осуществить без соответствующего этому развитию сектора малого предпринимательства, так как именно малые компании способны оперативно реагировать на изменение потребительского спроса и за счет этого обеспечивать необходимое равновесие на потребительском рынке.

Долгое время развитие малого и среднего бизнеса в Республике Беларусь не относилось к приоритетным задачам правительства. Бизнес и предпринимательство стали новой социально-экономической реальностью нашей страны в начале 90-х годов.

В Программе социально-экономического развития на 2006-2010 гг. заявлена цель к 2010г. довести удельный вес добавленной стоимости, произведенной субъектами малого и среднего предпринимательства, до 20-22% от ВВП, а количество занятых в нем — до четверти от экономически активного населения. Конечно, это не так много, как, например, в Германии, Франции или Индии, где доля малого сектора — 50 — 60 % ВВП и две трети занятых. В настоящее время удельный вес продукции МСП в ВВП составляет около 10%; поэтому для достижения намечаемого роста необходимо интенсифицировать работу в области поддержки развития малого и среднего бизнеса в Беларуси. Однако достижение намеченных показателей осложняется неблагоприятной деловой средой.

Согласно исследованию Всемирного банка Doing Business 2006, в котором анализируется и сравнивается деловая среда различных стран по 10 показателям (создание новой компании, найм и увольнение работников, получение кредита, принудительное исполнение договора и ликвидация предприятия, регистрация прав на недвижимое имущество, защита инвесторов, уплата налогов, внешняя торговля и лицензирование), Беларусь занимает 106 место (Армения — 46 место, Россия — 79, Молдова — 83, Кыргызстан — 84, Казахстан — 86, Грузия — 100, Украина — 124 и Узбекистан — 138). В новом исследовании экономической свободы Heritage Foundation Беларусь занимает 151 место среди 157 стран.

В Беларуси количество МСП на тысячу человек населения наименьшее — 3, в Украине их 5, в России — 6, в Польше — 22, США — 74,2, странах ЕС — 45 (рис: 1).

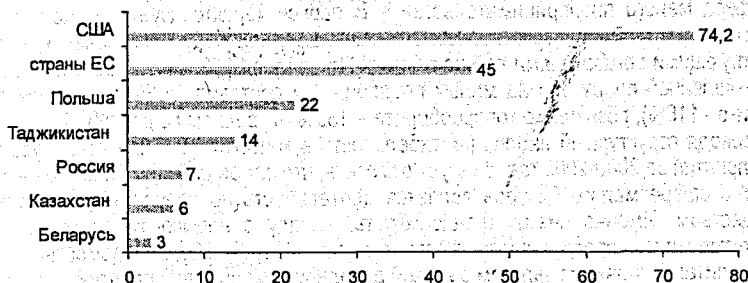


Рис. 1 Сравнительное количество субъектов МСП на 1000 человек населения
Источник: Деловая среда Беларуси 2005

По доли произведенной продукции в ВВП субъектами МСБ Беларусь также находится в конце списка (рис. 2)

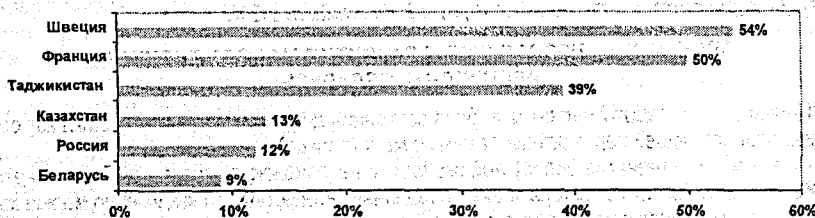


Рис. 2 Доля произведенной продукции в ВВП субъектами МСБ различных стран

Источник: Деловая среда Беларуси 2005

Европейский банк реконструкции и развития в своей публикации Transition Report оценивает общий прогресс в осуществлении рыночных реформ в Беларуси как один из самых низких.

Несмотря на серьезные сложности для развития бизнеса, неблагоприятный деловой климат, в стране сохраняется большой спрос на предпринимательскую деятельность. Почти 49% работающих в бизнесе хотели бы, чтобы их дети занимались предпринимательством, а 90% населения страны, считают, что развитие предпринимательства идет на пользу стране. (1)

Стоит отметить, что за последнюю пятилетку наблюдается положительная динамика количества малых предприятий. В 2005 году число малых предприятий составило более 33,0 тыс., что на 17% больше по сравнению с 2000г. Необходимо также отметить, что численность малых предприятий имеет существенные колебания в зависимости от отрасли деятельности. В Республике Беларусь, так же как и во всех промышленно развитых странах, наибольший удельный вес по количеству малых предприятий занимает торговля и общественное питание. (41,2%). С большим отрывом от лидера находятся сфера промышленности (20,8%), строительства (11,5%), транспорта (5,6%). Существенных структурных преобразований в численном соотношении предприятий малого бизнеса за прошедшую пятилетку не произошло, однако наметилась тенденция к увеличению количества малых предприятий, занятых в сфере промышленности (23,5%) и строительстве (12,3%) и произошло незначительное снижение числа малых предприятий, занятых в сфере транспорта (5,5%).

Сфера малого предпринимательства в Беларуси характеризуется более высокими показателями темпа роста основных экономических параметров по сравнению с соответствующими показателями по республике. На начало 2005г. темп роста производства промышленной продукции на малых предприятиях составил 132% (в среднем по республике - 116%), розничного товарооборота - 139% (в среднем по республике - 112%).

Проводя структурный анализ рентабельности в контексте с количеством убыточных предприятий за 2000-2005 год, следует отметить, что самой доходной и рискованной в 2000-2005г в сфере малого бизнеса является деятельность по операциям с недвижимым имуществом. Именно низкая фондоемкость, наряду с невысокой капиталоемкостью субъектов малого предпринимательства, а также быстрой оборачиваемостью вложенного капитала являются залогом высокой доходности малых предприятий по операциям с недвижимым имуществом, торговых предприятий и предприятий связи.

Высокими сохраняется риски МСП в транспорте (31,1%), торговле и общественном питании (30,9%), в сфере здравоохранения (28,4%), культура и искусство (28,1%), жилищно-коммунальное хозяйство (27,4%), непроизводственные виды бытового обслужи-

вания населения (27,3%). Наименее рискованной является деятельность малых предприятий занятых в сфере науки и научного обслуживания (15,0%), строительства (16,5%) и сельского хозяйства (17,1%). Практически во всех отраслях за 2000-2005г. произошло увеличение удельного веса убыточных предприятий в общем объеме малых предприятий. (2)

Белорусское предпринимательство по праву можно считать одной из самых современных и образованных социальных групп. Почти 74% занимающихся бизнесом имеют высшее образование. На среднем белорусском предприятии работает 11 – 50 человек. Только 5,5% предприятий дают работу для более 200 человек. Частный белорусский бизнес в большинстве своем остается малым. Он накопил большой опыт работы на рынке. Среднестатистический руководитель частной коммерческой организации Беларуси имеет опыт работы более 9 лет.

Почти половина частных предприятий не привлекают для финансирования своей деятельности кредиты, потому что получение кредита представляет серьезную проблему. В структуре капитала кредиты свыше одного года составляют всего 7,8%. Львиную долю (70,2%) занимает уставный фонд. Около 60% предприятий имеют рентабельность до 10%, из них 14% - менее 5%. Высокоприбыльную работу (более 50% рентабельности) декларируют только 2,5% частного бизнеса. Среднее частное белорусское предприятие платит с выручки 28,6% налогов и платежей. При этом справедливой, по мнению белорусского бизнеса, является такая налоговая система, при которой они будут платить 13,5% от выручки. (1)

Таким образом, деловая среда в Беларуси значительно проигрывает странам ЦВЕ и характеризуется двумя противоречивыми тенденциями.

С одной стороны, наблюдаются некоторые положительные изменения.

- в 2005-2006 гг. продекларирован переход на принцип «одного окна»;
- улучшена координация контрольной деятельности и урегулирована процедура проведения внеплановых проверок;
- в 2006г. изменен принцип начисления штрафных санкций, в силу чего ожидается постепенное снижение размеров штрафов и пеней.

С другой стороны, большинство заявлений правительства по поддержке идеи развития предпринимательства по-прежнему остаются неподкрепленными реальными делами, а государственная политика в области развития предпринимательства - непоследовательной и противоречивой.

Согласно опросу руководителей МСП, проводимому центром исследований ИМП, основными проблемами в области регулирования деятельности малых предприятий в Беларуси, являются:

- **Большие штрафные санкции за ошибки, часто неадекватные содеянному;**
- **Многочисленные проверки контролирующих и налоговых органов и полная зависимость от них;**
- **Получение лицензий и процедуры сертификации;**
- **Отсутствие гарантий защиты частной собственности;**
- **Сложные и непонятные правила налогообложения бухгалтерского учета и частые изменения в налоговой отчетности;**
- **Нестабильное и запутанное законодательство;**
- **Сложность с получением кредита.**

В большинстве стран мира государство проводит специальную политику, направленную на стимулирование развития малого бизнеса. Преимущественно эта политика поддержки выражается в создании простых и стабильных «правил игры», поддержке программ микрокредитования, организации тренингов и консультаций. Во многих странах мира малые пред-

приятия пользуются различными схемами упрощенного и льготного налогообложения. (4)

По мнению руководителей белорусских МСП, принявших участие в опросе, государственная поддержка должна выражаться в виде (%): налоговых льгот (42,8), упрощении и стабильности налоговой системы (29,3), упорядочивании государственного контроля над деятельностью предпринимателей (27,3), льгот по аренде помещений (25,3), стабильном законодательстве регулирующее предпринимательскую деятельность (21,0), а также в упрощении процедур лицензирования и регистрации (18,8). Лучшей формой поддержки по мнению 17,5% респондентов было - «не мешать», а еще 4% опрошенных в государственной поддержке не видят необходимости. (4)

Решающую роль в становлении и развитии малого бизнеса в республике играют как внешние, так и внутренние факторы и условия, а именно:

- ✓ Высокий уровень экономической интеграции с зарубежными странами;
- ✓ Привлечение иностранных кредитов, займов;
- ✓ Прямые иностранные инвестиции;
- ✓ Степень развития рыночных отношений, состояние инфраструктуры, уровень использования созданного производственно-экономического потенциала, трудовые и природные ресурсы. (5)

К вышесказанному стоит добавить, что одной из возможностей для развития малого бизнеса в среднесрочном периоде является изменение структуры российского рынка, который является основным для ряда белорусских предприятий пищевой промышленности, машиностроения, деревообработки и пр.

Во-первых, изменение потребительского спроса в связи с увеличением заработной платы, способствует переключению потребителей на более качественные и дорогие товары, а многие белорусские товары проигрывают китайским и российским по соотношению «цена-качество».

Во-вторых, изменение инвестиционного спроса в связи с притоком «нефтедолларов» в российскую экономику сужает рынок для предприятий машиностроения, т.к. крупные российские компании ориентируются на передовые западные технологии инновационного типа инвестирования, а не реновационного (восстановления старых технологий), как это в основной массе белорусскими предприятиями.

В-третьих, в России в последнее время активизировалась протекционистская политика, направленная на ограничение доступа на российский рынок не только товаров из т.н. «дальнего зарубежья», но и из Беларуси. Эта политика уже затронула белорусские телевизоры, сахар, лекарственные препараты и некоторые другие товары. Российские производители сельхозтехники в рамках национального проекта по развитию села лоббируют введение запрета на покупку белорусских тракторов за бюджетные деньги. (6)

Из всего вышесказанного следует, что Беларусь либо будет вынуждена проводить реструктуризацию своей экономики осознанно, либо такая реструктуризация выразится в форме падения уровня жизни, увеличения неполной занятости и скрытой безработицы и других социальных и экономических проблем. Опыт стран ЦВЕ показал, что малый бизнес играет значительную роль в снижении последствий неблагоприятных шоков, абсорбируя, в частности, избыточную занятость. На госпредприятиях сохраняется значительная избыточная занятость: по некоторым оценкам она составляет до 30% от общего числа занятых в госсекторе.

Таким образом, очевидно, что у малого бизнеса существует огромный потенциал для создания новых рабочих мест и занятости работников, высвобождающихся от работы в госсекторе. Кроме того, развитый частный сектор поможет снять проблемы трудовой миграции, размеры которой оцениваются в 200-300 тыс. человек, и скрытой безработицы (примерно такая же величина), а также приведет к увеличению числа собственников, а значит, формированию среднего класса - главного гаранта политической и социальной стабильности в

демократическом обществе. Наконец, развитие малого бизнеса благоприятно повлияло бы на развитие экономики в целом, т.к. увеличивает платежеспособный спрос и стимулирует конкуренцию на внутреннем рынке.

Литература

1. Национальная платформа бизнеса Беларуси 2006–2007гг. (<http://allminsk.biz/content/view/62/75/>)
2. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2006.
3. Деловая среда в Беларуси 2005. Аналитический отчет.
4. Малый бизнес <http://ref.by/refs/54/12507/1.html>
5. Догиль Л.Ф., Семенов Б.Д. Предпринимательство и малый бизнес: Учеб. Пособие. – Мн.: Выш.шк. 1997. – 266
6. Развитие малого предпринимательства в Беларуси <http://president.gov.by/press28454.html>

УДК 228.24(072)

Войчук А.В.

Научный руководитель: ст. препод. Степанюк В.Л.

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ НА РЫНКЕ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Понятие "экотуризм", он же "сельский" или "агротуризм", включает в себя все виды туризма за пределами городских территорий. Этот вид отдыха включает в себя экологический, фермерский, образовательный, спортивный, приключенческий, этнический и прочие виды путешествий. Сегодня сельский туризм представляет собой весьма успешный вид туризма, который в общем потоке иностранных туристов во многие страны Европы занимает значительный удельный вес. Примерами преуспевания на данном поприще могут рассматриваться Великобритания, Ирландия, Голландия, Италия, Испания и ряд других стран во всем мире.

По популярности отдых в сельской местности в этих странах занимает сейчас второе место после отдыха на море. Сельский туризм создает новые рабочие места и приносит реальный доход регионам, позволяет найти способы и средства для сохранения природы. Во многих странах развитие этого вида туризма стало главным направлением охраны и восстановления сельских ландшафтов.

В Беларуси сельский туризм делает первые и робкие шаги. В ноябре 2002 г. было создано общественное объединение "Агро- и экотуризм", в состав которого входит около 250 человек, и это в основном жители сельской местности Беларуси, которые хотят освоить новую профессию и организовать на своих усадьбах «bed and breakfast» сервис.

Сегодня в мире рыночные отношения и жесткой конкуренции нет необходимости говорить о важности маркетинговых коммуникаций и о той роли, которую они играют, начиная с момента создания продукта и до момента его покупки и использования конечным потребителем. Одной из основных задач Национальной программы развития туризма в Республике Беларусь на 2006–2010 годы является продвижение белорусского продукта на мировой рынок туристских услуг.

Из существующих элементов маркетинговых коммуникаций на рынке сельского туризма в Республике Беларусь больше всего используется реклама. Но используется только такой вид рекламы, как реклама в Интернете. Интернет является наиболее динамично развивающейся средой вещания в истории человечества. Быстро растущая ау-

дотория сети Интернет - это, прежде всего, молодая, прогрессивная, достаточно образованная часть общества.

На сайте Общественного Объединения «Агро- и экотуризм», где размещена информация об усадьбах, можно найти адреса и фотографии всех усадеб Беларуси, перечень предлагаемых услуг, описание природы, стоимость отдыха, перечень выгод от такого вида отдыха. На данном сайте существует возможность быстро заказать отдых в любой из понравившихся усадеб. Для этого следует оформить и отправить предварительный заказ по электронной почте.

Компьютерная реклама имеет множество преимуществ, таких как, например, наглядность, широта охвата аудитории, возможность статистического анализа поведения пользователей, которые являются потенциальными потребителями, а также коммуникационный простор, который не ограничен ни во времени, ни в пространстве.

В последнее время стали использовать и другой тип рекламы - это рекламно-коммерческая литература. Но, к сожалению, качество печати этих рекламных продуктов оставляет желать лучшего. Это можно лишь объяснить тем, что все большие затраты, связанные с такой рекламой, несут собственники бизнеса, т.е. хозяева усадеб, а так как этот вид бизнеса в нашей стране еще очень молод, то прибыль от него не велика и ограничена.

Личная продажа как элемент маркетинговых коммуникаций, на рынке сельского туризма в Республике Беларусь не используется.

К сожалению, так же, как и личная продажа, на рынке сельского туризма не нашел еще применения такой элемент маркетинговых коммуникаций, как Public Relation. Это огромное упущение, особенно на данном этапе развития данного вида услуг, так как презентация необходима фирме (товару, услуге, персоне), для того чтобы заявить о своем существовании.

На сегодняшний день на рынке сельского туризма широко используется дифференцирование цен, которое является основным способом стимулирования сбыта. Особенно часто встречается дифференцирование цен в зависимости от поры года. Самые высокие цены наблюдаются в период летних отпусков, а также во время всевозможных праздников, например, одними из наиболее популярных праздников в зимнее время является Рождество и Новый Год. В этот период наблюдается резкое увеличение желающих провести эти дни за городом в сельской местности. Цены отдыха в деревне по выходным на порядок ниже, чем в праздники. Тем туристам, которые уже не первый раз отдают предпочтение именно одной определенной усадьбе, также предлагаются скидки. Стоимость отдыха в усадьбах снижается и на каждого последующего человека, и чем больше группа отдыхающих, тем дешевле обойдется отдых для каждого туриста в отдельности.

Директ-маркетинг, как элемент маркетинговых коммуникаций, нашел свое выражение на рынке сельского туризма в виде прямой почтовой рассылки (direct mail). Чаще всего получателями таких писем являются предприятия, которые часто проводят корпоративные вечера отдыха для своих работников, различные семинары или курсы. Кроме этого, получателем такой корреспонденции может являться большое предприятие накануне юбилеев руководителей или знаменательных дат, связанных непосредственно с данной организацией. При условии наличия необходимых средств чаще используется такая форма прямой рассылки, как E-mail marketing.

Электронное письмо, кроме информации об усадьбе, предлагаемых видах отдыха и описании местности, обычно содержит специальную электронную форму заказа, с помощью которой можно сделать заказ. Эффективность рекламной рассылки оценить довольно сложно. При подсчете вернувшихся бланков с заказами не учитывается тот факт, что данные письма могут принести выгоду и в долгосрочном периоде.

К сожалению, на сегодняшний день маркетинговые коммуникации на рынке сельского туризма в Республике Беларусь применяются только частично и поэтому невозможны

достичь полного эффекта взаимопонимания, а следовательно, и экономического, ради чего ведут свой бизнес представители данного рынка услуг.

С целью совершенствования программ по продвижению, а именно реклам по телевидению; данного вида услуг, автором работы в марте 2007 года было проведено маркетинговое исследование, задача которого состояла в выявлении мнений, запросов и предпочтений любителей сельского отдыха на примере жителей г. Бреста.

Цели данного исследования были сформулированы в виде следующих вопросов:

1. Что такое белорусский сельский туризм для потенциальных потребителей?
2. Какая тематика рекламы будет наиболее запоминающейся и эффективной для сельского туризма?
3. Каким должно быть звуковое сопровождение рекламы сельского туризма?
4. Привлекут ли внимание потенциальных потребителей в рекламе сцены с празднованием народных белорусских праздников и обычаев к услугам сельского туризма?
5. Какие спортивно-развлекательные мероприятия лучше использовать при рекламе сельского туризма?
6. Поможет ли использование национальной символики в рекламе белорусского сельского туризма повысить значимость данного вида туризма?

В ходе исследования была определена и составлена выборка респондентов. В качестве опрашиваемых выступило население г. Бреста в возрасте от 17 до 60 лет.

Было опрошено 100 человек, среди которых - 62% женщин и 38% мужчин. Опрос проводился методом стандартизированного анкетирования респондентов.

Для большей наглядности обработанные данные автор представил в виде рисунков. Отвечая на вопрос, касающийся тематики рекламы сельского туризма на телевидении (см. рис. 1), большинство (41 %) респондентов ответили, что сельский отдых у них ассоциируется, прежде всего, с природой. Наименьшее количество ответов (14 %) было отдано птицам и животным. Некоторые опрашиваемые (16 %) хотели бы видеть на экране картинку с изображением сельских жителей, другие же 29 % - сельский быт.

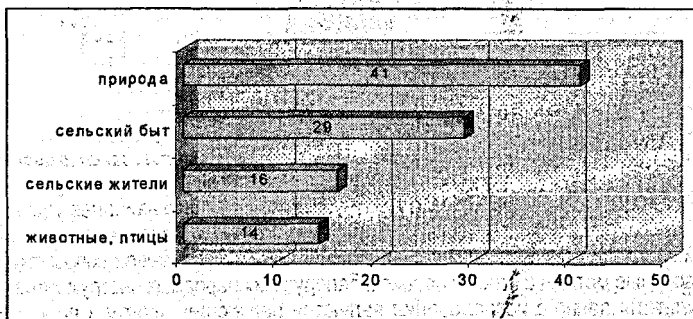


Рис. 1 Предпочтения респондентов относительно тематики рекламы сельского туризма на телевидении, %

Немаловажное значение в создании рекламного продукта для эфира имеет звуковое оформление. Отношения респондентов к этой составляющей распределились следующим образом: 66 % - желают слушать белорусские народные мотивы, 23 % - пение птиц, 11 % - звуки, которые издают животные. Кроме этого, 56 % опрошенных пожелали, чтобы вся информация в рекламе излагалась на белорусском языке, 31 % - на русском, 13 % - с использованием местных диалектов.

Автора работы интересовал вопрос относительно того, заинтересует ли рекламный продукт, в котором будут использоваться сцены с празднованием народных белорусских праздников и

соблюдением обычаев, телезрителей. Оказалось, что наиболее привлекательным среди респондентов является такой народный праздник, как Ивана-Купалы – 46% , Масленица – 31%, 21% опрошенных предпочли праздник Рождество и оставшиеся 2% - дали разные ответы.

Касательно спортивно-развлекательных мероприятий, которые могут привлечь наиболее внимание, оказались следующие (см. рис. 2).

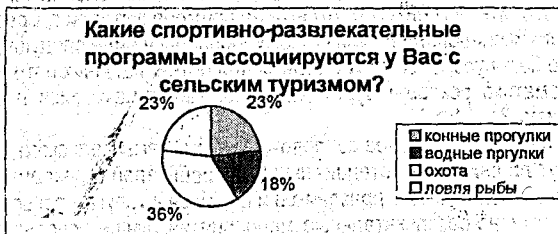


Рис. 2 Предпочтения респондентов относительно спортивно-развлекательных мероприятий

Наибольшее количество ответов (36 %) было отдано водным прогулкам, чуть меньше по 23 % - конным прогулкам и рыбной ловле соответственно, и 18 % - отметили, что для них охота наиболее привлекательные мероприятия.

На вопрос: «Поможет ли использование национальной символики в рекламе белорусского сельского туризма повысить значимость данного вида туризма?», - 64% опрошенных рекомендуют использовать национальную символику РБ, и лишь 36% имеют противоположное мнение (см. рис. 3).

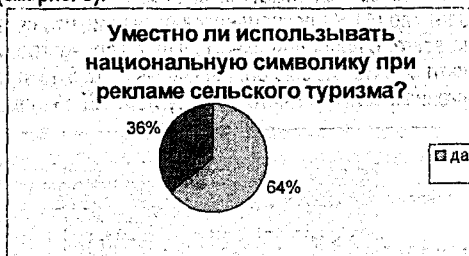


Рис. 3 Структура ответов на вопрос относительно использования национальной символики в рекламе сельского туризма

В результате исследований можно сделать вывод о том, что наиболее удачная и эффективная реклама сельского туризма – это реклама на белорусском языке, главной тематикой которой является природа РБ и сцены из сельской жизни. Звуковое сопровождение рекламы – народные мотивы с использованием белорусских народных инструментов.

Результаты данного исследования являются решающим шагом к полномасштабным исследованиям в данной сфере.

Литература

1. Голубкова Е.Н. Маркетинговые коммуникации. - М.: "Финпресс", 2000.
2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. - СПб.: "Питер", 1998.
3. Критсотакис Я.Г. Торговые ярмарки и выставки. - М., 1997.
4. Михолап С.В., Махоркина И.В. Выставки-ярмарки как инструмент маркетинга. - Мн., 2000.
5. Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К. и др. Рекламная деятельность. - М.: "И-В центр "Маркетинг", 1999.
6. Реклама для всех / Авт.-сост. Н.В.Васильева. - Мн.: Тесей, 2003.
7. www.ruralbelarus.by

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Ипотечное кредитование - это неотъемлемый атрибут цивилизованного государства, локотив его экономического развития. Ипотека - это долгосрочная ссуда, которая выдается кредитором (чаще всего банком) под залог земли, недвижимого имущества для покупки или строительства жилья, рыночная стоимость заложенного имущества должна превышать размер кредита. Главная особенность такого вида кредитования заключается в том, что в качестве залога под полученные в банке деньги может быть оформлена та самая квартира (или дом), которую кредитополучатель намеревается купить или построить.

В мировой практике основу банковского кредитования строительства и покупки жилья составляет ипотечное кредитование населения, удельный вес которого равен 30% общего объема банковских кредитов. И ежегодно около 70% всего построенного жилья приобретаются с помощью ипотечного кредитования гражданами США и стран Западной Европы.

Экономическая развитость этих стран, а так же наличие необходимой законодательной базы позволяют установить довольно низкие проценты по кредиту (2-8% годовых) на длительный срок (от 6 до 30 лет). Там зачастую такой кредит на строительство дома берет молодая семья, а выплачивают ее окончательно уже их дети или даже внуки.

К сожалению, в нашей стране еще достаточно семей, для которых собственная квартира - это пока не более чем мечта.

На сегодняшний день экономисты разных стран мира, в том числе и Республики Беларусь, утверждают, что ипотека - это одна из самых совершенных форм кредитования населения на строительство или покупку жилья. Поэтому, в июле 2001 г. Совет Министров Республики Беларусь принял концепцию ипотечного жилищного кредитования, которая призвана создать систему ипотеки и сделать ее доступной для средних слоев населения.

Для внедрения такого вида кредитования белорусскому правительству необходимо принять закон "Об ипотеке". Уже существует законопроект, который должен стать основой для развития двухуровневой системы ипотечного кредитования.

В нынешнем квалификационном и технологическом состоянии белорусская банковская система готова к реализации программ ипотечного кредитования. Первым, как планируется, коммерческим банком в этом направлении станет крупнейший универсальный банк - АСБ "Беларусбанк". Это связано с тем, что он имеет многолетний опыт кредитования населения, в его штате есть специалисты в области строительства и технического надзора, имеет управление контрольных обмеров, тое есть слежение за целевым использованием кредитов, и "Беларусбанк" пользуется наибольшим доверием у населения среди других коммерческих банков.

Анализируя дальше возможности применения ипотечного кредитования в нашей стране, к сожалению, на каждом этапе сталкиваешься с рядом причин, не разрешение которых попросту уничтожит всю систему.

Существующего в настоящее время в стране законодательства не достаточно для эффективного функционирования ипотеки. На сегодняшний день отношения по ипотеке в республике регулируются Гражданским кодексом, законом "О залоге" и рядом других нормативно-правовых актов. Они закрепляют лишь общее положение, и некоторые из них уже устарели и не отвечают требованиям современной жизни.

Приведу ряд примеров: в Беларуси объемы жилищного строительства не успевают за спросом, и необходимо предпринять меры по увеличению объемов жилищного строительства, в противном случае введение ипотеки может спровоцировать очередной виток цен на квартирном рынке.

А также процедура уплаты подоходного налога не содержит стимулов для легализации неофициальных доходов (что не позволяет кредитополучателю взять необходимую сумму кредита, т.к. кредит рассчитывается исходя из подтвержденных документально доходов). У нас до сих пор действует унаследованный от СССР институт прописки, изменением (или отменой) которого можно существенно уменьшить кредитные риски. А так складывается странная ситуация: должник в случае не выполнения своих обязательств по ипотеке перед банком ничем не рискует. Квартире никто ведь все равно не отберет, тогда как банк вернет свои деньги? Этот вопрос уже находится на рассмотрении. Но здесь есть один очень важный момент. Все эти изменения законодательства означают, что должник и его семья будут выселены из своей квартиры, в случае не выполнения своих финансовых обязательств. Недвижимость попросту перейдет в собственность банка. А должник будет иметь право проживания в этой квартире и рассчитываться с кредитором уже за пользование этим помещением. Но этот способ не самый верный: банк все равно не может в полной мере вернуть свои средства, скажем, от продажи такой квартиры. Парадоксально еще то, что, в случае если банк и обратит взыскание на заложенное имущество, то продать его будет очень сложно из-за отсутствия в нашей стране института аукционов.

Огромный вопрос навис и над системой источников ресурсов для ипотечного кредитования. Они должны быть разными, не только вклады граждан, поскольку стоимость этих ресурсов достаточно высока и 64% всех банковских вкладов населения – это краткосрочные вклады, а ипотека это долгосрочный вид кредита, т.е. наблюдается острая нехватка долгосрочных ресурсов.

Нужно добиться, чтобы сама экономика начала генерировать необходимые ресурсы. В стандартных ситуациях ипотека кредитруется за счет внутренних источников, но мы пока еще должны рассчитывать на привлечение внешних долгосрочных ресурсов, т.е. выпуск ипотечных ценных бумаг или облигаций с ипотечным покрытием. Но сейчас этот механизм отсутствует. В значительной степени это связано с действующим порядком налогообложения доходов от операций с негосударственными ценными бумагами (доходы по ним облагаются по ставке 30% для банков, 40% - для остальных инвесторов). Долгосрочными ресурсами так же могут быть средства пенсионных, страховых фондов, система которых требует значительной доработки.

В этой связи необходимо оздоровление экономики: стабильные темпы экономического роста, устойчивость национальной валюты, доходы населения должны быть стабильными и достигать 30% стоимости жилья, инфляция должна быть не более 10%, на данный момент в нашей стране она составляет порядка 11%.

Для нормального функционирования ипотеки также нужно дальнейшее развитие кадастровых служб, учреждений, ведущих поземельные книги, нотариальных учреждений, организаций-оценщиков, страховых компаний, ипотечных банков (на первых порах их функции могут выполнять уполномоченные коммерческие банки).

На данный момент количество нуждающихся в жилье граждан составляет 20% населения республики. Эти граждане и те, кто имеет свои 15 кв. метров, но желающие приобрести еще дополнительную жилую площадь все чаще обращаются в кредитные учреждения. Поэтому, я считаю, что психологический фактор не станет преградой на пути развития ипотечного кредитования.

Ипотека в целом – явление положительное. Плюсов гораздо больше, чем минусов, последних может и не быть вовсе, если будет налажена, проверена и отработана должным образом вся система института ипотечного кредитования, и будут введены, изменены и доработаны соответствующие нормы Гражданского процессуального и Жилищного кодексов, необходимость которых изложена выше, тогда ипотека позволит:

- 1) большому числу граждан быстрее решить свой квартирный вопрос за счет выдачи кредитов на длительный срок – 3,10 и более лет в сумме 70% стоимости жилья;

- 2) застраховать риски банков, связанные с предоставлением кредитов;
- 3) перейти с бюджетного на небюджетное финансирование жилья, граждане сами активно включаться в процесс строительства своих квартир, т. е. ипотека позволит в большем объеме вовлечь личные средства граждан, что положительно скажется на экономике страны в целом;
- 4) благодаря ипотеке, будут созданы условия для развития рынка ценных бумаг и рынка недвижимости;
- 5) инвесторам получить возможность вкладывать свободные денежные средства в новые неденежные долгосрочные финансовые инструменты.

При правильной организации ипотека постепенно трансформируется в самофинансируемую систему, которая формирует и обеспечивает функционирование всего рынка жилья.

Для решения жилищной проблемы в республике одной ипотеки не достаточно. Необходимо также разработать и внедрить на общегосударственном уровне систему жилищно-строительных сбережений.

Сегодня только со стороны "Беларусбанка" сделана попытка в этом направлении: с июля 2006 г. введен новый вид вклада – "жилищно-накопительный". По этому виду вклада выплачивается доход в размере ставки рефинансирования НБ Республики Беларусь. Суть вклада состоит в следующем: гражданин, исходя из своих финансовых возможностей, выбирает срок накопления (3,5,7 лет), в течение которого будет накапливать денежные средства в размере не менее 25% от предполагаемой стоимости жилья, далее следует сберегательный период, и последний этап – кредитный. Построить жилье по этой системе можно в любой точке Беларуси. По данному виду вклада возможна передача накопления другому лицу, т.е., например, бабушки, дедушки или родители могут передать свои накопления детям на строительство или покупку жилья. Наряду с перечисленными выше плюсами, существует минус – стоимость жилья очень быстро увеличивается; это необходимо учесть при выборе суммы накопления.

Внедрение ипотечного кредитования и системы строительных сбережений - это два основных на сегодня направления в решении жилищного вопроса.

Литература

1. Дорох Е.Г. Банковское жилищное кредитование. Ипотека – Мн.: ООО "Современная школа", 2006. – 192 с.
2. Довдиенко И.В. Ипотека. Учебно-практическое пособие/Под ред. д.э.н. проф. В.З.Черняка.- М.: РДЛ 2002. - 272 с.
3. Ужегов А.Н. Квартира в кредит: ипотечная сделка – СПб.: Питер, 2001. - 228 с.
4. Цылина Г.А. Ипотека: жилье в кредит. – СПб.: 2001.
5. Головин Ю.В. Ипотечное кредитование жилищного строительства: Учеб. пособие. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1999. - 158 с.

УДК 693.22.004.18

Касьяник Н.Н.

Научный руководитель: к.э.н., доц. Козинец М.Т.

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Инновационное развитие экономики на сегодня является одним из основных приоритетов развития белорусской экономики. Однако для успешного развития инноваций в экономике необходимо решение многих проблем прежде всего на государственном уровне. В Республике Беларусь, как и в большинстве стран мира, отношения государства к инновациям носит в значительной мере утилитарный характер. Это вполне закономерно, если рассматривать инновации как результат трансформации идей в решение, направленное на общественное признание через использование в практической дея-

тельности людей. Инновация, какой бы революционной не была, утилитарна по определению. Однако риск – неотъемлемая и неизбежная черта инновации. Часть средств, авансированных на создание и внедрение инноваций, пропадает безвозвратно. Мировая практика показывает, что примерно из 100 потенциальных научно-технических инноваций 20 внедряются на рынок, и лишь 10 из них оказываются эффективными с финансовой точки зрения. Поэтому в условиях Республики Беларусь, где присутствие и контроль государства в экономике очень велики, руководители предприятий, значительная часть которых сформировалась в условиях директивной экономики, зачастую не хотят брать на себя ответственность по рискованным инвестициям в сферу инноваций.

Кроме того, государство должно брать на себя финансирование инновационных проектов, финансовые результаты от которых могут появиться через довольно продолжительный период времени, или результаты будут представлены в виде социального эффекта, т.е. в ту да, куда частные инвесторы и предприятия зачастую не хотят инвестировать средства.

Однако ключевую роль государства в развитии инновационной деятельности является создание благоприятного инновационного климата и инновационной инфраструктуры. Инновационная инфраструктура – это все информационные, организационные, маркетинговые, образовательные и другие сети, благодаря которым обеспечивается практическая реализация новой технологии.

В нашей стране пристальное внимание инновациям стало уделяться лишь в последние годы. Развитие инноваций стало одним из главных приоритетов Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2006 – 2010 годы.

Главным событием в развитии инновационной деятельности стала разработка Государственной программы инновационного развития Республики Беларусь на 2006–2010 годы. Стратегической целью программы является «создание инновационной, конкурентоспособной на мировом рынке, наукоемкой, ресурсосберегающей, экологозащитной, социально ориентированной экономики Беларуси, обеспечивающей устойчивое социально-экономическое развитие и повышение качества жизни белорусского народа» [1]. С помощью этой программы должны быть решены следующие задачи:

- создание национальной инновационной системы;
- формирование благоприятной для освоения инноваций экономической, правовой и социально-культурной среды;
- модернизация материально-технической базы производства и социальной сферы на основе новых и высоких технологий;
- достижение качественно нового технологического уклада в отраслях экономики;
- повышение уровня высокотехнологического экспорта, импортозамещения, экономической и энергетической безопасности;
- развитие интеллектуального потенциала и творческой активности населения.

Также программа определяет направления решения правовых, кадровых, финансовых, информационных проблем инновационного развития Беларуси.

На сегодняшний день в Беларуси уже существует определенная инфраструктура для развития инноваций: Парк высоких технологий, научно-технологические парки, инновационные центры, центры трансфера технологий, бизнес-инкубаторы, информационные и маркетинговые центры, научно-технические библиотеки. В результате реализации программы планируется увеличение количества субъектов инновационной структуры и появление такой новой для Беларуси организации как венчурные фонды. Также разрабатываются и совершенствуются законодательные акты по защите интеллектуальной собственности.

Однако при всей важности роли государства, главным участником инновационной деятельности является именно предприятие (в отличие от фундаментальной науки, где роль государства почти во всём мире является главенствующей). Потому что придумать и создать инновацию – это полдела. Вторая половина, и не менее важная с точки зрения достижения конечного результата, произвести и представить ее на рынке, «продать».

Для решения данного вопроса главным инструментом является бизнес-план инновационного проекта. Именно с его помощью можно принять решение о целесообразности внедрения той или иной инновации. Бизнес-план должен ответить на следующие вопросы:

- в какой проект стоит вложить средства?
- каков объем этих инвестиций будет нужен?
- когда вложенные инвестиции начнут приносить доход?
- сколько прибыли на вложенные инвестиции можно ожидать?
- какова (хотя бы в общем виде) характеристика проекта?
- из каких источников взять средства для проекта?

Условно процесс инвестирования в инновации на предприятии можно поделить на три основные части [2]:

- предынвестиционная стадия;
- инвестиционная стадия;
- эксплуатационная стадия.

На всех этапах перед разными участниками инновационного внедрения (инновационно активные предприятия, венчурные и инвестиционные фонды, центры трансфера технологий, правообладатели технологии или изобретения и т.д.) стоят разные задачи и проблемы.

Предынвестиционная стадия состоит из следующих этапов:

- 1) поиск и отбор инновационных идей и технологий для внедрения в производство;
- 2) определение новизны данной идеи;
- 3) исследование рынков сбыта товаров, продукции, работ, услуг (далее - продукция) и их сегментов, сырьевых зон, балансов производства и потребления, определение возможных поставщиков оборудования и технологий, а также сырья, материалов и комплектующих изделий;
- 4) определение схемы и источников финансирования инвестиционного проекта;
- 5) поиск инвесторов.

Инвестиционная стадия включает в себя:

- 1) инженерно-строительное и технологическое проектирование;
- 2) строительство зданий и сооружений;
- 3) приобретение оборудования и ввод проектируемого объекта в эксплуатацию.

Эксплуатационная стадия предусматривает следующие этапы:

- 1) функционирование объекта;
- 2) выполнение работ по его реконструкции;
- 3) модернизация;
- 4) финансово-экономическое и экологическое оздоровление.

Принципиальным отличием инновационного бизнес-плана от обычного инвестиционного бизнес-плана, является более подробное рассмотрение следующих ключевых в процессе внедрения инноваций вопросов:

- поиск и отбор инновационной идеи для инвестирования;
- проблема финансирования рискованных инвестиций;
- проблема раздела финансовых результатов.

Поиск и отбор инновационной идеи для инвестирования.

При появлении идей, отвечающих целям проекта, инновационный менеджер должен провести предварительную экспертизу и исключить из дальнейшего рассмотрения заведомо неприемлемые. На этом этапе причины, по которым идея будет отклонена, носят весьма общий характер. Например:

- недостаточный спрос на результаты проекта или отсутствие его реальных преимуществ перед аналогичными проектами;
- чрезмерно высокая стоимость работ по проекту (имеется ввиду не только экономическая, но и социальная или, например, экологическая);
- чрезмерный риск и т.д.

Затем предварительно прорабатываются цели и задачи программы. Они должны быть четко сформулированы, так как только при этом условии может быть проработана следующая стадия - формирование основных характеристик проекта (выполнено предпроектное исследование инновационных возможностей). К числу таких характеристик можно отнести: наличие альтернативных решений, спрос на результаты программы, продолжительность программы, оценка уровня базовых, текущих и прогнозных издержек по проекту, перспективы коммерческой реализации (диффузии) результатов программы, сложность работ по программе, инновационная конъюнктура в области реализации и программы, соотношение затрат и результатов программы.

На основе этих показателей проводится предварительный анализ осуществимости программы.

Проблема финансирования рискованных инвестиций

Данная проблема является на сегодняшний день ключевой в процессе инновационного развития в Республике Беларусь. Как было упомянуто выше, отечественные предприятия неохотно идут на инновационные изменения. Причина этого кроется не только в психологии управленцев, но и в высокой степени ответственности за используемые для инвестирования в инновации финансовые ресурсы. В отечественных условиях почти все доступные для этого ресурсы связаны с государством. Это особенно отчетливо видно в предлагаемых государственной программой инновационного развития источниках финансирования:

- Инновационные фонды министерств, госкомитетов, концернов, местных органов власти.
- Средства бюджета, предусматриваемые на финансирование государственных программ (в том числе инвестиционной) всех уровней.
- Республиканский фонд поддержки производителей сельскохозяйственной продукции, продовольствия и аграрной науки.
- Собственные средства субъектов хозяйствования.
- Белорусский инновационный фонд.
- Кредиты банков (долгосрочные и инвестиционные).
- Средства бюджета Союзного государства Беларуси и России.
- Иностранные инвестиции.
- Другие источники (фонд строительной науки, дорожный фонд, фонд охраны природы, фонд занятости и др.).
- Средства венчурных фондов (в т. ч. с привлечением негосударственных средств). [1]

Однако во всём мире государственные средства не являются доминирующими в процессе инноваций. Главными являются средства самих предприятий и специализированных финансово-кредитных организаций:

1. Крупные компании, в том числе транснациональные (ТНК).
2. Крупные и средние компании, ориентирующиеся на работу на рынке своей страны.
3. Венчурные компании и фонды.
4. Частные инвесторы.

В некоторых странах активно участвуют в инновационной деятельности специальные банки.

Проблема раздела финансовых результатов.

Третьей основной проблемой инновационного инвестирования является проблема раздела финансовых результатов между правообладателем инновационной идеи и инвестором. Большое количество инноваций оказалось не внедренным потому, что сами инноваторы оказались не способны поделить будущими успехами с другими. Проблема заключается в возможности привлечь необходимые ресурсы для внедрения инновации. Здесь надо видеть главное: если для внедрения инновации нет своих ресурсов, необходимо использовать чужие. Но за чужие ресурсы приходится платить.

При создании научно-технической инновации, на начальной стадии, когда она существует еще в виде идеи, источником финансирования могут служить собственные средства правообладателя идеи. Помимо этого, возможно, привлечь средства организации, в том числе государственные, предоставленные для финансирования исследований.

На следующей стадии, когда идея проработана достаточно подробно и практически готова к внедрению, возможность получения поддержки увеличивается. В случае научно-технических инноваций, может появиться заинтересованное лицо, обладающее собственными ресурсами или способное привлечь средства «под себя».

Когда становится очевидным, что инновация рентабельна, возможность привлечения ресурсов существенно увеличивается. Но и при таком развитии событий остается проблема удовлетворяющего всех участников инновации способа распределения «пирога». Авторы идеи стремятся получить как можно больше, в этом случае одной из рекомендаций может быть участие создателя идеи в доходах от продажи продукта. Права на вновь созданную интеллектуальную собственность могут быть отделены от владельца материальных активов.

Вывод: Главной проблемой, тормозящей развитие инноваций в РБ (при наличии других проблем), является проблема финансирования. На большинстве белорусских предприятий не хватает средств даже на простое обновление фондов, не говоря уже об инновационном развитии, которое всегда предполагает более высокий риск. Поэтому единственным возможным выходом из сложившейся ситуации является увеличение финансирования за счёт специализированных венчурных фондов, работающих на следующих основных принципах:

- Коммерческая организация (инвестиционный фонд).
- Инвестирование в небольшие инновационные проекты без залогов и гарантий.
- Суда средства на развитие в обмен на долю в компании (25-70%).

Решение этой проблемы является самым первым и самым главным шагом на пути успешного развития инноваций в нашей стране.

Литература

1. Государственной программы инновационного развития Республики Беларусь на 2006–2010 годы.
2. Постановление Министерства экономики Республики Беларусь 2005 г. N 158.

УДК 658.011.46

Миколенко Е. А.

Научный руководитель: асс. Почко Е. О.

ПЕРСПЕКТИВЫ ВСТУПЛЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ ВО ВСЕМИРНУЮ ТОРГОВУЮ ОРГАНИЗАЦИЮ

Всемирная торговая организация (ВТО) – это международный орган, осуществляющий надзорные функции в мировой экономике и торговле. В задачи ВТО входит отмена импортных тарифов и других барьеров, препятствующих свободной торговле, а также наблюдение за выполнением соответствующих договоров. ВТО также является посредником в разрешении торговых споров между правительствами стран мира. Главные за-

дачи ВТО – либерализация международной торговли, обеспечение её справедливости и предсказуемости, способствование экономическому росту и повышению благосостояния людей. Основополагающими принципами ВТО являются: торговля без дискриминации, т. е. взаимное предоставление режима наибольшего благоприятствования (РНБ) в торговле и взаимное предоставление национального режима товарам и услугам иностранного происхождения, регулирование торговли преимущественно тарифными методами, отказ от использования количественных ограничений, разрешение торговых споров путём консультаций и переговоров.

На сегодняшний день 150 государств мира являются членами этой организации. Республика Беларусь, стремясь обеспечить равные условия для наших товаров на внешних рынках, с 1993 года пытается войти в их число. Дело в том, что вступление Беларуси в ВТО, когда оно будет формализовано, закрепит за нами право оспаривать и добиваться с использованием механизмов ВТО пересмотра тех мер, которые неоправданно ущемляют наши торговые интересы. Так, Беларусь получит, наконец, право требовать снятия введённых некоторыми странами дискриминационных мер, ограничивающих белорусский экспорт. В частности, многие наши текстильные изделия не только не уступают, но зачастую даже превосходят западные аналоги. Однако в целях защиты своих производителей некоторые государства (например, страны ЕС) ввели количественные ограничения на импорт белорусских текстильных товаров, что не позволяет отечественным экспортёрам в полной мере реализовать свой потенциал на внешнем рынке. Существенно сократились объёмы поставок белорусского текстиля в Польшу, Литву, Латвию, Словакию, Чехию и Эстонию, которые до настоящего времени составляли ощутимую долю в белорусском экспорте (на 2004 г. 5,5 % всего экспорта). Участие Беларуси в ВТО поможет оградить наших производителей от протекционистских мер ряда стран; которые под предлогом борьбы с демпингом не допускают на свои рынки, например, хлористый калий или полиэстеровые волокна из Беларуси. Приведём пример. В 2004 г. Польша импортировала примерно 400 тыс. т белорусских минеральных удобрений, что составляет 9,3 % от всего объёма экспорта белорусских калийных удобрений. Но со вступлением Польши в Евросоюз достаточно сложно становится судить не только о возможности увеличения этих поставок, но и о сохранении существующего объёма. [1]

Ежегодные потери от дискриминационных мер по ограничению белорусского экспорта оцениваются примерно в 80 млн. евро. В их число входят расходы на проведение процедуры сертификации и испытаний наших изделий за рубежом. Членство в ВТО позволит уменьшить плату за их проведение, которая часто достигает 10 и более процентов от стоимости экспортных товаров.

Что же касается непосредственно процедуры вступления нашей страны в ВТО, то изначально сроки присоединения Республики Беларусь к ВТО привязывались к 1 января 2005 года. Но переговорный процесс затянулся. В среднем процедура вступления в ВТО занимает около пяти лет. Мировая практика показывает, что малым странам с небольшим объёмом торговли, какой является наша республика, присоединиться к этой организации легче, т. к. их роль в международных торговых делах незначительна. Тем не менее, с Республикой Беларусь дело обстоит иначе: Так, например, в качестве основных проблемных вопросов были обозначены институт «золотой акции» и исполнение таможенного законодательства (в части конфискации товаров белорусскими таможенными органами). Но после предоставления белорусской стороной исчерпывающей дополнительной информации по поднятым вопросам неожиданно было заявлено о наличии ряда других проблем в белорусском внешнеторговом режиме без уточнения, каких именно. Это повлекло за собой перенос на более поздние сроки очередного заседания Рабочей группы ВТО по присоединению Республики Беларусь. [2]

Но, несмотря на всё это, в последнее время процесс вступления нашей страны в ВТО значительно активизировался по четырём переговорным направлениям:

- ◆ внешнеторговое законодательство;
- ◆ государственная поддержка сельского хозяйства;
- ◆ таможенный тариф;
- ◆ режим доступа на рынок услуг. [3]

Нужно сказать, что при присоединении к ВТО страна-кандидат принимает на себя обязательства в двух основных сферах. Во-первых, это – приведение национального законодательства и практики его применения в соответствие с нормами и правилами ВТО. Во-вторых, – согласование в ходе переговоров индивидуальных обязательств – условий либерализации доступа на рынок товаров и услуг.

Что касается первой сферы, то приведение внутреннего законодательства страны-кандидата в соответствие с требованиями ВТО является основной для продвижения переговорного процесса по присоединению к организации. В соответствии с Концепцией совершенствования законодательства Республики Беларусь, одобренной Указом Президента Республики Беларусь от 10 апреля 2002 года № 205, приведение нормативных правовых актов в соответствие с требованиями международных соглашений, заключённых в рамках ВТО, является приоритетным направлением развития правовой системы страны. [2]

Если же говорить об условиях либерализации доступа зарубежных партнёров на рынок товаров и услуг нашей страны, то здесь нужно подумать о том, готовы ли белорусские предприятия конкурировать с иностранными компаниями. В силу сложившихся исторических, социокультурных, географических и других особенностей на данном этапе развития Беларуси не обладает необходимыми конкурентными преимуществами для завоевания и поддержания технологического лидерства, т. е. является глобально неконкурентоспособной.

Вступление в ВТО не может сделать белорусскую экономику инвестиционно более привлекательной, чем, например, экономики стран Латинской Америки и быстро растущие азиатские рынки. В этих условиях может резко возрасти сырьевая специализация Беларуси в международном разделении труда, что усилит зависимость страны от конъюнктуры мировых сырьевых рынков. Развитие экспортноориентированных отраслей будет происходить за счёт сокращения перерабатывающих производств [4]. На сегодняшний день такая угроза реально существует. Прекратились поставки в Германию овощей, гетероциклических соединений с азотом, частей и принадлежностей для автомобилей и очков. Проанализировав товарную структуру экспорта из Беларуси, можно отметить, что постоянным спросом пользуется лишь сырьё, а поставки готовой продукции не удерживаются длительное время на рынках стран-членов ЕС. Ярким примером этому могут быть холодильники и морозильное оборудование, поставки которых прекратились в Германию, Чехию, Францию и Литву. Текстильной одеждой из Беларуси перестали интересоваться в Италии, Великобритании, Нидерландах и Швеции.

Приводя конкретные данные, отметим, что к 2004 г. импорт из Германии в Беларусь увеличился в 1,5 раза по сравнению с 1999 г., что составило 1082 млн. долл. США. В 2003 и 2004 гг. темп роста импорта из Польши составил 157 и 136 % соответственно [5]. В январе-ноябре 2006 г. отрицательное сальдо внешней торговли республики составило 1,9 млрд. долл. В 2006 г. из-за прироста стоимостного объёма импорта на 124,5 млн. долл. США существенно увеличилось отрицательное сальдо в торговле с Германией по причине экстренных закупок машин и механизмов для уборки и обмолота сельхозкультур, а также легковых автомобилей. Следует также отметить значительное увеличение импорта потребительских товаров: в январе-ноябре 2006 г. он вырос на 30,4%. Одна из

причин этого – недостаточность выпуска отечественными производителями конкурентоспособной продукции для удовлетворения возросшего из-за увеличения реальных доходов спроса населения. [6]

Наиболее быстрыми темпами растёт импорт из Испании, Франции, Австрии, Словакии, Словении.

Кроме того, наблюдается следующая тенденция. Беларусь импортирует те же наименования товаров, которые сама экспортирует (ткани, волокна, лекарства, муку, туалетную бумагу, салфетки и пр.). При этом импорт данных товаров в стоимостном выражении намного превышает экспорт. Ярким примером может служить экспорт-импорт таких наименований товаров, как тракторы, включая седельные тягачи и части и принадлежности для автомобилей и тракторов. Экспорт данных наименований товаров в 2004 г. в Германию составил 3 млн. долл. США, а импорт этих же товаров в Республику Беларусь – 36 млн. долл. США, что в 12 раз больше. В 2004 г. прекратились поставки в ЕС принадлежностей для тракторов, однако импорт данной продукции из Евросоюза составил почти 20 млн. долл. США. [5]

Однако нужно отметить, что наблюдается положительное сальдо внешней торговли услугами. Оно покрывает 26-56% отрицательного торгового баланса, а в 2005 г. впервые за многие годы покрыло его полностью. По результатам 11 месяцев 2006 г. положительное сальдо в торговле услугами покрыло 37,4% отрицательного сальдо торгового баланса. [6]

Кроме всего прочего, очень важным для нашей страны является вопрос о сельском хозяйстве и его поддержке со стороны государства. Соглашение в рамках ВТО по сельскому хозяйству запрещает оказывать внутреннюю поддержку производителям сельскохозяйственных продуктов сверх уровня, зафиксированного в «Планах-графиках обязательств», которые принимают на себя члены ВТО. При этом меры государственной поддержки подразделяются на два вида – входящие в «зелёную корзину» и прочие. Основные различия между ними состоят в том, что меры «зелёной корзины» не искажают процесс ценообразования, а остальные меры на него влияют и тем самым отрицательно сказываются на конкурентной мировой торговле. Присоединившись к ВТО, наша республика должна будет следовать правилам этой организации и поэтому отказаться от чрезмерной протекционистской политики в отношении сельского хозяйства, проводимой нашим правительством в настоящее время. Проблема заключается в том, что экономически развитые государства, какими являются США и страны ЕС, жёстко требуют соблюдения этих правил от экономически более слабых партнёров, сами же продолжают усиливать поддержку своего сельского хозяйства. Если в среднем в 1986 – 1988 гг. по всем развитым государствам поддержка из всех источников сельскому хозяйству составляла 302 млрд. долл. США, то в 2002 г. – 318 млрд. долл. В ЕС затраты на Единую аграрную политику возросли соответственно с 39 до 51 млрд. экю/евро (в 2005 г.). В США Буш провёл компанию по увеличению субсидий сельскому хозяйству и довёл бюджет МСХ в 2005 г. до 133 млрд. долл. Япония и Южная Корея продолжают проводить жёсткую протекционистскую политику, поддерживая внутренние цены гораздо выше мировых, причём Япония вывела из действия ВТО две ведущие отрасли своего сельского хозяйства – рисоводство и молочное животноводство. [7]

В этих условиях, чтобы иметь возможность отстаивать свои экономические интересы, нужно заручиться поддержкой влиятельного союзника, каким для нас может стать Россия. Российская Федерация, имеющая определённый политический вес в мире, даёт нам шанс поколебать сложившиеся устои, т. к. настаивает на отказе от необоснованных претензий к государствам, претендующим на присоединение к ВТО. Вступление в эту организацию должно происходить исключительно на правовой основе.

Россия подписала соответствующие договоры практически со всеми странами. Кто не поставил свою подпись на документах – так это США. Соединённые Штаты предъявляют к России множество требований, которые Российские дипломаты пока считают неприемлемыми. Тем не менее, сама Российская Федерация считает, что продолжительный процесс её вступления в ВТО близок к завершению. Именно поэтому белорусской стороне необходимо задуматься о том, каковы будут её шаги в случае вступления Российской Федерации в ВТО отдельно от нас. Вступление России в ВТО не может не отразиться на экономике Беларуси, т. к. Российская Федерация является нашим союзником. В подтверждение этого можно привести следующие данные: в январе-феврале 2007 года доля Российской Федерации в общем объёме товарооборота Республики Беларусь со странами СНГ составила 85,5%, в общем объёме экспорта – 79,6%, импорта – 89,4%. Товарооборот между Российской Федерацией и Беларусью в январе-феврале 2007 года увеличился по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 12,7%. Беларусь за указанный период увеличила экспорт продукции в Россию на 25% до 1,15 млрд. долл. [8]

Существует также мнение о том, что мы не получим никаких существенных преимуществ от вступления в ВТО раньше Российской Федерации, т. к. значительный объём нашей внешней торговли в таком случае будет по-прежнему приходиться на страну – не члена ВТО. Кроме того, в случае вступления России в ВТО отдельно от Беларуси, первая, став членом этой организации, обязана будет следовать её стандартам. Поскольку Беларусь не является членом ВТО, то белорусские товары не будут соответствовать стандартам, которые должна будет соблюдать Россия. Российский рынок окажется закрытым для продукции большинства белорусских предприятий. В связи с этим предсказывают неминуемый кризис предприятий тракторостроения, автомобильного и сельскохозяйственного машиностроения, а также кризис белорусского агропромышленного комплекса.

Возможно присоединение нашего государства к ВТО и отдельно от Российской Федерации. Так, на сегодняшний день переговоры по вопросу вступления белорусская и российская стороны ведут независимо друг от друга. Но стремление идти в ВТО и параллельные планы создания Единого экономического пространства (Беларусь, Россия, Украина, Казахстан) не вступают в противоречия. Сотрудничество между этими четырьмя странами имеет большое значение для каждой из них. При этом в ВТО каждая страна идёт самостоятельно. Остаётся максимально уменьшить расхождения при вступлении в эту организацию. [9]

Существует ещё одна модель присоединения к ВТО, которая рассматривается белорусской стороной. Предлагается создать на постсоветской территории единое экономическое и таможенное пространство, включающее в себя Россию. Для этого необходимо юридически оформить Таможенный союз нескольких стран СНГ, и уже всем вместе идти в ВТО. Дело в том, что согласно Статье XII Соглашения ВТО «Любая государственная или таможенная территория, имеющая полную автономию в проведении её торговой политики, имеет право быть принятой в ВТО на условиях, согласованных ею с членами ВТО» [10]. Иными словами, в ВТО принимается не какая-то страна, а её таможенная территория, система внешнеторгового регулирования и таможенного администрирования. И, следовательно, все методы защиты национальных экономик могут быть почти автоматически перенесены на защиту всей территории Таможенного Союза.

Такой вариант присоединения к ВТО не является оптимальным для нашего государства, так как создание Таможенного союза займёт довольно продолжительное время и продлит на ещё больший срок и так затянувшийся процесс присоединения Республики Беларусь к ВТО. Кроме того, страны СНГ, которые могли бы войти в состав Таможенного Союза (Россия, Украина, Беларусь, Казахстан), находятся на разных стадиях переговорного процесса по вступлению в ВТО, что также осложняет техническую сторону данного сценария.

Подводя итог всего вышесказанного, хочется отметить, что присоединение Беларуси к ВТО позволит создать предсказуемые условия для деятельности белорусских и иностранных экономических операторов, будут созданы более благоприятные условия для доступа отечественных товаров и услуг на мировой рынок. Но за это Беларусь будет вынуждена заплатить открытием своего внутреннего рынка. В этих условиях чрезвычайно важным является выработка комплекса мер, направленных на защиту отечественного производителя. Интересам Беларуси отвечало бы поэтапное присоединение к соглашениям ВТО, осуществляемое в течение определенного периода времени, необходимо для решения задач реструктуризации и модернизации белорусской промышленности, реформирования отечественного сельского хозяйства, создания действенной системы государственного регулирования внешних и внутренних хозяйственных отношений.

Литература

1. Ковшар Е. Роль урегулирования торгово-экономического сотрудничества Республики Беларусь со странами-членами Европейского союза в развитии экспортного потенциала страны // Журнал международного права и международных отношений. – 2006. – №2. – С. 84-87.
2. <http://www.mfa.gov.by>
3. Кудасов А. Э. О некоторых вопросах вступления Республики Беларусь во Всемирную торговую организацию // Новости. Стандартизация и сертификация. – 2005. – №6. – С. 26-28.
4. Разумнова Л. Россия-ВТО: интересы российских экспортёров // Мировая экономика и международные отношения: – 2006. – №10. – С. 17-23.
5. Боровко М. Внешнеторговые отношения: Республика Беларусь и Европейский Союз // Журнал международного права и международных отношений. – 2006. – №1. – С. 94-101.
6. Социально-экономическое развитие Республики Беларусь в 2006 году // Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь. – 2007. – №2. – С. 95-100.
7. Назаренко В. И. Присоединение к ВТО: последствия для сельского хозяйства России // Белорусский экономический журнал. – 2006. – №1. – С. 30-44.
8. <http://www.belta.by>
9. <http://www.telegraf.by/blog/2006/06/22/wto/>
10. <http://stat.wto.org>

УДК 620.9.001.25 (476)

Гришин С.В.

Научный руководитель: асс. Почко Е.О.

ПРОБЛЕМЫ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Республика Беларусь относится к категории стран, которые не обладают значительными собственными топливно-энергетическими ресурсами (ТЭР). Однако опыт целого ряда стран, например таких, как Швейцария, Бельгия и других, показывает, что это обстоятельство не является непреодолимым препятствием для достижения высокого уровня экономического развития. Для этого необходимо решение ряда насущных проблем, связанных с энергетикой страны и обеспечением энергетической безопасности.

В настоящее время основными факторами, ослабляющими энергетическую безопасность Республики Беларусь, являются:

- низкая обеспеченность собственными ТЭР;
- высокая энергоёмкость экономики;
- высокая доля природного газа в топливно-энергетическом балансе страны (60%);
- высокая степень износа основных производственных фондов (ОПФ) в топливно-энергетическом комплексе (ТЭК);

- импорт ТЭР преимущественно из одной страны (России);
- большие затраты на импортируемые энергоресурсы;
- недостаток инвестиций в ТЭК страны.

Энергетические мощности Республики Беларусь сильно зависят от импортируемых энергоресурсов, хотя они вполне могут вырабатывать до 70% необходимых стране ресурсов. Можно утверждать, что Республика Беларусь является энергозависимой страной, ведь практически 85% всех потребляемых энергоресурсов являются импортируемыми: 98% сегодня закупается преимущественно в России, остальные же (электроэнергия) – в Литве и на Украине. Структура потребления ТЭР Республикой Беларусь выглядит следующим образом: 60% составляет импортируемый из России природный газ, 23% составляют нефть и нефтепродукты, импортируемая электроэнергия – 6%, местные ТЭР (торф, дрова, опилки) – около 10%, прочие ТЭР – до 1%. При сжигании природного газа в Беларуси вырабатывается около 95% электроэнергии. Причём, если импорт электроэнергии ещё можно диверсифицировать (Россия, Литва, Украина), то по импорту природного газа Беларусь зависит напрямую только от России, что значительно повышает ценовые риски. При этом высокие темпы экономического роста, демонстрируемые в последние годы белорусской экономикой, а также обеспечение прогнозов дальнейшего роста ВВП невозможно без роста потребления ТЭР.

Каковы же приоритетные направления укрепления энергетической безопасности в Республике Беларусь?

1. Изменение структуры топливно-энергетического баланса Республики Беларусь.

Сегодня сложилась парадоксальная ситуация: с одной стороны, мы наращиваем объём потребления природного газа, а с другой – исходя из формализованного индикатора энергетической безопасности, его доля в топливном балансе должна снижаться. Обоснованность такой стратегии на данный момент объясняется экономической целесообразностью, так как природный газ является для Беларуси и экономически, и экологически выгодным видом топлива.

Вместе с тем природный газ, несмотря на несомненные преимущества, обладает существенным недостатком с точки зрения энергетической безопасности, связанным с невозможностью обеспечения значительных запасов в местах его использования.

В ближайшей перспективе динамика роста цен на природный газ будет опережать рост цен на топочный мазут, и можно ожидать, что после 2010 года стоимость этих видов топлива, с учётом теплопроводной способности, сравняется. Переход с газа на топочный мазут может быть осуществлён за несколько часов. Учитывая такой ценовой фактор, а также возможности наших нефтеперерабатывающих заводов по росту импорта нефти, республика может увеличить долю топочного мазута в топочном балансе практически вдвое, уменьшив газовую составляющую.

Использование каменного угля также позволило бы уменьшить доминанту природного газа. Вместе с тем, исходя из анализа мировых запасов и цен на уголь, его использование в качестве альтернативы другим видам энергоресурсов для Беларуси в ближайший период экономически нецелесообразно.

В настоящее время одна из приоритетных задач правительства Республики Беларусь – это направление инвестиций для осуществления роста использования местных и возобновляемых видов топлива.

Существует ряд недостатков для решения проблемы энергозависимости:

1. Электростанции, работающие на возобновляемых видах топлива, эффективны только для достаточно небольших котельных, расположенных в сельской местности либо в районных центрах. Для городских же электростанций электроэнергия вырабатываемая на местных видах, будет ещё более дорогой, чем при сжигании газа. Следова-

тельно, инвестиции в модернизацию оборудования крупных электростанций и ТЭЦ, работающих на газе, могут быть низкими, чем их переоборудование для работы с возобновляемыми видами топлива. Модернизация работающих на газе электростанций будет более эффективным решением, т.к. новое оборудование даст возможность сократить потребление газа на производство энергии.

2. Вызывает сомнения, что возобновляемые источники энергии имеются в наличии в количестве, достаточном для выполнения этой цели.

3. Это решение требует значительных инвестиций, однако финансовые возможности энергетических предприятий малы и ограничены, и очень маловероятно, что необходимые суммы могут быть получены по приемлемой цене на международных финансовых рынках.

4. Переход на производство 25-30% электро- и теплотенергии при использовании местных источников энергии чреват негативными экологическими последствиями. Сжигание древесины, мазута, торфа, угля и т.д. вызывает высокую эмиссию углеводородов и разного рода пыли. Строительство очистных сооружений также требует средств, которых не имеют ни Министерство финансов, ни энергетические предприятия. Кроме того, использование в больших количествах древесины может создать дополнительные экологические проблемы в белорусских лесах. Увеличение использования торфа может привести к ухудшению экологической ситуации в уникальном белорусском Полесье - районе, болотам которого уже был нанесен ущерб. Следовательно, интенсификация работы по использованию местных и возобновляемых видов топлива является хорошим шагом в верном направлении. Однако намеченная цель по производству 25 - 30% электро- и теплотенергии с их использованием представляется малореалистичной, с высокими альтернативными издержками. Кроме того, широкомасштабное использование местных видов топлива может создать ситуацию его нехватки, если местные источники энергии будут недоступны в необходимых количествах. А если рассматривается задача по предотвращению значительного роста тарифов на электроэнергию, то этот вариант её решает, т.к. возобновляемые источники энергии достаточно дорогие.

Для увеличения использования местных, возобновляемых и нетрадиционных источников энергии необходимо:

- реконструировать и дополнительно развить существующую топливобывающую инфраструктуру. В настоящее время реализуется программа обновления основных производственных фондов торфобрикетных заводов. Такая же работа проводится в организациях системы Минлесхоза;

- создать инфраструктуру заготовки топлива, его транспортировки к энергоисточникам и подготовки к сжиганию. На сегодняшний день эта инфраструктура создается. Разработаны достаточно эффективные отечественные машины для получения древесной щепы и ее транспортировки;

- перевести значительную часть существующего топливоиспользующего оборудования на сжигание местных видов топлива или заменить его. К концу 2012 года объем заготовки древесного топлива (дрова, лесосечные отходы, отходы деревообработки) предусматривается довести до 11,6 млн. куб. м.

В то же время в республике имеется и определенный потенциал возобновляемых источников энергии, которые можно вовлечь в энергобаланс как в ближайшие годы (увеличение потребления торфа и древесины, строительство ГЭС, ветроустановок), так и в перспективе (использование бурых углей и горючих сланцев, геотермальных вод, развитие гелиоэнергетики и др.).

В настоящее время учёные и специалисты ведут разработку государственной программы «Торф». В этой программе найдут отражения вопросы применения торфа в

энергетике и сельском хозяйстве, повышения эффективности использования мелиорированных земель и реконструкции мелиоративных систем.

В недрах Беларуси содержится около 4 млрд. тонн торфа, а геологические запасы торфа, находящегося в месторождениях вне особо охраняемых природных территорий и земель, не занятых сельскохозяйственным производством, составляют 1,2 млрд. тонн. Из этого объема можно извлечь 800 млн. тонн торфа. Государственная научно-техническая программа «Энергетическая безопасность» предусматривает существенное увеличение объема добычи торфа в Беларуси.

2. Важным фактором укрепления энергетической безопасности является максимальное использование потенциала энергосбережения - не менее 5,5 млн. тонн условного топлива к 2010 году - на основе внедрения новых энергоэффективных технологий, направленные на более рациональное энергопотребление и замещение импортируемых энергоресурсов.

Министерство промышленности Республики Беларусь, учитывая важность и необходимость внедрения в республике энергоэффективных технологий и оборудования, проводит соответствующую работу по освоению производства энергосберегающего оборудования. Так, за последние годы на его подведомственных предприятиях освоен выпуск энергосберегающего оборудования и изделий: приборов учета ТЭР, светотехнических энергоэффективных изделий, частотных преобразователей, теплогенераторов, энергосберегающих водонагревательных установок, инфракрасных излучателей, станков с регулируемым электроприводом и др.

В Беларуси ведётся большая работа по сокращению потребления энергии. Согласно статистике, за годы реформ в Беларуси потребление угля сократилось в 4 раза, мазута - в 3 раза, а доля газа выросла с 40 до 60%.

Беларусь потребляет более чем 30 млн. тонн условного топливного эквивалента, т.е. примерно 3 тонны на одного человека, в то время как средний показатель - 1 тонна. Таким образом, Беларуси нужно стремиться к сокращению энергопотребления.

Одно из возможных направлений работы - это создание мотивации по энергосбережению для населения и начало реформ в секторе ЖКХ. Население использует 20% всей электроэнергии, потребляемой в стране, и 60% теплотехнологии. Однако тарифы для населения являются относительно низкими и не стимулируют сокращение энергопотребления. Кроме того, для определенных групп потребителей существует множество льгот. Следовательно, реформы в этом направлении, особенно в теплоснабжении и системе ЖКХ (реформа тарифов, установка приборов учета и борьба с энергопотерями, продвижение идей энергосбережения среди населения), будут способствовать снижению энергопотребления и уменьшению потерь в сетях. То же относится и к предприятиям, поскольку часть из них пользуется льготными тарифами и другими льготами по оплате ТЭР, что не стимулирует их к эффективному потреблению энергоресурсов и нарушается программа электросбережения.

3. Существенным образом улучшить энергетическую безопасность можно за счет диверсификации видов потребляемого топлива и стран-поставщиков, а также развития транспортных систем энергоресурсов с соседними государствами.

В настоящее время широко обсуждается возможность строительства белорусской атомной станции. Однако строительство АЭС имеет свои преимущества и недостатки. С положительной стороны, это позволит сократить тарифы на электроэнергию более чем на 20% (в соответствии с этим, может снизиться потребность в импортируемом газе), позволив экономить миллионы долларов. С отрицательной стороны, строительство атомной станции потребует огромных инвестиций в течение долгого периода времени (это долгосрочный проект, рассчитанный на 10-15 лет). Кроме того, это создаст новый

вид высокой зависимости от других стран от импорта урана и т.д. Существуют также опасения по захоронению тех самых отходов, а также причисление Беларуси к странам, владеющие ядерными технологиями.

В целях повышения энергетической безопасности страны Беларусь в 2006-2010 гг. инвестирует в модернизацию основных энергосистемы около 2,5 млрд. долл. Источники финансирования столь масштабной программы - инновационный фонд амортизационные отчисления, прибыль и заемные средства.

Что касается 2007 года, то на реализацию заданий государственной научно-технической программы «Энергетическая безопасность» из бюджета выделено 1,5 млрд. рублей.

В заключение следует отметить, что энергосбережение является задачей государственной важности. Однако считать, что эту проблему должны решать лишь государственные органы, предприятия и учреждения, - ошибочно. Энергосбережение - это дело каждого гражданина Республики Беларусь. К сожалению, еще далеко не все граждане понимают это. Вспомним впусую горящий свет в квартирах, незакрытые краны, неутепленные окна и т. д. Отсюда - простой вывод: каждый из нас может внести свой вклад в решение проблемы энергосбережения и тем самым способствовать развитию и процветанию родной Беларуси.

Литература

1. Демонопользация белорусской энергетической отрасли и формирование конкурентного оптового рынка электроэнергии. // Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь. - 2006. - № 10 - С. 4-10
2. Анализ влияния цен на экономику Республики Беларусь. // Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь. - 2006. - № 4 - С. 80-85
3. ИСПИ при Администрации Президента Республики Беларусь. Информационный материал № 7 (32). // Мн. - 2006. - С.3-8
4. <http://news.tut.by/economics/85381print.html>
5. http://news.tut.by/economics/85383_print.html
6. <http://ucpb.org/?lang=rusopen=2246>

УДК 693.22.004.18

Лебакина Я.И.

Научный руководитель: ст. препод. Четырбок Н.П.

СТРАТЕГИЯ ДОСТИЖЕНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА МИРОВОМ РЫНКЕ НА ОСНОВЕ ТЕОРИИ М. ПОРТЕРА

Объяснение конкурентного преимущества страны происходило до конца прошлого века с использованием теорий, которые подробно изучались в мировой экономике.

Основоположником изучения преимуществ в мировой торговле является А.Смит, согласно мнению которого страна будет экспортировать те товары, в производстве которых она обладает абсолютным преимуществом.

На смену этой теории приходит теория Д.Рикардо, который утверждал, что необязательно наличие абсолютных преимуществ. Страна экспортирует те товары, в производстве которых она обладает сравнительными преимуществами (т.е. производит с меньшими относительными издержками).

Теорию Рикардо сменила теория Хекшера-Олина, которая основана на обеспеченности страны факторами производства. В этой теории усомнился Леонтьев, проверив ее эмпирическим путем. Так, например, Америка в послевоенные годы, обладая в большом

объеме таким фактором капитала экспортировала трудоемкие товары, а импортировала капиталоемкие.

Американские ученые пытались объяснить парадокс Леонтьева, коррелируя труд и капитал, т.е. основная часть капитала расходуется на оплату высококвалифицированных кадров.

На современном этапе экономическое развитие характеризуется постиндустриальным типом производства, когда уже не эффект масштаба играет роль, а на передний план выходит технология. Развитие технологий позволяет фирмам компенсировать недостаток тех или иных факторов (например, автоматизированные производства сокращают потребность в узкоспециализированных кадрах). Также это позволяет сократить потребление материалов и электроэнергии. Во многих отраслях наличие высоких технологий становится более важным, чем владение ресурсами.

Вследствие несовершенства классических теорий возникла необходимость найти ответ на вопрос «Почему страны добиваются конкурентного преимущества в тех или иных отраслях?». Для этого Майклом Портером было предпринято четырехлетнее исследование десяти стран, занимающих ведущее положение на мировом рынке. В ходе этих исследований была сформулирована новая теория конкурентных преимуществ.

Майкл Портер утверждает, что на международном рынке конкурируют не страны, а фирмы, их поведение – неотъемлемая часть теории конкурентного преимущества стран. [1 с.51]

Успех страны на международном рынке в той или иной отрасли можно объяснить четырьмя свойствами страны, т.е. детерминантами конкурентного преимущества государства:

1. Факторные условия, т.е. факторы производства, необходимые для успешного функционирования предприятия.
2. Условия спроса, т.е. внутренний уровень спроса на продукцию в данной отрасли.
3. Родственные и поддерживающие отрасли, т.е. наличие и уровень конкурентоспособности этих отраслей на мировом рынке.
4. Стратегия фирмы, ее структура и конкуренты, т.е. условия создания и функционирования фирм, характер внутренней конкуренции в отрасли.

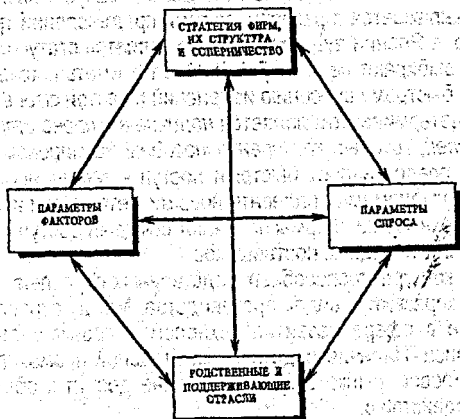


Рис.1 Детерминанты конкурентного преимущества [1 с.93]

Чем более благоприятный характер имеют данные факторы в стране, тем наибольшие шансы на успех на мировом рынке есть у государства. Т.е. именно в этой отрасли страна может получить конкурентное преимущество.

Теперь рассмотрим эти детерминанты более конкретно.

Параметры факторов. Наделенность теми или иными факторами влияет на конкурентное преимущество фирм страны, о чем свидетельствует быстрый рост производства в странах с низкой зарплатой (Тайвань, Таиланд).

По теории М. Портера, к общеизвестным факторам, таким как труд, земля, капитал и предпринимательские способности также относятся ресурс знаний, инфраструктура. Но, даже не обладая факторами, необходимыми для функционирования успешной экономики, их можно создать. Примером является Япония, которая в послевоенные годы не имела благоприятствующих факторов производства, но благодаря инновациям, вышла на мировой рынок бытовой техники.

Исходя из этого, М. Портер подразделяет факторы на основные и развитые. Основные факторы – это такие, как природные ресурсы, климатические условия, географическое положение страны.

К развитым факторам относятся современная инфраструктура обмена информацией, высококвалифицированные кадры, исследовательские отделы университетов. Основные факторы достаются стране «даром». Развитые же приходится создавать на протяжении длительного времени и с помощью капиталовложений.

Второй детерминант национального конкурентного преимущества в какой-либо отрасли – *спрос на внутреннем рынке* на товары или услуги, предлагаемые этой отраслью. Спрос на внутреннем рынке влияет на характер и скорость внедрения новаций, вводимых фирмами страны. Спрос характеризуется тремя важными чертами: внутренней структурой, характером и объемом и механизмами, с помощью которых предпочтения на внутреннем рынке передаются на зарубежные рынки.

Структура спроса определяет то, как фирмы улавливают потребности потребителей, сталкиваются и реагируют на них. Страны получают конкурентное преимущество в тех отраслях, где спрос на внутреннем рынке дает местным фирмам представление о потребностях покупателей раньше и точнее, чем зарубежным конкурентам. Страны получают также конкурентное преимущество, если местным фирмам в результате покупательского давления приходится вводить новации быстрее и добиваться конкурентных преимуществ более высокого порядка, чем это делают зарубежные конкуренты. Покупательское давление выражается в разборчивости и предъявлении требований к товарам и услугам. Например, в Японии аудиоаппаратура является статус-символом и покупатели очень тщательно выбирают ее и непременно хотят иметь последние, наилучшие модели, что приводит к быстрому внесению изменений и частой смене модельного ряда.

Третьим важным детерминантом является *наличие в стране отраслей-поставщиков или смежных отраслей*, которые конкурентоспособны на мировом рынке. Наличие постоянных партнеров предоставляет быстрый доступ к самым необходимым ресурсам. Поставщики позволяют фирмам овладевать новыми методами и возможностями применения современных технологий. Фирмы получают быстрый доступ к информации, новым идеям и воззрениям, к инновациям поставщиков.

Наличие в стране конкурентоспособных родственных отраслей часто ведет к возникновению новых высокоразвитых видов производства. Между отраслями может происходить взаимодействие в сфере развития технологий, производства, распространения маркетинга или сервиса. Наличие родственных отраслей промышленности, способных конкурировать на мировом рынке открывает стране доступ к обмену информацией и техническому взаимодействию.

Четвертым важным детерминантом, определяющим конкурентоспособность отрасли является тот факт, что фирма создается, организуется и управляется в зависимости от характера *конкуренции на внутреннем рынке*. То, как развивается соперничество на внутреннем рынке, играет большую роль в процессе внедрения новшеств и в обеспечении перспектив международного успеха. Фирмы, достигшие успеха на мировом уровне

энергично конкурируют внутри страны и таким образом принуждают друг друга совершенствоваться и внедрять новшества. Внутренняя конкуренция не только укрепляет позиции фирм на местном рынке, но и заставляет их пробиваться на мировой уровень в поисках возможностей для дальнейшего роста.

Теория М.Портера нашла свое практическое применение во многих странах. Например, Германия специализируется на производстве автомобилей, химреактивов, типографских машин; Италия – керамической плитки, обуви; Япония известна как производитель кондиционеров, аудиоаппаратуры, бытовой техники; Корея – это автомобили, одежда; Швейцария – банковские операции, шоколад, часы; США – программное обеспечение для компьютеров.

Для формирования экономики в соответствии с современными тенденциями необходимо сконцентрировать усилия на достижении конкурентного преимущества в нескольких отраслях.

В Республике Беларусь в сфере машиностроения для этого есть предпосылки.

Одними из крупнейших предприятий являются: Белорусский металлургический завод, Минский тракторный завод, Минский автомобильный завод.

Если рассматривать данную отрасль с позиции Майкла Портера, то можно прийти к следующим выводам:

1. Есть необходимые факторные условия. Основным фактором являются ресурс знаний, т.е. сумма научной, технической и рыночной информации. Запас знаний сосредоточен в университетах, государственных НИИ, частных исследовательских учреждениях, государственной статистической службе, деловой и научной литературе. Еще во времена СССР Беларусь являлась «сборочным цехом» различной техники для всего союза, что дало преимущество Беларуси в подготовке квалифицированных кадров. Поэтому с тех времен в стране осталась база научно-исследовательских институтов, высших учебных заведений.

2. Условия спроса. Для рассмотрения рынков быта и спроса покупателей рассмотрим небольшой сегмент рынка – продукцию МТЗ. Беларусь – аграрное государство, поэтому спрос на современную сельскохозяйственную технику очень велик. По всей Беларуси создаются агрогородки, осуществляются программы по привлечению молодых специалистов в небольшие населенные пункты, что показывает, что спрос на сельскохозяйственную технику будет только расширяться. Растущий спрос на внутреннем рынке предъявляет к продукции МТЗ все новые требования, что позволяет предприятию совершенствовать продукцию.

Также у предприятия есть выход на мировые рынки, где спрос на подобную технику тоже очень высок, т.к. ни одно государство не может игнорировать такой важный сегмент экономики, как сельское хозяйство. МТЗ продает до 95% продукции на экспорт. Причем в натуральном выражении этот показатель увеличился за прошлый год на 16%. [2]

3. Родственные и поддерживающие отрасли. Машиностроительная отрасль представлена широким рядом предприятий. Это достаточно развитые предприятия, которые свободно функционируют не только на внутреннем, но и на внешнем рынках. В производственное объединение МТЗ входят такие предприятия как: Бобруйский завод тракторных деталей и агрегатов, Витебский завод тракторных запчастей, Минский завод специнструмента и технологической оснастки, Минский завод шестерен; Лепельский электромеханический завод; Смолевичский завод шестерен; Гомельский завод «Гидропривод»; Завод гидроаппаратуры в г.Хойники; Наровлянский завод гидроаппаратуры; Мозырский машиностроительный завод. Также в Беларуси функционируют следующие предприятия: Минский завод колесных тягачей, Минский моторный завод, ОАО Белшина, Могилевский металлургический завод.

Развитая инфраструктура отрасли позволяет быстро обмениваться необходимой информацией, новостями, инновациями.

4. Конкуренция. В Республике Беларусь достаточно велико соперничество в машиностроительной отрасли. В стране функционируют несколько крупнейших предприятий по производству грузовых автомобилей, которые активно конкурируют друг с другом. Более сильные местные фирмы, закаленные внутренней конкуренцией, способны добиться успеха и за границей.

Таким образом, хотелось бы еще раз подчеркнуть, что согласно теории М. Портера на мировом рынке конкурируют не страны, а фирмы. И для успешного функционирования этих фирм, в отрасли должны соблюдаться некоторые условия. В мировой теории есть примеры, когда мы видим, что эта теория действительно работает. Так, Германия специализируется на производстве автомобилей, химреактивов, типографских машин; Италия – керамической плитки, обуви. Япония известна как производитель кондиционеров, аудиоаппаратуры, бытовой техники.

Исходя из положительного опыта этих стран в использовании теории М. Портера, можно выработать стратегию достижения конкурентных преимуществ РБ на мировом рынке. Мною была рассмотрена машиностроительная отрасль. Мы видим, что в Беларуси есть предприятия, способные конкурировать на мировом рынке (МТЗ, МАЗ, БелАЗ) и что самое главное, есть предпосылки для дальнейшего завоевания конкурентных преимуществ.

Литература

1. М. Портер Международная конкуренция. Москва, «Международные отношения», 1993.
2. <http://tractors.com.by/> Официальный сайт Минского тракторного завода.

УДК 330.341.1

Облоухова М.Н.

Научный руководитель: к.э.н., доц. Козинец М.Т.

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ

Со сложностью и неоднозначностью оценки интеллектуальных ресурсов сталкиваются многие экономисты мира. Но необходимость оценки существует. Это и необходимость контроля и оценки с целью поглощения или продажи бизнеса, и отчеты заинтересованным лицам, и поддержка принятия управленческих решений, а также визуализация скрытой стоимости (изучение компании).

В рамках экономической теории, формировавшейся от Адама Смита до Карла Маркса, заложивших основы понимания товарно-денежных отношений, существуют две известные схемы:

- А) схема воспроизводства товара Т-Д-Т;
- Б) схема воспроизводства финансового капитала Д-Т-Д.

Эти схемы подразумевают, что за товародвижением и финансовыми потоками, обозначенными в этих схемах, стоят люди с их интеллектом. Этот человеческий фактор до сих пор в них не включался ввиду того, что по своей сути он несопоставимо сложнее, чем первые два. Все его достоинства и недостатки, важные для общественного воспроизводства, нематериальны. Культура обращения с нематериальными ценностями стала появляться лишь в конце XX века [2].

Идеи, как главный продукт общественной деятельности интеллектуалов, управляющих производством и обновляющих его, из нематериального состояния преобразуются в материальное. И только после этого начинает вступать в действие традиционная схема марксовского капитала.

В современном звучании схема Маркса с включением в нее элемента «идея» (И) может читаться как многоцикличный процесс: (Д-И-Т-Д) – (Т-И-Д) – (И-Т-Д) или же (Д-И-Т-Д) – (Д-И-Т-Д).

Первая – схема расширенного воспроизводства одной и той же однородной продукции. Вторая – схема воспроизводства финансового капитала диверсифицированных производственных мощностях и рынках. Их различие – в схемах использования прибыли.

С появлением нового вида капитала можно вводить в научную теорию и практику новые формулы: ИК – ФК – МК, где ИК – интеллектуальный капитал, ФК – финансовый капитал; МК – материальный капитал [4].

Структуру интеллектуального капитала в современном понимании можно представить в виде табл.1.1.

Таблица 1.1 Структура интеллектуального капитала [1]

Интеллектуальный капитал		
Человеческий капитал	Структурный капитал	
	Организационный капитал	Потребительский капитал
Знания сотрудников Навыки Творческие способности Моральные ценности Культура труда И др.	Техническое и программное обеспечение Нематериальные активы (патенты, лицензии, гудвилл и др.) Организационная структура предприятия Стратегия управления И др.	Связи с клиентами Информация о клиентах История взаимоотношений с клиентами Бренд (узнаваемость, лояльность отношения) И др.

Как видно из вышеприведенной таблицы, нематериальные активы предприятия – это лишь элемент интеллектуального капитала. И один учет нематериальных активов не может в полной мере отразить ценность нематериальной составляющей фирмы и степень использования интеллектуальных ресурсов.

Для обеспечения полезности интеллектуального капитала организациям необходимо управлять информационными потоками между капиталами различного вида, составляющими ИК. Таким образом, управление взаимосвязями, знаниями и другими информационными потоками между всеми видами капитала и есть управление интеллектуальным капиталом.

Как только ИК ставят в одном ряду с другими факторами производства, возникает проблема его оценки.

Традиционные методы экономических оценок и измерений, базирующиеся на принципах бухгалтерского учета, перестали быть адекватными условиями сегодняшнего дня. Когда нематериальные активы учитываются по тем же правилам, что и материальные, к ним применяются нормы амортизации и производится их списание. В то же время, торговая марка или бренд в процессе их эксплуатации не только не теряют своей стоимости, но, наоборот, часто ее наращивают. А многие элементы вообще не находят отражения в бухгалтерских балансах, в частности связи с потребителями, квалификация персонала, базы знаний и др.

В последнее время появились публикации, довольно подробно исследующие проблему оценки интеллектуального капитала.

Существует более 20 методов оценки ИК, но их можно отнести к четырем основным группам:

1. Методы прямого измерения ИК (Direct Intellectual Capital methods – DIC) основываются на идентификации и оценке в денежных величинах отдельных активов или компонентов ИК, после чего выводится интегральная оценка ИК компании.

2. Методы рыночной капитализации (Market Capitalization Methods – MCM), когда вычисляется разность между рыночной капитализацией компании и собственным капиталом ее акционеров. Полученная величина рассматривается как стоимость ее интеллектуального капитала или нематериальных активов. К этой группе относится, например, коэффициент Тобина.

Одной из наиболее известных и принятых методик оценки интеллектуального капитала фирмы является Коэффициент Тобина, это отношение рыночной цены компании к цене замещения ее реальных активов (зданий, сооружений, оборудования и запасов). Они используется для интегральной стоимостной оценки величины интеллектуального капитала.

Рыночная цена компании может быть определена на основе данных о капитализации фирмы, которые основываются на оценках фондового рынка. Однако наиболее достоверно проявляется лишь при реальной покупке ее другой компанией.

Первое, на что здесь следует обратить внимание: речь идет о разности между величинами, которые далеко не всегда легко вычисляются. Поэтому на практике вместо рыночной стоимости компании используют рыночную капитализацию (цена акции, умноженная на количество акций). Таким образом, измерения становятся возможны только для публичных корпораций (акции которых котируются на бирже). Вместо восстановительной стоимости осязаемых активов также используют показатели, которые легко получить из публикуемых годовых отчетов публичных корпораций. Рассмотрим несколько примеров.

Так, компания «Filipp Morris» купила фирму «Крафт» за 12,9 млрд долл. В то же время цена принадлежавших данной фирме зданий, сооружений и запасов составила лишь 1,3 млрд долл., а оставшаяся часть цены (11,6 млрд долл.) распространялась на торговую марку, связи, маркетинговые возможности, квалификацию 51000 работников. Таким образом, нематериальная часть в цене компании составила 90% [5].

Сегодня для большинства успешных компаний значения коэффициента Тобина колеблются от 3 до 10. Для наукоемких фирм этот коэффициент еще больше. Так, в 1995 г., когда компания IBM поглотила Lotus, заплатив за нее 3,5 млрд долл., материальные активы которой оценивались в 230 млн долл., коэффициент Тобина достиг 15,2. Для отдельных компаний, действующих в сфере производства программного обеспечения и Интернет-технологий, коэффициент Тобина может достигать нескольких сотен. Это означает, что в данных компаниях материальный капитал практически не принимает участия в создании стоимости, главный производственный фактор в них - интеллектуальный капитал.

3. Методы отдачи на активы (Return on Assets methods – ROA). Отношение среднего дохода компании до вычета налогов за некоторый период к материальным активам компании - ROA компании - сравнивается с аналогичным показателем для отрасли в целом. Чтобы вычислить средний дополнительный доход от ИК, полученную разность умножают на материальные активы компании. Далее путем прямой капитализации или дисконтирования получаемого денежного потока можно определить стоимость ИК компании. В качестве примера можно привести такой метод, как определения добавленной стоимости.

4. Методы подсчета очков (Scorecard Methods – SC). Идентифицируются различные компоненты нематериальных активов или интеллектуального капитала, генерируются и докладываются индикаторы и индексы в виде подсчета очков или как графы. Применение SC-методов не предполагает получения денежной оценки ИК. Эти методы подобны методам диагностической информационной системы. Сюда относится широко известная сбалансированная система показателей.

Методы типов ROA и MCM, предлагающие денежные оценки, полезны при слиянии компаний, в ситуациях купли-продажи бизнеса. Они могут использоваться для сравнения

компаний в пределах одной отрасли, а также для иллюстрации финансовой стоимости нематериальных активов. Наконец, данные методы основываются на установившихся правилах учета, их легко сообщать профессиональным бухгалтерам. Недостатки состоят в том, что они бесполезны для некоммерческих организаций, внутренних отделов и организаций общественного сектора (особенно МСМ-методы, которые могут применяться только к публичным компаниям).

Преимущества DIC и SC методов заключаются в том, что их можно применять на любом уровне организации. Они работают ближе к событию, поэтому получаемая оценка может быть более точной, чем чисто финансовые измерения. Данные методы могут использоваться некоммерческими организациями, внутренними отделами и организациями общественного сектора и др. Их недостатки заключаются в том, что индикаторы являются контекстными и должны быть настроены для каждой организации и определенной цели. Кроме того, эти методы новы и нелегко принимаются обществом и менеджерами, которые привыкли рассматривать все с финансовой точки зрения. А комплексные подходы порождают большие массивы данных, которые трудно анализировать и связывать.

Анализ показывает, что различные методы оценки не противоречат друг другу. И ни один из них не удовлетворяет сразу всем возможным целям оценки. Поэтому наиболее эффективна интеграция нескольких методов, в зависимости от ситуации, целей и возможностей организации.

Практика западных компаний, применяющих разработанные методики оценки, выявила, что нематериальная составляющая гораздо более чувствительна к факторам, влияющим на бизнес. И при анализе компании с точки зрения ИК можно спрогнозировать и предупредить серьезный материальный кризис [3].

Таким образом, приведенные примеры ярко свидетельствуют о значимой роли интеллектуального капитала для сегодняшнего бизнеса, а также об актуальности исследуемой предметной области. Применение же целого комплекса методов оценки позволит выявить огромный потенциал для дальнейшего развития бизнеса как в пределах национальной, так и в пределах мировой экономики.

Литература

1. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал // Пер. с англ. под ред. Л.Н. Ковалина. — СПб.: Питер. — 2001. — 288 с.
2. Гапоненко А.Л. Экономика, основанная на знаниях: Учебное пособие. — М.: Щербинская типография, 2006.
3. Джанетто К., Уиллер Э. Управление знаниями. Руководство по разработке и внедрению корпоративной стратегии управления знаниями. — М.: Добрая книга, 2005.
4. Козырев А.Н. Интеллектуальный капитал: новая парадигма оценки бизнеса и нематериальных активов. — М.: ВНИЦ, 2001.
5. Коллинсон К., Парселл Д. Учитесь летать. Практические уроки по управлению знаниями от лучших организаций. — М.: ИКСИ, 2006.

УДК 330.341.1

Облоухова М.Н.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Козинец М.Т.

РАБОТА СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ЗАЩИТЫ ПРАВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Одним из наиболее важных вопросов, касающихся интеллектуального потенциала страны, является вопрос защиты прав интеллектуальной собственности предприятиями малого и среднего бизнеса. Об актуальности данного вопроса свидетельствует проблема национальных предпринимателей, с которой они сталкиваются в этой сфере.

В настоящее время интеллектуальный капитал является одним из наиболее ценных ресурсов любой фирмы. Скорость получения информации и обмен опытом в пределах предприятия, а также свободный доступ к огромным средствам внешнего окружения позволяют создать соответствующие ценности и способствуют решению проблемы конкурентоспособности субъектов хозяйствования на рынке [1].

Малые и средние предприятия (МСП) обеспечивают 66% рабочих мест и 65% товарооборота в странах ЕС. В конце 90-х годов увеличение числа рабочих мест на малых и средних предприятиях в Европе превысило сокращение рабочих мест в крупных компаниях, а общий прирост количества рабочих мест (около 260 тыс. мест в год) фактически обеспечивали предприятия с числом занятых менее 100 человек [2].

В Германии, например, функционирует около 3 млн. малых и средних предприятий и объединений лиц свободных профессий. Они составляют 99,6% всех фирм, облагаемых налогом с оборота, обеспечивая почти половину ВВП, примерно 50% валовых инвестиций страны и 2/3 общего количества рабочих мест. И, что принципиально важно, на них приходится сегодня 75% всех выдаваемых патентов.

В США небольшие фирмы производят более 45% ВВП и более половины валового продукта частного сектора. Аналогичное положение в странах ЕС и Японии. При этом роль малых предпринимательских структур в экономической системе этих государств непрерывно возрастает [3].

Если в развитых капиталистических странах защите прав собственности уделялось особое внимание в течение длительного времени, то в этой связи стоит отметить сравнительную «молодость» подобной политики и подобных ей механизмов в бывших республиках СССР, в частности в Республике Беларусь.

Рассмотрим влияние интеллектуальной собственности на эффективность осуществления хозяйственной деятельности.

Результаты творческой деятельности человеческого ума окружают нас и на работе, и в повседневной жизни. Буквально каждый вид продукции или услуг появился на рынке после целого ряда усовершенствований и преобразований, направленных на улучшение его потребительских качеств и конкурентоспособности. А правовая защита этих усовершенствований и преобразований возможна именно благодаря охране прав интеллектуальной собственности.

Руководству малого или среднего предприятия следует уделять больше внимания вопросам использования системы интеллектуальной собственности в интересах бизнеса. Грамотное ее применение способно обеспечить серьезные преимущества почти во всех аспектах деятельности предприятия, в частности [4].

- разработку и производство конкурентоспособной продукции,
- своевременное обновление и техническое перевооружение производства,
- определение свободных рыночных ниш, потенциальных партнеров и конкурентов,
- продвижение продукции на внутреннем и внешнем рынках,
- импорт продукции или услуг, в том числе в форме франчайзинга и продажи лицензий,
- рост финансовых активов предприятия, его рыночной стоимости,
- диверсификацию деятельности и т.п.

Значения прав интеллектуальной собственности и их потенциал собственники МСП часто недооценивают. Но если объект интеллектуальной собственности получил надлежащую правовую охрану и имеет спрос на рынке, он превращается в ценный актив предпринимательской деятельности.

Во-первых, интеллектуальная собственность является источником непосредственно дохода для МСП:

- при осуществлении коммерциализации защищенной патентом/свидетельством продукции/услуги, которая увеличивает рыночный сектор предприятия;

- при выдаче лицензии на выпуск такой продукции / предоставления услуги или продаже прав на соответствующий объект интеллектуальной собственности.

Во-вторых, интеллектуальная собственность может существенно повысить привлекательность предприятия для потенциальных инвесторов или кредитно-финансовых учреждений.

В-третьих, интеллектуальная собственность увеличивает рыночную стоимость предприятия в случае его продажи, залога или слияния с другим субъектом предпринимательской деятельности.

В некоторых случаях именно права интеллектуальной собственности составляют основные активы предприятия. В последнее время это стало тенденцией при создании общих с зарубежными партнерами предприятий в высокотехнологических областях промышленности. Использование прав интеллектуальной собственности как нематериального актива предпринимательской деятельности существенно повышает конкурентоспособность МСП. Как и материальные активы в виде финансовых средств, средств производства, производственных помещений, оснащения и т.п., нематериальные активы, которыми являются права интеллектуальной собственности, подлежат оценке, тщательному мониторингу и управлению для получения полной отдачи. Финансовая позиция предприятия на рынке оценивается по его активам, объемом хозяйственной деятельности и прогнозируемой прибылью.

Основное преимущество МСП перед большими компаниями и корпорациями состоит в мобильности малого и среднего бизнеса, его чувствительности к наименьшим изменениям рыночной ситуации и быстрой реакции на них. В МСП количество управленческих звеньев небольшое, и важные решения могут быть приняты достаточно быстро. С другой стороны, малый и средний бизнес едва ли может выдержать массированную атаку большой компании (которая имеет упроченные позиции) или транснациональной корпорации. В такой ситуации права интеллектуальной собственности выступают не только средством защиты от потенциальных конкурентов, но и основой развития собственной предпринимательской деятельности, заключения выгодных партнерских соглашений и повышения прибыльности МСП.

Понятно, что реально существует достаточно большое количество обстоятельств, которые мешают использованию интеллектуальной собственности малыми и средними предприятиями. Выделим их:

- недостаточная осведомленность относительно значения интеллектуальной собственности и возможностей, которые она предоставляет;

- отсутствие базовых знаний о правах собственника продукта интеллектуальной деятельности и возможности их защиты;

- недостаточное осознание того, как оперировать интеллектуальной собственностью для текущих бизнеспотребностей;

- значительные затраты, связанные с обретением прав на объекты интеллектуальной собственности;

- довольно громоздкая и продолжительная процедура оформления прав;

- сложность отслеживания нарушений прав и их защиты в установленном законом порядке.

В последнее время происходят значительные положительные изменения в сфере просветительской и информационной деятельности, а также предоставления разнообразных услуг, связанных с обретением и использованием прав интеллектуальной собственности в Республике Беларусь. Появились возможности получить специализирован-

ное образование, увеличивается перечень специальной литературы и периодических изданий в сфере интеллектуальной собственности.

Возрастающее значение малого и среднего бизнеса в развитии национальных экономик признала Всемирная организация интеллектуальной собственности (ВОИС). В ее бюджете на 2006-2007 гг. предусмотрена специальная статья расходов на поддержку и расширение использования интеллектуальной собственности малыми и средними предприятиями. Ранее был принят Миланский план действий ВОИС, цель которого - содействии полнейшему использованию малым и средним бизнесом преимуществ, которые предоставляет интеллектуальная собственность.

Беларусь на сегодняшний день принимает активное участие в совершенствовании системы защиты прав интеллектуальной собственности и положительно оценивает результаты деятельности ВОИС в укреплении международной системы защиты прав интеллектуальной собственности [5].

Стратегическая цель заключается в достижении экономической результативности, получении прибыли от коммерциализации интеллектуальной собственности. Управленческое звено субъектов хозяйствования должно правильно распоряжаться такими активами. Коммерческий риск в инновационном производстве высокий и для его снижения предприятиям необходимо привлекать опытных экспертов, менеджеров в области инновационной деятельности [6].

Все эти меры в совокупности должны способствовать развитию выбранных направлений в сфере использования интеллектуальных ресурсов для повышения эффективности работы как субъектов малого и среднего бизнеса, так и более крупных предприятий.

Литература

1. Гапоненко А.П. Экономика, основанная на знаниях: Учебное пособие. – М.: Щербинская типография, 2006.
2. Егорычев Д.Н., Лукичева Л.И. Внутрифирменное управление интеллектуальными активами. – М.: Омега-Л, 2004.
3. Козырев А.Н. Интеллектуальный капитал: новая парадигма оценки бизнеса и нематериальных активов. – М.: ВНИИЦ, 2001.
4. Леонтьев Б.Б. Цена интеллекта. – М.: Акционер, 2002.
5. Степаненко Д.М. Инновационная политика Республики Беларусь. – М.: Право и Экономика, 2005.
6. Сидорин В.В. Менеджмент качества как средство управления конкурентоспособностью. – М.: МИРЭА, 2004.

УДК 330.542:338.45

Ковальчук С.А.

Научный руководитель: к.э.н., доц. М.Т. Козинец

ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ОТРАСЛЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Исследование проблем инвестирования находится во внимании многих ученых. Это обусловлено тем, что инвестиции в некоторой степени определяют процесс экономического роста страны в целом.

Большое внимание уделяется инвестиционной привлекательности стран, регионов отраслей экономики. В мировой практике существует достаточно большое количество типов рейтингов инвестиционной привлекательности. Однако они в большинстве своем не подходят для Республики Беларусь.

Таким образом, цель исследования – разработка методики оценки инвестиционной привлекательности отраслей промышленности РБ и на ее основе анализ деятельности белорусских отраслей промышленности.

Инвестиционную привлекательность можно определить как взаимосвязь инвестиционного потенциала (условия и факторы, привлекающие или отталкивающие инвесторов) и инвестиционных рисков; то есть факторов, под воздействием которых складывается вероятность возникновения непредвиденных потерь в условиях неопределенности результатов инвестиционной деятельности или вероятность полного или частичного недостижения результатов осуществления капитальных вложений. Инвестиционный потенциал (инвестиционная емкость) представляет собой сумму объективных предпосылок для инвестиций.

Анализ теоретических и практических исследований продемонстрировал, что инвестиционная привлекательность промышленных отраслей и других секторов экономики (торговля, финансовый сектор, сфера услуг), как правило, определяется двумя основными факторами:

- фактором эффективности – величиной прогнозируемой, среднеожидаемой прибыли (отдачи) на 1 руб. инвестиционных вложений в данной отрасли;
- фактором риска – вероятностью негативного отклонения прибыли по инвестициям от среднеожидаемой величины.

При этом определяют сравнительную инвестиционную привлекательность отрасли, что предполагает сопоставление с аналогичными показателями других отраслей.

Оценка инвестиционной привлекательности отдельной отрасли может проводиться:

- на макроуровне (при разработке правительственных программ стимулирования различных отраслей экономики);
- на микроуровне (для конкретного стратегического или портфельного инвестора).

Можно выделить основную методологическую проблему оценки инвестиционной привлекательности отрасли – проблему формализации, т.е. количественного выражения результатов оценки (в цифрах, рейтинговых баллах и т.д.). Особенно это актуально для сравнительной оценки привлекательности ряда отраслей, которая проводится на основе расчета ряда стандартных инвестиционных показателей – эффективности и риска.

В отличие от методологии (базовых принципов, на которых основывается проведение оценки), под методикой понимается конкретная технология оценки, которая предполагает четкое установление показателей (критериев) оценки и их «весов» при выведении интегрального показателя инвестиционной привлекательности, алгоритм расчета данных показателей.

В ходе проведенных исследований были выделены основные интегральные характеристики инвестиционной привлекательности отрасли:

1. Эффективность отраслей промышленности. Данная характеристика включает следующие показатели:

- рентабельность реализованной продукции, работ, услуг;
- темпы роста прибыли;
- доля убыточных предприятий;
- темпы роста объема продукции;
- производительность труда.

Данные показатели рассчитываются на основе отраслевой статистики и характеризуют отдачу на инвестированный капитал.

2. Инвестиционный показатель – доля инвестиций в основной капитал по соответствующей отрасли в общем объеме инвестиций в промышленность.

3. Конкурентная ситуация в отрасли также является существенным фактором инвестиционной привлекательности. Здесь необходимо выделить два основных момента: уровень монополизации и имеющиеся барьеры для вхождения в отрасль.

При оценке инвестиционной привлекательности уровень монополизации важен не сам по себе, а как фактор, определяющий возможность и издержки для инвестора по «входу» в отрасль. Барьерами для проникновения в отрасль могут быть:

- высокий минимум необходимых капитальных затрат (например, в тяжелой промышленности);
- наличие у лидеров рынка неоспоримых конкурентных преимуществ перед инвестором, например, в части себестоимости выпуска и продаж. В этом случае вероятным представляется вытеснение инвестора из отрасли ее традиционными лидерами путем задействования данных конкурентных преимуществ;
- существование административных ограничений (квотирование, лицензирование и др.), носящих разрешительный характер.

Чем выше степень монополизации отрасли и барьеры «входа», тем, как правило, ниже ее инвестиционная привлекательность для инвестора, хотя здесь многое определяется типом инвестиций. Так, в случае инвестирования (как прямого, так и портфельного) одного из лидеров рынка, отрицательные стороны превращаются в положительные – инвестор становится соучастником раздела монопольной сверхприбыли.

Алгоритм оценки инвестиционной привлекательности отрасли

На основе статистических данных и расчетных значений строятся рейтинги по частным показателям путем их ранжирования.

Таблица 1. Рейтинг инвестиционной привлекательности отраслей промышленности РБ в 2005 году

	Отрасль	Рейтинг эффективности отраслей промышленности	Инвестиционный показатель	Степень монополизации отрасли	Интегрированный рейтинг
1	Пищевая промышленность	52,56	70,49	96,31	66,69
2	Химическая и нефтехимическая промышленность	57,25	100,00	20,66	62,76
3	Топливная промышленность	82,70	63,93	0	60,53
4	Машиностроение и металлообработка	50,15	70,49	48,71	55,96
5	Лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная промышленность	28,59	26,23	100,00	42,16
6	Промышленность строительных материалов	43,91	22,95	47,72	38,38
7	Электротехника	35,23	65,57	-	37,29
8	Легкая промышленность	18,97	9,84	77,74	27,99
9	Черная металлургия	30,10	0,00	15,74	18,198

По каждому показателю определяется положение отрасли на нормированной шкале значений (от 0 до 100), то есть рассчитывается частный рейтинг. Отрасль, имеющая максимальное значение – 100, отрасль с минимальным значением – 0.

Для расчетов таких показателей, как доля убыточных предприятий и степень монополизации отрасли данная шкала имеет следующий вид: отрасль, имеющая максимальное значение – 0, отрасль с минимальным значением – 100.

Рейтинговый индекс всех остальных отраслей рассчитывается в зависимости от их положения между этими двумя крайними точками.

Интегрированный рейтинг отраслей определяется путем суммирования значений частных рейтингов с весовыми коэффициентами. Чем ближе рейтинговый коэффициент к 100, тем лучше данный отраслевой показатель.

Весовые коэффициенты: эффективность отраслей промышленности – 0,5; инвестиционный показатель – 0,3; степень монополизации – 0,2.

При всей условности данной оценки, она является наиболее приемлемым методом сравнительного анализа и составления рейтинга отдельных отраслей по степени их инвестиционной привлекательности.

Таким образом, наиболее привлекательной отраслью для инвестиционных вложений является пищевая промышленность. Это объясняется тем, что отрасль достаточно эффективна, т.е. обладает высоким уровнем отдачи на инвестированный капитал и в данной отрасли невысокая степень монополизации (удельный вес предприятий-монополистов в общем объеме промышленного производства составляет 20%, когда в топливной промышленности – 98,3%, в черной металлургии – 85,5%).

Также привлекательными для инвестирования являются химическая и нефтехимическая, а также топливная промышленности. Данные отрасли являются наиболее эффективными и, несмотря на высокий уровень монополизации, за 2005 год в них был произведен наибольший объем вложений.

Наименее привлекательными являются легкая промышленность и черная металлургия.

УДК 332.362

Анисимова О.Н.

Науч. руководитель: к.э.н., доц. Козинец М.Т., консультант – Волосюк С.С.

СТОИМОСТНАЯ ОЦЕНКА МЕСТООБИТАНИЙ РЕДКИХ ВИДОВ ЖИВОТНЫХ В РАЗРАБОТКЕ ПЛАНОВ УПРАВЛЕНИЯ ОСОБО ОХРАНЯЕМЫХ ПРИРОДНЫХ ТЕРРИТОРИЙ (СЛУЧАЙ ЛЗРЗ "СРЕДНЯЯ ПРИПЯТЬ" В ГРАНИЦАХ СТОЛИНСКОГО РАЙОНА)

Важное место в структуре благосостояния, обеспечиваемого существованием и функционированием особо охраняемых природных территорий, занимает ценность популяций угрожаемых и редких видов животных. В категориях наиболее часто определяемого компонента стоимости природных ресурсов – ценности прямого использования они не представляют, как правило, существенной реальной или потенциальной ценности. Исключения составляют виды, имевшие промысловое или иное хозяйственное значение в прошлом, до внесения под охрану.

В отношении большинства редких видов ценность могут представлять:

- экологические функции, осуществляемые животными данного вида, приносящие природу благосостояния человеческому обществу (например, контроль хищными птицами численности популяций животных, наносящих ущерб сельскому или лесному хозяйству, выражаемый стоимостью дополнительно сбереженной продукции);
- экспозиционную ценность – познавательность и эстетическое удовольствие от наблюдения за животными данного вида, которые могут реализовываться в конкретные доходы предприятий рекреационно-туристической отрасли и приток денежных средств рекреантов в региональную экономику;
- благосостояние сознательных индивидуумов, проистекающее лишь из факта знания о существовании популяции вида.

Первый и второй из перечисленных компонентов благосостояния можно отнести к ценности косвенного использования соответствующего экосистемного ресурса, в то время как последний подпадает под классическое определение ценности неиспользования.

Стоимость популяций и видов не исчерпывается перечисленными компонентами и может быть дополнена с учётом, например, научной ценности редких видов и соображений, связанных с их возможным использованием/неиспользованием будущими поколениями.

Перечисленные компоненты стоимости могут быть определены с помощью соответствующих оценочных методов, в том числе – рыночных. Так, экологическая функция контроля популяций "вредителей" может быть оценена по рыночной стоимости дополнительно сохранённой продукции, т.е. с помощью подхода "изменение в производительности"; эстетические ресурсы охраняемой фауны возможно оценить по размеру ренты туроператоров и других субъектов, получающих доход от притока туристов.

В отношении ценности неиспользования единственным общепризнанным оценочным методом считается метод условной оценки (СVM). Однако применение этого метода сопряжено с рядом методических и практических трудностей, что существенно сужает сферу его использования в практических оценочных работах. В результате этот важный компонент благосостояния недооценивается при принятии управленческих решений касающихся охраны и использования экосистемных ресурсов. При разработке плана управления (ПУ) ООПТ, недоучёт данного компонента ценности может привести к принятию несбалансированных решений на стратегическом уровне.

В данном случае возможным и целесообразным видится определение стоимости неиспользования по затратам на воспроизводство и поддержание на стабильном уровне популяций редких и угрожаемых видов животных. В мировой практике известны случаи использования данного метода.

Наиболее уязвимое место затратных методов оценки, связано с тем, что они приравнивают объём выгоды к затратам, целесообразность несения которых не всегда очевидна. На уровне ПУ ООПТ основанием такого отождествления является принятое уполномоченными государственными органами решение об объявлении ООПТ, предполагающем взятие под охрану соответствующих популяций, что означает официальное признание ценности их существования. В случае популяций, имеющих международное значение, дополнительным аргументом в пользу применения такого подхода являются международные обязательства государства.

Определение стоимостных оценок редких видов животных по затратам замещения, в качестве которых принимаются затраты на их разведение в неволе до необходимого уровня численности, позволяет перейти от методических поисков способов оценки данной категории ресурсов к конкретным прикладным расчетам.

Применяя данный подход, мы моделируем предполагаемые расходы общества на полное восстановление оцениваемой популяции; местообитание которой является составляющей интегрального экосистемного ресурса (ИЭР) ООПТ. Далее, значения условных капитализированных затрат относятся на фактическую численность оцениваемой популяции вида. Оценки редких видов животных, проведенные предлагаемым методом по своему содержанию являются оценками экономии капитала и других затрат общества, обусловленной устойчивым наличием в природе конкретной группировки животных с учётом особенностей популяционной биологии вида.

При проведении стоимостной оценки ИЭР ЛЭРЗ «Средняя Припять» в пределах Столинского района в рамках работ по разработке ПУ, проводимых Институтом зоологии НАН Беларуси, элемент ИЭР территории, связанный с наличием местообитаний животных, имеющих международный и национальный охранный статус, оценивался с помощью затрат на воспроизводство и поддержание их популяций на стабильном уровне. Рассчитывалась стоимость восстановления популяций в случае их гипотетической утраты. Учитывая, что коллекции зоопарков представляют собой определённый генетический резерв видов, в основу оценки были положены цены, используемые на рынке обмена экземплярами соответствующего вида между зоопарками на постсоветском пространстве. Применённые цены испытывают влияние цен зоопарков РФ, что снижает значимость полученных оценок, поскольку ситуация с охраной некоторых из оценивае-

мых видов в России отличается от европейских и мировых тенденций. На дальнейших этапах разработки ПУ целесообразно выполнить сравнительные оценки с использованием данных о ценах на рынке зоопарков европейских стран.

Текущая ценность ресурса определялась, как способность поддержать численность популяции на существующем уровне в течение года и обеспечить её воспроизводство с учётом особенностей гнездовой биологии вида. Поэтому цена экземпляра вида отождествлялась с его текущей стоимостью. Хотя компоненты ценности прямого и косвенного использования вида не включались в оценку явным образом, некоторые из них, и в частности экспозиционная ценность, отражаются в ценах рынка обмена между зоопарками.

В расчётах использовались данные о фактической (оценочной) численности (плотности) популяционных группировок оцениваемых видов птиц на конкретных участках оценки, предоставленные сотрудниками Института зоологии НАН Беларуси (В. Домбровский, М. Дмитриенко, П. Пинчук, А. Соглаев), а также характеристики гнездовой биологии птиц: половозрастная структура, успешность гнездования и др.

На данном этапе полученные значения стоимости отождествлялись с общей площадью соответствующего участка оценки, что в ряде случаев снижает достоверность удельных оценок, учитывая неоднородность участков оценки с точки зрения экологии конкретных видов. На последующих этапах разработки ПУ целесообразно полнее учитывать этот фактор при определении участков оценки.

Таблица 1. - Удельные капитализированные оценки местообитаний редких видов птиц ЛЭРЗ "Средняя Припять" (Столинский район)

Номер участка оценки	Площадь участка, га	Удельные капитализированные оценки по видам, тыс.руб/га										Общая оценка, тыс.руб/га	
		Большой подорлик	Филин	Чёрный аист	Орлан-белохвост	Большая выпь	Серый журавль	Коростель	Большой веретенник	Турухан	Мородунка		Кулик-сорока
1а	4002		44					42	963	642	12	8	1711
1б	959		44	124				42					210
1в	250		44					1038					1082
1г	94		44										44
2а	18		44										44
2б	702		44			1140							1184
2в	588		44										44
2г	10600,1	30	49	132	17		170						398
3	131		44										44
4а	70		44										44
4б	30		44										44
5а	2024	32	153	43			170						398
5б	678,9		44										44
5в	4923	26	105	71	22		85						309
6	543,1		44					42				29	115
7	527		44					42				30	116
8	101		44					42					86
9а	2262		44			456		42				7	549
9б	743		44			456		42					542
9в	489		44					42					86
10	404		44			456		42					542

Капитализированное значение ценности ресурса местообитаний угрожаемых и редких видов животных составило для ЛЗРЗ "Средняя Припять" в границах Столинского района 16 771, 5 млн. рублей (551,44 тыс. рублей на гектар площади заказника) при значении индекса капитализации $i=0,02$. Полученные оценки отражают нижний предел ценности ресурса и могут быть дополнены за счёт других охраняемых и редких видов животных, в частности рыси, барсука, болотной черепахи, дупеля, зимородка, змеяда и проч.

Современные подходы к определению стоимости неиспользования, несомненно, имеют много уязвимых мест, они достаточно условны. Однако в настоящее время экономический, социологический, статистический аппарат применения этих методов быстро развивается. Полученные в результате применения этих подходов стоимостные оценки природных благ, которые изначально вообще не включались в оценку или она была существенно занижена, уже в ряде случаев воздействовали на принятие более экологически приемлемых решений. Использование этих подходов помогает повысить конкурентоспособность природоохранных проектов, а также оптимизировать процесс охраны и использования экосистемных ресурсов.

Литература

1. Cramp S. & Simmons K.E.L. (eds.) Handbook of the birds of Europe, the Middle East and North Africa: the birds of Western Palearctic, 1983 – Vol.3: Waders to Gulls.
2. Hagemeyer W.J.M. & Blair M.J. (eds.) The EBCC Atlas of European Breeding Birds: Their Distribution and Abundance. – London: T. & A.D. Poyser, 1997.
3. Гричик В.В., Тишечкин А.К. Филин (*Bubo bubo*) в Беларуси: распределение и биология гнездования // *Subbuteo* 2002, том 5 №1.
4. Диксон Дж.А., Скура Л.Ф., Карпентер Р.А., Шерман П.Б., Экономический анализ воздействий на окружающую среду, «Вита», Москва, 2000
5. Дмитренко М. Биология большой выпи (*Botaurus stellaris*) в Беларуси. – Тезисы докладов XII международного орнитологического конференции Северной Евразии «Орнитологические исследования в Северной Евразии», Ставрополь 2006
6. Дмитренко М. Биотопическое распределение и численность большой выпи в Беларуси. – Материалы республиканской научной конференции, Витебск, 2002
7. Дмитренко М. и др. О различных подходах к учетам большой выпи (*Botaurus stellaris*) на рыбхозах и в естественных местах обитания -- Тезисы докладов Всероссийского совещания «Учеты птиц на площадках: специализация и унификация методов, результаты их применения», ГПЗ «Воронинский», Россия, 2001
8. Дмитренко М. К вопросу о биологии гнездования большой выпи (*Botaurus stellaris*) – Тезисы докладов IX зоологической научной конференции «динамика биологического разнообразия фауны, проблемы и перспективы устойчивого использования и охраны животного мира Беларуси», Минск 2004
9. Домбровский В.Ч., Ивановский В.В. Численность, распространение и экология гнездования большого подорлика в Белоруссии. – *Орнитология*, 32: 57-70, 2005.
10. Ивановский, В.В. Статус орлана-белохвоста (*Haliaeetus albicilla*) в Белоруссии: Обзорная информация. Мн., 1990. Вып.2
11. Неверов А.В.; Редковская Д.А., Неверов Д.А. Экономическая оценка биоразнообразия особоохраняемых природных территорий Беларуси // *Природные ресурсы* №3, 2001.
12. Экономика сохранения биоразнообразия. Справочник, М– 2002
13. Экономическая оценка биоразнообразия / С.Н.Бобылёв, О.Е.Медведева, В.Н.Сидоренко и др. – М.: ЦППП, Проект ГЭФ "Сохранение биоразнообразия"

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ЭКОСИСТЕМНЫХ РЕСУРСОВ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗРАБОТКИ ПЛАНОВ УПРАВЛЕНИЯ ОСОБО ОХРАНЯЕМЫМИ ПРИРОДНЫМИ ТЕРРИТОРИЯМИ

К числу важнейших задач, стоящих перед развитием мировой экономики на сегодняшний день, относится создание механизмов устойчивого природопользования, неистощительной политики по отношению к возобновимым экосистемным ресурсам. К числу последних относятся и особо охраняемые природные территории (ООПТ).

ООПТ – участки земли с уникальными, эталонными или иными ценными природными комплексами и объектами, имеющими особое экологическое, научное, историко-культурное, эстетическое и иное значение, изъятые полностью или частично из хозяйственного оборота, в отношении которых установлен особый режим охраны и использования. Несмотря на исключённость из общехозяйственного использования, ООПТ представляют собой возобновимый интегральный экосистемный ресурс, обеспечивающий человеческое общество многими необходимыми компонентами благосостояния.

Как и любой другой ресурс, ООПТ требует рациональных подходов к управлению. В мировой практике основным документом, определяющим режим охраны и использования ООПТ, является план управления (ПУ). Цели создания плана управления на ООПТ состоят в том, чтобы

- обеспечить сохранность ценностей территории,
- добиться улучшения состояния объектов природы и культуры,
- уменьшить риски утраты или деградации природных комплексов и объектов или иных достопримечательностей территории,
- максимизировать благосостояние общества, обусловленное существованием ООПТ.

План управления создается на срок до 5 лет, по истечении срока план пересматривается и создается новый план на следующее пятилетие.

В Беларуси практика разработки ПУ ООПТ реализуется относительно недавно – в конце 1990х – начале 2000х годов были разработаны ПУ для заказников республиканского значения "Споровский", "Званец", "Дикое" (в настоящее время – в составе земель Национального парка "Беловежская Пуща"), "Лебяжий". На очереди – разработка ПУ для заказников "Средняя Припять", "Простырь", "Ельня" и "Освея", а также плановая корректировка разработанных ранее, по которым истекает пятилетний период действия.

Для определения эффективности ПУ и построения необходимых оптимизационных моделей требуется приведение обеих частей к единому измерителю. Учитывая многообразие, а зачастую противоречивость целевых показателей, таким измерителем может быть только стоимостной. В таком случае оптимизационные модели будут строиться на основе баланса затрат на охрану ресурсов ООПТ и выгод, получаемых от неё обществом.

В настоящее время определение эколого-экономической эффективности мер по охране и использованию ресурсов ООПТ представляет собой известную проблему. Поскольку истинную экономическую ценность природоохранных территорий трудно определить, краткосрочная экономическая прибыль от эксплуатации биологических ресурсов часто представляется более привлекательной, чем долгосрочные выгоды от их сохранения. В результате, такое управление интегральным экосистемным ресурсом ООПТ неоптимально по сравнению со случаем полного учета всех выгод и издержек, связанных с каждым альтернативным использованием ресурса.

Как инструмент плана управления экономическая (стоимостная) оценка экосистемных ресурсов ООПТ – это определение текущего и капитализированного стоимостного выражения ценности природных ресурсов и услуг, составляющих интегральный экосистем-

ный ресурс ООПТ и являющихся объектами охраны и использования, а также стоимостного выражения прочих выгод и затрат, связанных с объектом.

Для оценки биологических ресурсов в современной экономике применяется концепция полной экономической ценности. Данная концепция, возникшая совсем недавно, в 90-е годы XX века, получила признание в мире, как в теории, так и на практике. Она конструктивна с точки зрения комплексности подхода к оценке природы, биоразнообразия и попытке учесть не только прямые ресурсные функции, но и регулирующие, ассимиляционные функции, природные услуги (табл. 1).

Таблица 1 - Составляющие полной экономической ценности сохранения биоразнообразия

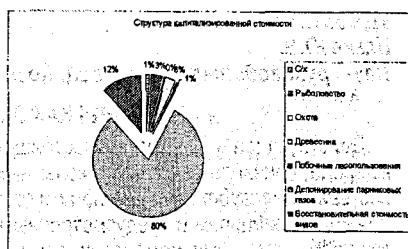
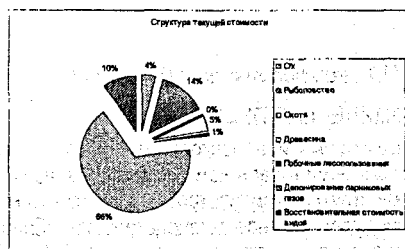
Прямого	Ценность использования		Ценность неиспользования
	Косвенного	Ценность отложенной альтернативы	Ценность существования
Рыболовство	Депонирование углерода	Будущее использование	Биоразнообразие
Сельское хозяйство	Связывание азота	Будущая информация	Эстетические ресурсы
Дрова	Регулирование наводнений		Культурное наследие
Торф	Защита от бурь		Ценность наследования
Рекреация	Восстановление подземных вод		
Транспорт	Микроклимат		
Сборы продуктов дикой природы			
Информация			

Источник Экономика сохранения биоразнообразия. Справочник, М- 2002

Разделение ценности биоразнообразия на составляющие помогает применять различные методы оценивания. Методы оценивания разработаны для всех компонентов общей экономической ценности, обеспечивая большую или меньшую точность измерения. По положенным в их основу подходам к оценке, предложена классификация методов на: затратные, рентные, балльные, нормативные, рыночные, косвенные и методы альтернативной стоимости.

В рамках разработки ПУ для Ландшафтного заказника республиканского значения "Средняя Припять" нами были выполнены текущие и капитализированные оценки экосистемных ресурсов земель заказника в пределах Столинского района. Суммарный годовой интегральный экосистемный ресурс объекта оценивается минимум в 3 310 650 тыс.рублей в год. В среднем на 1 га земель заказника в пределах Столинского района приходится стоимость интегрального экосистемного ресурса, равная 108,85 тыс.рублей в год (эквивалент 50,9 долл.США по текущему курсу).

Учитывая, что большую часть территории заказника составляют пойменные лесные и луговые экосистемы, полученные значения оценки были сопоставлены с аналогами, известными для данных типов экосистем. В работе (Costanza et al, 1998) текущие удельные оценки для пойменных экосистем составляют 19580 долл.США/га в год, для лесных экосистем умеренных широт 894 долл.США/га в год, для суходольных луговых и степных 906 долл.США/га в год, для рек и озер 8 498 долл.США/га в год. В случае заказника "Средняя Припять" в границах Столинского района максимальная текущая удельная оценка составляет эквивалент 84 долл.США) и соответствует одному из немногих регулярно эксплуатируемых сенокосных угодий в пойме Припяти. Как и предполагалось, расчетные оценки отражают лишь нижний предел ценности ресурсов. Наиболее ценные компоненты стоимости ресурсов соответствующих экосистем в явном виде в оценку не включались, и полученные оценки нижней границы стоимости ИЭР заказника имеют существенный потенциал к увеличению. Структура текущей стоимости ресурсов заказника в границах Столинского района представлена на рис. 1а.



а) Источник: собственная разработка

б)

Рис.3 Структура стоимости экосистемных ресурсов заказника:

а) текущей, б) капитализованной

В ней абсолютно преобладает ценность его средообразующих ресурсов поглощения атмосферного CO₂ и депонирования углерода, составляющая 2/3 ценности; далее следуют рыбные ресурсы и ресурсы поддержания популяций. Из оцененных компонент стоимости наиболее ценными являются ресурсы, в отношении которых возможно применение режима устойчивого и неистощительного использования.

В структуре капитализованной ценности (рис.16), отражающей долгосрочные приоритеты управления, ресурсы, ценные, с точки зрения косвенного использования и неиспользования, суммарно охватывают более 90% общей стоимости, что подтверждает правомочность приоритета консервации ресурсов заказника и указывает на наиболее ценные ресурсы из включённых в оценку. Капитализованная оценка экосистемных ресурсов из расчёта на гектар общей площади заказника в границах Стопинского района составляет 4 574 тыс.рублей.

Территориально капитализованные стоимости распределены по участкам оценки достаточно неравномерно (рис.2).



Источник: собственная разработка

Рис.2 Удельная капитализованная стоимость экосистемных ресурсов заказника по объектам оценки

На очереди – разработка альтернативных сценариев охраны и использования интегрального экосистемного ресурса "Средней Припяти"; выбор и эколого-экономическая оптимизация того из них, который и ляжет в основу ПУ.

Литература

1. Costanza R. et al. The value of ecosystem services // Ecological economics. The journal of the international society for ecological economics. – 1998. - №25.
2. Экономика сохранения биоразнообразия. Справочник, М– 2002

ПОТРАВЫ КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА

Действующая в Беларуси в настоящее время нормативно-методическая база по оценке вреда, причиняемого дикими копытными животными в сельском и лесном хозяйстве сопоставима с зарубежными аналогами по своему структурному построению, основным методическим принципам и предусмотренным процедурам. Данное законодательство обладает как положительными моментами, состоящими в компактности, согласованности, функциональности, так и недостаточностью проработки следующих вопросов: отсутствие ясной процедуры возмещения ущерба, неопределённость вопроса субъектности возмещения потрав и недостаточную проработанность методических вопросов.

В рамках Государственной программы развития охотничьего хозяйства на 2006 – 2015 г.г. особое внимание уделяется детальной разработке эколого-экономической оценки ущерба, причиняемого юридическим и физическим лицам в результате уничтожения или повреждения сельскохозяйственных (в основном поля, засеянные кукурузой, картофелем, зерновыми культурами и т. д.) и охотничьих угодий дикими копытными животными.

Реализация экономических отношений между собственником природных ресурсов и их пользователем занимает центральное место в экономическом механизме природопользования. В экономическом механизме природопользования существует два аспекта, которые заключаются с одной стороны, в необходимости стоимостной оценки биологических ресурсов, а с другой, в экономической оценке вреда, причиняемого живой природой сельскохозяйственным и лесным угодьям.

Что касается первого момента, то важной причиной деградации биоразнообразия является недооценка его реальной экономической ценности. Это объясняется очевидными трудностями, которые испытывают экономисты, ставя сложнейшую задачу стоимостной оценки объектов живой природы, ее экосистемных функций и взаимосвязей. Между тем необходимость такой стоимостной оценки очевидна. Мнимое отсутствие «цены» у многих природных благ (объектов, комплексов, ресурсов) приводит к игнорированию их значимости и, как следствие, деградации экосистем.

В настоящее время в республике практически отсутствуют разработки стоимостной оценки природной среды и ее компонентов. В частности это касается диких животных, являющихся объектами охоты, для которых в качестве стоимостной оценки определены таксы для исчисления размера взысканий за ущерб, нанесенный их незаконной добычей (выловом) или уничтожением. Сложившаяся практика взыскания штрафов не учитывает в полной мере эколого-экономические аспекты вреда, причиняемого в результате хозяйственной деятельности человека не только ресурсным видам, но и среде их обитания.

Другая проблема экономической оценки объектов живой природы состоит в определении величины ущерба, причиняемого охотничьими животными сельскохозяйственным и лесным культурам. На сегодняшний день факты повреждений (потравы) сельхозкультур были установлены во всех регионах Беларуси. Наибольший вред землепользователям приносят потравы, наносимые диким кабаном, но имеют место и потравы, источниками которых являются также и другие копытные: зубр, лось, благородный олень, косуля.

Потравам подвергались посевы следующих сельскохозяйственных культур: картофеля, овса, ячменя, озимой ржи, пшеницы, пелюшки, кукурузы, сеяных трав, зерносмеси, горохово-овсяной смеси, клевера, тритикале, люпина и других. Наиболее часто повреждаются посевы картофеля, зерновых, кукурузы диким кабаном.

Степень повреждения посевов, согласно актам оценки ущерба, составляет от 1 до 100%, чаще всего - 10-50%. Меры, принимаемые землепользователями и охотпользова-

телями для защиты посевов: отпугивание из мест дневок животных; устройство отвлекающих подкормочных площадок; посевы кормовых полей, устройство временных ограждений, установка звуковых отпугивающих устройств, как правило, малоэффективны.

Степень потравы зерновых, корнеплодных и других культур находится в прямой зависимости от кормовой нагрузки кабана и в обратной зависимости от площади этих культур, а также некоторых других факторов, например, от расстояния до участка сельхозугодий от края лесного массива. К наиболее уязвимым к повреждениям относятся участки угодий, расположенные вблизи лесных опушек (в пределах 20-200 м), но известны случаи потрав посевов на участках на расстоянии от 1 до 2 км от опушки леса.

Установлено, что в наиболее значительной степени страдают (по доли площади повреждения) посевы личных подсобных хозяйств, так как эти участки имеют незначительную площадь. Известно много случаев повреждений довольно значительных по площади участков полей (в пределах 10-150 га), при этом доля «потрав» составляет 10-30%, а иногда может достигать 50-60%.

В хронологическом аспекте случаи потрав наблюдаются, главным образом, с мая по август, но чаще всего в июне-июле.

Первопричиной увеличения количества случаев нанесения ущерба сельскохозяйственным культурам и фактического повышения его уровня является многократное превышение популяциями «вредителей» оптимального показателя плотности. Отсутствие достаточной кормовой базы в естественных местообитаниях заставляет их переключиться на более доступные корма – сельскохозяйственные культуры, поддерживая численность на прежнем, экологически завышенном уровне. Основные меры минимизации ущерба от потрав в такой ситуации сводятся к приведению численности популяции к оптимальному уровню. Они могут выражаться в увеличении лимитов изъятия с учётом разницы фактической и оптимальной плотности популяции, внесении локальных изменений в правила охоты в сторону повышения её результативности, а также увеличения фактора беспокойства, причиняемого животным охотой на сельскохозяйственных землях.

Снижение пресса на естественного врага «вредителей» – волка, выражающейся в его плановых отстрелах, способствовало бы включению механизмов естественного регулирования популяции кабана главным образом на охраняемых территориях и содействовало бы возвращению его численности к равновесному уровню. Однако такие меры не дали бы быстрого эффекта, кроме того, возможно, сопровождались бы среднесрочным всплеском локальных популяций волка.

Меры по огораживанию посевов, по мнению специалистов, относятся к разряду наиболее эффективных. В то же время, они сопряжены со значительными финансовыми затратами на устройство и поддержание оград, что делает их экономическую эффективность избирательной.

Это же касается и вырубki зарослей кустарников на неудобьях, которые помимо «вредителей» могут являться местообитаниями других, в частности охраняемых видов животных и представлять собой важный элемент ландшафтного разнообразия.

Создание эффективно действующего страхового фонда возможно в случаях, когда вероятность наступления страхового случая относительно невелика. В случае потрав она представляется весьма высокой. Разработка такого страхового продукта коммерческими страхователями маловероятна. Таким образом, данная проблема требует дополнительного изучения.

Наиболее эффективной мерой в первом приближении представляется системное перенесение финансовых последствий потрав на конечного потребителя биологических ресурсов охотфауны. Это потребовало бы признания того факта, что потравы сельскохозяйственных культур, производимые охотничьими животными, являются в определё-

ном объёме неизбежными издержками ведения охотничьего хозяйства. Поэтому оплачивать компенсацию ущерба должны конечные потребители охотфауны – охотники. Такое решение вылилось бы в корректировку механизма расчёта стоимости лицензий на добычу охотничьих животных. Убытки охотхозяйств от компенсации ущерба сельхозпроизводителям следовало бы относить на себестоимость их услуг. Недостаток такого подхода – утрата охотпользователями мотивации к выполнению профилактических мер во избежание потрав. Поэтому целесообразно было бы научно обосновать лимиты размера убытков, относимых охотпользователями на себестоимость и включаемые в стоимость лицензий. Они должны отражать стоимость неизбежного, не зависящего от эффективности проводимых профилактических мероприятий ущерба, наносимого охотничьим хозяйством сельхозкультурам. Сверхнормативные убытки не включаются в стоимость лицензии и покрываются за счёт прибыли охотпользователя. Другое негативное последствие – возможное снижение спроса на услуги охотхозяйств вследствие удорожания стоимости лицензий, что, в свою очередь, может негативно сказаться на поддержании популяций охотничьих животных на оптимальном уровне. Также необходимо принять во внимание тот факт, что местные охотники зачастую одновременно являются стороной, страдающей от потрав, поэтому возможная дифференциация стоимости разных разрешений на добычу животных для местных и приезжих охотников представляется социально-сбалансированным решением. Вопрос требует более тщательного экономического анализа и моделирования.

Возможно применение сочетания различных мер минимизации ущерба от потрав, а также их дифференцированное применение в регионах с различными природными и социально-экономическими условиями.

Выработка окончательных предложений как по оптимизации методики ущерба от потрав, так и по мерам его минимизации требуют всестороннего качественного и, в особенности, количественного анализа информационной базы исследования. В настоящее время разработчики располагают обширным документальным материалам по потравам, достаточно репрезентативным в масштабе республики. Проводится работа по упорядочению и систематизации фактических данных в форме электронной релятивной базы данных, доступной для последующей статистической обработки и экономико-математического моделирования.

УДК 351.765.7

Цакке Ю.В.

Науч. руководитель: к.э.н., доц. Козинец М.Т., консультант – Волосюк С.С.

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ПОТРАВ С ПОЗИЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ ПРИЧИНЯЕМОГО ИМИ УЩЕРБА

На сегодняшний день одним из важных этапов, необходимых для последующей разработки методики оценки ущерба, причиняемого дикими копытными животными сельскохозяйственным угодьям, является изучение факторов, оказывающих влияние на потравы. Потравы представляют собой сложное явление, на которое оказывает влияние множество разнообразных факторов. Поскольку отечественный опыт в области оценки ущерба от потрав насчитывает всего пару лет, то возникает необходимость тщательного изучения имеющихся фактических данных о потравах и выявления на этой основе определенных закономерностей.

Основой для обработки и анализа данных служит релятивная база данных "Потравы", разработанная с помощью средств СУБД "Microsoft Access 2003". База данных создана на основе информации о фактах потрав, задокументированных начиная с 2005 года, со-

бранной в рамках научно-исследовательской работы, выполняемой Институтом Зоологии НАН Беларуси. С учетом выше сказанного можно предложить классификацию сведений о потрах на фактор-признак и на фактор-результат.

На основании базы данных предоставляется возможность предложить следующие классификации потрав в зависимости от:

- повреждённой культуры;
- региональных особенностей;
- расстояния от места причинения потрав до кромки леса и расстояния от потравы до ближайшего населённого пункта;
- соотношения фактической и нормативной численности диких животных агентов повреждений на рассматриваемой территории;
- организационно-правового статуса сторон конфликта;
- применённых мер противодействия потравам и др.

В качестве основных исследуемых характеристик потрав можно предложить следующие факторы-результаты:

1. Показатель поврежденная площадь, рассчитанный как произведение площади повреждений на процент повреждений:

$$S = S_n * P_{\%}, [га] \quad (1)$$

где S_n – площадь повреждений,
 $P_{\%}$ – процент повреждений.

2. Показатель объёма повреждений, O_n , ц, характеризующий абсолютную величину повреждений для конкретного случая, землепользователя и административного района, а также количество зарегистрированных фактов нанесения повреждений.

3. Показатель "пастищной нагрузки", рассчитанный как отношение объёма потрав соответствующих культур в натуральных (весовых) единицах к численности особей вида – агента повреждений:

$$ПН = \frac{O_n}{Ч_0}, \left[\frac{ц}{особь} \right] \quad (2)$$

где O_n – объём потрав, рассчитанный как масса урожая соответствующей культуры, недополученного вследствие повреждений, нанесённых дикими копытными животными;
 $Ч_0$ – численность особей вида-агента повреждений.

4. Удельная площадь повреждений, рассчитываемая как отношение поврежденной площади к некоторой численности особей-агентов повреждений:

$$УПП = \frac{S}{Ч_0}, \left[\frac{га}{особь} \right] \quad (3)$$

где S – поврежденная площадь.

5. Стоимость ущерба, C_y , как показатель, характеризующий растраты, понесенные в результате потравы и рассчитываемый следующим образом:

$$C_y = O_n * P, [тыс. руб.] \quad (4)$$

где P – среднегодовая цена реализации соответствующих сельскохозяйственных культур. Исходная выборка для анализа составила 328 позиций, характеризующих зафиксированные случаи потрав.

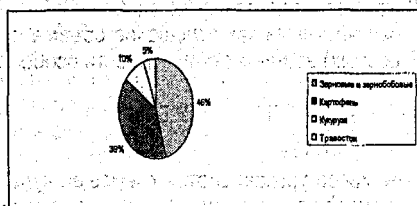
Все культуры, повреждения которых задокументированы в 2005 году, можно разбить на четыре группы:

- зерновые и зернобобовые;
- картофель;
- кукуруза;
- травостой.

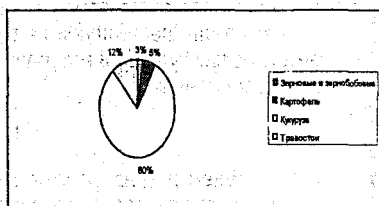
Таблица 1 - Структура потрав в разрезе основных групп повреждаемых культур

Группы	Количество фактов	Объём повреждений, ц	Средний объём повреждений, ц	Средняя численность животных-агентов повреждений, особей	Средняя пастищная нагрузка, ц/особь	Средняя удельная площадь повреждений, га/особь
Зерновые и зернобобовые	149	3 170,07	21,28	19,70	1,00	0,05
Картофель	128	6 217,63	48,58	15,98	7,42	0,07
Кукуруза	33	100 742,34	3 052,80	21,85	105,53	0,56
Травостои	17	14 312,36	841,90	16,06	51,31	0,78
ИТОГО	327	124 442,39	380,56	18,40	41,31	0,37

Сопоставление структуры повреждений по количеству фактов и нанесённым повреждениям (табл.1) позволяет утверждать, что наиболее подверженной повреждениям дикими охотничьими животными, главным образом – кабаном, сельскохозяйственной культурой является кукуруза (4/5 суммарного объёма повреждений). При этом на долю кукурузы приходится не более 10% фактов регистрации потрав (по имеющимся данным 2005 года).



А



Б

Рис 1. Структура потрав в разрезе поврежденных культур а) по количеству фактов потрав, б) по объёму повреждений

В то же время, зерновые культуры и картофель демонстрируют прямо противоположную тенденцию: при относительной многочисленности фактов потрав (46 и 39% соответственно) – низкая доля в общем объёме повреждений (3 и 5%) (рис.1).

Было сделано предположение о существовании двух моделей потрав: "северной" (многочисленные с относительно низким объёмом повреждений) и "южной" (относительно редкие, но сопровождающиеся масштабными повреждениями). Из приведённого выше видно, что такая ситуация может быть частично объяснена различиями в повреждениях различных культур и особенностями региональной структуры растениеводства.

Что касается анализа потрав по организационно-правовому статусу, то среди случаев потрав за 2005 год, в 100% случаев повреждения травостоев и кукурузы причинены посевам, принадлежащим организациям различных форм собственности, а почти в 90% случаев повреждённые посевы картофеля принадлежат частным лицам. В отношении зерновых и зернобобовых, случаи повреждений посевов юридических и физических лиц распределились примерно поровну: 57 и 43%.

Повреждения посевов кукурузы и травостоев отмечены на более крупноплощадных участках, чем картофеля и зерновых (соответственно, в среднем 75 и 57 га против 7 и 8 га).

Средняя удельная площадь повреждений по этим двум группам культур также отличается на порядок (табл.1).

Таким образом, можно сделать предварительный вывод о том, что в наибольшей степени подверженными повреждениям являются крупноплощадные посевы, в особенности высокостебельных культур (кукуруза), контроль за которыми объективно затруднен, что делает их привлекательным и доступным объектом для кормежки диких кабанов. С другой стороны, повреждения мелкоплощадных угодий, в значительной части принадлежащих физическим лицам, как правило, обнаруживаются своевременно, чем и объясняется их численное преобладание в массиве исходных данных.

В результате анализа данных по расстоянию до кромки леса и до ближайшего населенного пункта, был разработан критерий подверженности угодий потравам, l_0 :

$$l_0 = L - l \quad [M] \quad (5)$$

где L – расстояние до ближайшего населенного пункта;

l – расстояние до края леса.

Обработка результатов по показателю подверженности угодий потравам не выявила существенных тенденций и не подтвердила предположение о том, что чем больше значение l_0 , тем больше данное угодье подвержено повреждениям дикими животными.

Проблема существования зависимости масштабов повреждений, причиняемых дикими животными посевам сельскохозяйственных культур, от степени соответствия фактической численности диких животных нормативной является достаточно актуальной.

С этой целью для каждого из районов были рассчитаны коэффициенты, выражающие превышение фактической численностью поголовья диких кабанов, находящегося в ведении охотпользователей района над нормативно установленным значением. Однако и данное утверждение с учетом проведенных расчетов на практике не подтвердилось.

Немаловажным моментом является определение эффективности мер, предпринимаемых заинтересованными сторонами для предотвращения или снижения повреждений.

Как следует из таблицы 2, применение относительно большего числа мер обязательно приводило к снижению повреждений. Это, однако, не снимает вопроса о соответствии заявленных сторонами мер качественным требованиям технологии.

Таблица 2 - Количество мер противодействия повреждениям, предпринятое в исследуемых случаях потрав

Кол-во мер	Кол-во случаев потрав	%	ПН	УПП
0	21	6,40%	6,78	0,04
1	33	10,06%	0,92	0,05
2	57	17,38%	8,28	0,14
3	77	23,48%	4,87	0,09
4	75	22,87%	39,12	0,28
5	44	13,41%	7,48	0,08
6	16	4,88%	28,06	0,26
7 и более	5	1,52%	0,26	0,00
	328	100,00%		

Дальнейшая работа предполагает проведение статистического анализа с использованием программы STATISTIKA Version 6. Ожидается, что многофакторный анализ даст возможность выделить наиболее существенные показатели, оказывающие влияние на вышеперечисленные в данной статье факторы-результаты. В первом приближении одним из показателей, оказывающим влияние на все факторы является показатель, характеризующий используемую площадь под культурой. Данное предположение в после-

дующей работе будет уточняться. Кроме того, на основании получаемых впоследствии результатов возможно построение модели, которая будет характеризовать в наибольшей степени потравы в рамках Республики Беларусь, а значит будут внесены предложения по поводу совершенствования существующей методики оценки ущерба.

Таким образом, проведенный факторный анализ случаев потрав по видам частично подтвердил правомочность их классификации по группам поврежденных культур, общей площади, занятой посевами, а также организационно-правовой форме собственника угодья, что послужит основой для разработки методики оценки ущерба.

Литература

1. Закон Республики Беларусь «Об охране и использовании животного мира» (Ведамасці Вярхоўнага Савета Рэспублікі Беларусь, 1996 г., № 31, ст.571);
2. Положение об охоте и ведении охотничьего хозяйства на территории Республики Беларусь, утвержденное постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 30 декабря 1997 г. № 1750 (Собрание декретов, указов Президента и постановлений Правительства Республики Беларусь, 1997 г., № 36, ст.1133; Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 1999, № 79, 5/1777; 2002, № 13, 5/9824; № 66, 5/10561; 2005 г., № 95, 5/16114);
3. Правила охоты в Республике Беларусь, утвержденные Указом Президента Республики Беларусь №580 от 08.12.2005 г.;
4. Порядок оценки вреда, причиняемого дикими копытными животными сельскохозяйственным посевам и лесным культурам, а также охраны от потравы этих посевов и культур указанными животными, утвержденный Приказом Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь, Министерства лесного хозяйства Республики Беларусь и Министерства природных ресурсов и охраны окружающей среды Республики Беларусь N 323/242/399 от 20.12.1999 г.;
5. ГОСТ 17559-82. Лесные культуры. Термины и определения;
6. Наставление по лесовосстановлению в лесном фонде Республики Беларусь, утвержденное приказом Министерства лесного хозяйства Республики Беларусь от 23 марта 1993 г. N 14;
7. Технические указания по проведению инвентаризации лесных культур, защитных лесных насаждений, питомников, площадей с проведенными мерами содействия естественному возобновлению леса и вводу молодняков в категорию ценных древесных растений, утвержденные Государственным комитетом по лесу СССР 8 декабря 1989 г.
8. Русанов Я.С., Сорокина Л.И. Лес и копытные. - М.: Лесн. пром-сть, 1984.
9. Юргенсон П.Б. Биологические основы охотничьего хозяйства в лесах. - М.: Лесн. пром-сть, 1978.
10. Романов В.С., Козло П.Г., Падайга В.И. Охотоведение. - Мн.: БГТУ, 2004.

УДК 332.146:330.322

Стельмашук М.М.

Научный руководитель: к.э.н., доц. Козинец М.Т.

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ РЕЙТИНГИ ОБЛАСТЕЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В настоящее время одним из самых перспективных направлений развития любого государства является изучение и выявление конкурентных преимуществ регионов и городов с целью дальнейшего повышения конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности страны.

В связи с оживлением процессов как экономического, так и не экономического характера, происходящих в Республике Беларусь, а также с постепенным входом нашей страны в мировую экономику особый интерес представляют инвестиционные рейтинги областей и городов.

Существуют различные методики определения инвестиционной привлекательности, среди которых одной из наиболее распространенных является оценка инвестиционного рейтинга на основе инвестиционного потенциала и инвестиционного риска. В России такие рейтинги ежегодно публикует журнал «Эксперт».

В международной практике оценка инвестиционной привлекательности представляет собой многофакторный анализ, число критериев в котором может достигать до 320. В связи с этим была сделана попытка создать подобную модель по определению рейтинга регионов (областей) Республики Беларусь. Однако ввиду сложности определения многих показателей и отсутствия открытой статистической информации по ним, были выделены основные критерии и определена методика расчета совокупного инвестиционного рейтинга областей.

Рейтинг составлен на основе открытой информации - статистические сборники, справочники. Основой исследования являлась информация за 2005 год.

Объектом исследования являются области Республики Беларусь: Брестская, Витебская, Гомельская, Гродненская, Минская, Могилевская, а также город Минск, который, являясь городом республиканского подчинения, по статусу приравнен к области.

Цель - определить сравнительную инвестиционную привлекательность регионов, на базе которой выработать основные пути ее повышения. Следовательно, задачей данного исследования является привлечение инвестиций в Республику Беларусь.

Методика расчета. При расчете инвестиционного рейтинга региона используется метод линейного ранжирования. Такой метод расчетов использует журнал «Euromoney» при оценке инвестиционной привлекательности стран мира.

Эта методика состоит из четырех этапов:

- 1) отбор показателей;
- 2) переход к безразмерным показателям (шкалирование);
- 3) построение результирующего критерия;
- 4) упорядочение регионов в линейный список.

1 этап. Отбор рейтинговых показателей.

Каждая методика опирается на свой набор показателей. Если рассматривать немного показателей, то оценка может оказаться очень упрощенной и субъективной, поскольку на начальном этапе сложно определить, какие из показателей наиболее существенны.

Исследование базируется на составлении многофакторной модели, в которой все показатели, оказывающие влияние на инвестиционный рейтинг, можно условно разбить на 3 группы:

1. Показатели геополитического положения;
2. Определение места региона в международных отношениях;
3. Рейтинговая оценка внутренних факторов конкурентоспособности.

Одним из важнейших показателей, характеризующих конкурентоспособность региона, является его **геополитическое положение**.

Важнейшие элементы геополитики, которые учитываются при оценке геополитического положения региона:

- 1) территория региона, его географическое положение;
- 2) природные ресурсы;
- 3) транспортный комплекс;
- 4) электроэнергетика;
- 5) развитие средств информации и связи.

Геополитическое положение необходимо определить, прежде всего, в силу того, что это исторически сложившиеся причины, определяющие привлекательность региона. Обычно на их структуру невозможно или сложно оказать непосредственное влияние (за исключением транспорта и связи).

В связи с усиливающейся тенденцией глобализации мировой экономики, можно выделить вторую систему показателей, характеризующих роль региона в системе **международных отношений**.

Внешнеэкономические связи регионов непосредственно зависят от положения и имиджа страны в мире. Однако существует ряд показателей, характеризующих региональные особенности в этой сфере. Эти особенности обусловлены целым рядом причин: историческими, географическими (страны и регионы-соседи), культурными и т.д. К этой группе показателей относятся:

1. Внешняя торговля (экспорт и импорт товаров и услуг, поступления от туризма);
2. Совместные и иностранные предприятия;
3. Участие в международных выставках и ярмарках;
4. Международные партнерские отношения и имидж за границей.

Наиболее значимую группу показателей представляют **внутренние факторы конкурентоспособности регионов**, которые в свою очередь делятся на 3 большие группы.

Первая группа - показатели, характеризующие демографическую среду региона. Выделение демографических показателей в самостоятельную группу обусловлено, прежде всего, значением благоприятной демографической динамики для обеспечения устойчивого развития региона в долгосрочной перспективе.

Вторая группа показателей характеризует социальную среду. Эти показатели учитывают материальное благополучие населения, качество оказания социальных услуг населению, социальный микроклимат.

Третью группу составили показатели, характеризующие *уровень экономического развития территории*.

2 этап. Шкалирование показателей, т.е. превращение рейтинговых показателей в безразмерные величины путем сравнения либо с наилучшим, либо со средним, либо с эталонным значением для данного показателя:

$$a_{ik}^1 = (a_{ik} - a_{ik}^{\min}) / (a_{ik}^{\max} - a_{ik}^{\min}), \quad (1)$$

где a_{ik}^{\max} , a_{ik}^{\min} - максимальное и минимальное значение k-го показателя.

Следует отметить, что данная формула не является универсальной, поскольку она отражает прямую зависимость балла от статистического показателя, т.е. чем выше значение показателя, тем более регион привлекателен для инвестирования. Однако существуют такие показатели, значение которых должно стремиться к минимальному, поскольку они оказывают негативное воздействие на регион в целом. В частности, к таким показателям относятся: удельный вес убыточных организаций, уровень безработицы, задолженность, коэффициент демографической нагрузки (отношение количества населения до 15 лет и старше 64 лет к общему числу экономически активного населения), выбросы в атмосферу; уровень преступности; медицинская помощь (число жителей на 1 врача).

Для превращения таких показателей в безразмерные величины применяется следующая формула:

$$a_{ik}^1 = (a_{ik}^{\max} - a_{ik}) / (a_{ik}^{\max} - a_{ik}^{\min}) \quad (2)$$

3 этап. Построение результирующего критерия как взвешенной суммы показателей, при этом в качестве весовых показателей используется метод экспертных оценок.

Однако такому методу присущ ряд недостатков. Во-первых, значительное влияние на результат оказывает состав привлекаемых экспертов: уровень их знаний, профессиональная ориентация; во-вторых, полученные результаты недостаточно точны, поскольку специалисты в оценке оперируют лишь конкретными данными, а не их причинами.

Для реализации данного метода была разработана анкета, с помощью которой можно определить коэффициенты значимости основных показателей, оказывающих влияние на инвестиционный рейтинг региона.

Степень влияния различных показателей на инвестиционный рейтинг областей, определяется исходя из представленной шкалы (0-5), которая в последствии интерпретируется в коэффициенты значимости (0-1) путем деления i-го балла на максимальный балл (5).

В настоящий момент была проведена самостоятельная оценка значимости предложенной системы критериев. Однако в ближайшее время планируется опросить 20-25 респондентов-экспертов, занятых в сфере науки, государственного управления и секторе реальной экономики.

4 этап. Упорядоченный линейный список регионов.

В результате проведенного исследования и полученных данных в ходе расчетов области Республики Беларусь по рейтингу инвестиционной привлекательности расположились в следующей последовательности:

1. г. Минск (14,11277 балла);
2. Минская область (10,24815 балла);
3. Гомельская область (9,90534 балла);
4. Витебская область (8,58473 балла);
5. Брестская область (8,22186 балла);
6. Гродненская область (7,91804 балла);
7. Могилевская область (6,80003 балла).

5 этап. Анализ и интерпретация полученных результатов на основе Брестской области.

Анализ рейтинговой позиции Брестского региона показывает, что область занимает лидирующее положение по экологической обстановке, уровню образования, политической стабильности, а также одно из ведущих по транспортной инфраструктуре (уступая лишь Витебской и Минской областям) и розничному товарообороту (лучше показатели только у г.Минска и Гомельской области).

Однако общий рейтинг Брестской области очень низкий. Это связано с тем, что положение региона в международных отношениях находится на не должном уровне (ниже показатели только у Могилевской и Гродненской областей), а также слабые позиции по демографическим факторам (внутренняя миграция, коэффициент демографической нагрузки) и уровню малого предпринимательства.

На основании проведенного анализа можно выделить направления и мероприятия, реализация которых способна повысить его инвестиционную привлекательность. Они заключаются в использовании имеющихся в регионе преимуществ: выгодное географическое положение, хорошо развитая транспортная инфраструктура, высокий уровень образования, экологическая и культурная уникальность и т.д., - а также в уменьшении воздействия слабых сторон, которые при проведении грамотной политики могут превратиться в сильные: привлечение населения в регион (внутренних и внешних мигрантов), повышение средней заработной платы, сокращение безработицы, содействие малому предпринимательству, реорганизация и ликвидация убыточных организаций.

УДК 339.92

Мальшева Т.М.

Научный руководитель: доц., к.э.н. Власюк Ю.А.

СОДЕЙСТВИЕ РАЗВИТИЮ ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА: ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ

Процессы глобализации и интеграции лежат в основе активизации трансграничного сотрудничества. В свою очередь, под трансграничным взаимодействием понимаются совместные мероприятия различной направленности по укреплению и развитию добрососедских отношений между районами, расположенными по обе стороны границы, а также заключение соответствующих соглашений с целью разрешения проблем, которые могут возникнуть в данной сфере.

Новой организационной и правовой формой межгосударственного сотрудничества выступают еврорегионы. Эти образования характеризуются наличием определенной структуры управления, которая представлена:

- 1) высшими органами, ответственными за принятие решений;
- 2) исполнительными органами;
- 3) административными органами/секретариатами;
- 4) рабочими группами;
- 5) ревизионными органами.

Однако наряду с учреждениями, координирующими деятельность конкретного евро-региона, возникают организации, основная цель которых заключается в содействии и активизации трансграничного сотрудничества в целом. Создание региональных информационных центров способствует преодолению трудностей, которые возникают при разработке проектов, финансируемых Европейским Союзом.

Данные учреждения, как правило, называются трансграничными центрами, трансграничными инфоцентрами, центрами трансграничного сотрудничества, центрами туристической информации, секретариатами. (Например, Совместный технический секретариат (г. Варшава), Секретариат Трансграничного объединения «Еврорегион «Буг» от Польской стороны (г. Хелм), Дом Европы (г. Люблин) и др.)

Рассмотрим особенности деятельности аналогичных организаций на примере Брестского трансграничного инфоцентра. Бюро является результатом проекта Европейского Союза «ТРИК - платформа». Инфоцентр создан 10 декабря 2002 в рамках программы «TACIS» «Содействие развитию трансграничного сотрудничества». Одной из главных задач проекта является интенсификация приграничного сотрудничества путем предоставления практической информации о приграничном регионе Брест-Бяла Подляска. С этой целью был разработан Интернет-сайт «ТРИК-платформа», на котором представлена информация о городах Брест и Бяла Подляска.

Брестский трансграничный информационный центр является структурным подразделением Брестского областного коммунального унитарного предприятия (БОКУП) "Центр внедрения научно-технических разработок" без права юридического лица.

При создании Инфоцентра главным партнером с белорусской стороны выступил Брестский областной исполнительный комитет, а сопартнером - Администрация СЭЗ «Брест»; основной партнер с немецкой стороны - Ведомство экономики города Карлсруэ, с польской - администрация города Бяла Подляска и Бяльского повета.

- Цель существования организации достигается путем решения следующих основных задач:
- интенсификация трансграничного сотрудничества между регионами Брест- Бяла Подляска;
 - укрепление связей между руководством Брестской области и поветом Бяла Подляска;
 - поддержка и развитие проекта Брестского обласполкома «Трансграничная информационно-контактная платформа («ТРИК») для регионов Брест-Бяла Подляска»;
 - администрирование и актуализация сайта ТРИК-платформы;
 - интенсификация приграничного сотрудничества путем предоставления информации о контактных лицах приграничной территории;
 - предоставление практической информации о пересечении границы, службах таможенного и пограничного контроля, а также о социально-экономическом развитии приграничного региона Брест-Бяла Подляска для пересекающих границу, туристов и местного населения;
 - усиление и содействие сотрудничеству между местными властями, в частности, в сфере регионального развития, территориального планирования, а также содействие развитию экономики в приграничных регионах;

- разработка проектов по трансграничным и межгосударственным программам в целях государственных интересов;

- взаимодействие с подразделениями облисполкома, администрацией СЭЗ «Брест», Ведомством экономики города Карлсруэ, администрацией города Бяла Подляска и Бяльского повята по вопросам реализации проектов трансграничного сотрудничества.

В соответствии с возложенными задачами Инфоцентр осуществляет следующие функции:

- анализирует основные тенденции социально-экономического, культурного и общественного развития области, отраслей и предприятий;

- обеспечивает своевременную подготовку информационных и аналитических обзоров по важнейшим проблемам, а также других материалов по трансграничному сотрудничеству;

- совместно с другими отделами центра организует подготовку выступлений, публикаций, докладов, посланий, анализирует публикуемые в средствах массовой информации материалы по приграничной тематике, важнейшим событиям в стране и за рубежом;

Конечная цель центра не ограничивается предоставлением информации, а предусматривает организацию контактов юридических и физических лиц по обе стороны границы в различных областях интересов - бизнес, культура, образование, туризм, спорт. Планируется, что в долгосрочной перспективе Инфоцентр выступит в качестве связующего звена и будет способствовать совместным проектам экономического и регионального развития белорусско-польского приграничного региона Брест - Бяла Подляска. Бюро должно оказывать содействие развитию территорий, расположенных на ключевом участке выхода ЕС на восток, уникальном месте с общей историей и многолетним опытом развития добрососедских отношений.

В штат Инфоцентра входит 4 единицы: руководитель сектора, экономист, переводчик и юрист. Мировой опыт показывает, что могут быть введены такие должности, как эксперт, менеджер проекта, консультант.

За время существования организацию посетило более 3000 человек. В Инфоцентр обращаются жители приграничных регионов, пересекающие границу лица, представители местных органов власти, областных и общественных организаций, предприятий, предприниматели. При этом посещение Интернет-сайта составляет в среднем 150 человек/день. В первую очередь это граждане Беларуси, Польши, стран СНГ и Европейского союза.

Неоднократно поднимался вопрос о правовом статусе Инфоцентра. Эксперты полагают, что большая эффективность деятельности организации будет достигнута при обретении ею самостоятельности и оформлении в качестве ассоциации.

Таким образом, выделим отличительные признаки аналогичных структур:

- некоммерческий характер деятельности;
- расположение на приграничной территории;
- небольшой размер и малый штат;
- наличие поддержки со стороны органов государственной власти;
- финансирование за счет международных фондов;
- матричная структура управления;
- гибкая, адаптивная корпоративная культура.

Отличия, характерные для Республики Беларусь:

- создание в рамках проектов по трансграничному сотрудничеству;
- переход на оказание предусмотренных уставом услуг на коммерческой основе после окончания срока реализации проекта.

В Европе организации, в основе деятельности которых лежит задача активизации трансграничного взаимодействия, существуют и развиваются уже на протяжении десяти-

тилетий: На территории Республики Беларусь существует лишь одна структура, наделенная схожими функциями, - Брестский трансграничный инфоцентр. Как правило, государства проявляют интерес к деятельности таких организаций, т. к. они содействуют политическому диалогу и стабильности в целом.

Литература

1. Соколов Э.Г. Внешнеэкономические связи региона. – Брест: Академия, 2005.- 180 с.
2. Субрегиональное сотрудничество перспективы белорусских еврорегионов. Материалы международной научной конференции.- Мн.: ЮНИПАК, 2005. - 124 с.

УДК 339.9 (075.8)

Трифонюк П. Н.

Научный руководитель: доц., к.т.н. Ерошенко Е. И.

РАЗВИТИЕ ПРИДОРОЖНОГО СЕРВИСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В последнее время в нашей стране большое внимание уделяется развитию отрасли туризма. Однако стратегия развития туристического бизнеса, привлечения иностранного капитала в эту отрасль подразумевает не только строительство новых гостиниц и восстановление культурных памятников. Инфраструктура туризма немислима без создания развитой сети отличных дорог и придорожного сервиса.

Белорусский придорожный сервис насчитывает 1000 лет. Еще в эпоху существования древних княжеств подданные должны были обеспечивать ночлег и питание для князя и его дружины во время их передвижений. Начиная с 12 века, на белорусских землях ведется строительство корчем – более “демократичной” формы дорожного постоа. Расширение этой формы сервиса относится к 15–17 вв., когда в государстве расцветает внутренняя и международная торговля. А в начале 19 века с устройством почтовых дорог с системой транспортных сообщений строились почтовые станции, фактически являющиеся дорожными комплексами, которые включали в себя различные объекты дорожной инфраструктуры: гостиницы, комнаты для ямщиков, смотрителя, конюшни, сараи для экипажей, а также другие хозяйственные постройки.

20 век с его массовой автомобилизацией перевернул все представления о транспортных сообщениях, туризме и придорожном сервисе. Фактически именно доступность, экономическая целесообразность сделали путешествия по дорогам привлекательными, удобными и массовыми.

Развитые страны, куда автомобилизация пришла раньше нас, вплотную занялись организацией дорожного сервиса уже в середине 20 века. Белорусская массовая автомобилизация насчитывает всего 10 - 15 лет. Именно в этот период количество автомобилей в стране практически утроилось: от 0,9 млн. до почти 3 млн. Особенностью для нашей страны является то, что пассажиропоток и туристская составляющая еще относительно невелики, а на международных трассах автотранспортные сообщения имеют преимущественно грузовой характер.

Естественно, учитывая, что через Беларусь лежит кратчайший путь из Европы в Россию и обратно, он вполне может оправдать затраты на создание развитой придорожной инфраструктуры и обеспечить надежные доходы инициаторам этого дела и государственной казне. Однако, по мнению экспертов, отечественный придорожный сервис сегодня не развивается.

В чем причина? Ведь на сегодняшний день обеспеченность объектами придорожного сервиса на весьма высоком уровне! На автомобильных дорогах Республики Беларусь функционирует 1121 платных объектов придорожного сервиса (350 автозаправочных станций, 508 пунктов питания, 95 пунктов постоа, 105 станций технического обслуживания, 63 охраняемые стоянки).

Табл.1 Обеспеченность дорог Беларуси основными объектами придорожного сервиса

Объект придорожного сервиса	Количество	Обеспеченность
1	2	3
Пункт питания	508	92 %
АЗС	350	76 %
СТО	105	66 %
Пункт поста	95	94 %

Источник: собственная разработка на основе данных сайта <http://www.belarustourism.by>

Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 6 апреля 2006 г. № 468 утверждена Программа «Дороги Беларуси» на 2006 – 2015 годы, которая включает задание, программные проекты и мероприятия по дальнейшему развитию придорожного сервиса. В результате количество объектов придорожного сервиса в 2015 г. увеличится и будет соответствовать нормам Европейского соглашения о международных автоперевозках (СМА) и соглашению о трансъевропейской автомагистрали (ТЕМ).

Табл.2 Соотношение расстояний между объектами придорожного сервиса, км

Нормы обеспеченности	Пункт питания	АЗС	СТО	Пункт поста
Европы	30-50	20-50	50-100	100-200
Беларуси	30	39	70	124

Источник: собственная разработка на основе данных сайта <http://www.belarustourism.by>

Так, по магистрали М1 все эти показатели уже достигнуты. На отрезке московской трассы работает 40 АЗС, строится 5, обеспеченность – 150%; АГЗС – в 2005г. не было вообще, сейчас уже несколько появилось, работают 12 СТО, строятся еще 3, обеспеченность – 125%; мойки – работают 7, работают 9 пунктов поста, строится 1, обеспеченность – 167%. Пункты питания показывают наилучшие показатели: действуют 69, строятся 10 – 395% обеспеченности; охраняемые стоянки – работают 27, строятся 5 – 267%; площадки для отдыха: 114 есть, 1 строится, 280% обеспеченности.

Следует обратить внимание на то, что кроме слова «объект» за этими цифрами должно стоять еще одно, самое главное, «сервис». И Беларусь должна стремиться не только к выполнению европейских норм по количеству, но и по качеству. Недавно был проведен социологический опрос, согласно которому 58% водителей не удовлетворены количеством пунктов питания на дорогах, 71% – количеством существующих на дорогах станций технического обслуживания. В стране явно не хватает первоклассных комплексных придорожных сервисных объектов – даже на АЗС не часто можно выпить чашку кофе.

Поэтому дальнейшее развитие придорожного сервиса возможно только в том случае, если при создании будь-то кафе или пункта поста в первую очередь будут получены ответы на вопросы: «Для кого этот объект создается?», «Какие проблемы он сможет решить?», «При каких условиях возможна его прибыльность?».

А чтобы это сделать, необходимо обратить внимание на следующие особенности белорусского рынка:

1. Невысокая интенсивность движения

Считается, что рентабельность объектов придорожного сервиса обеспечивается при интенсивности движения более 8 тыс. автомобилей в сутки. В Беларуси средневзвешенная интенсивность на магистральных дорогах составляет 3 – 4 тыс. машин, на загруженных трассах в общей сложности – 5 – 6 тыс. Хотя есть участки, где поток больше (около Бреста – 13 тыс.).

2. Низкая привлекательность для инвесторов

Уровень привлекательности у сферы придорожного сервиса для инвесторов весьма невелик. К примеру, за последние два года дорожные предприятия выдали 560 технических условий на размещение объектов сервиса, но построено из них было только 118, то

есть 21%. Наибольший интерес инвесторов вызывают дороги республиканского значения, а также участки возле больших городов, т. к. срок окупаемости инвестиций в объект придорожного сервиса в связи с невысокой интенсивностью движения значительно выше срока окупаемости аналогичного объекта, расположенного в населенном пункте. Кроме этого, построить современный крупный комплекс - заправка, кафе, СТО, магазин - учитывая значительные капиталовложения, может ограниченный круг белорусских инвесторов.

3. Недостаточная поддержка частных предпринимателей со стороны государства. Частные предприниматели выборочно подходят к организации бизнеса в сфере придорожного сервиса, хоть им и принадлежит 66% объектов этой отрасли. В большей степени строят госпредприятия, потому что на это выделяется финансирование.

4. Высокие цены по сравнению с соседними странами

В Беларуси более высокие цены, например, на топливо, питание, некоторые виды услуг. Проблема высоких цен заключается, в основном, в высоких налогах. Поэтому высокими ценами владельцы таких объектов пытаются как можно быстрее отбить вложенные средства. В итоге объекты придорожного сервиса теряют и без того немногочисленных клиентов.

5. Небольшой ассортимент товаров и услуг

Необходимое условие для развития придорожного сервиса - удовлетворение разнообразного спроса покупателя, т.к. уровень жизни потребителя постоянно возрастает. Если человек будет социально состоятельным, то он сможет покупать и в магазине, и на заправке.

6. Сложность регистрации бизнеса

Коммерсанту, который хочет построить на дороге объект придорожного сервиса, после получения технического условия, которое выдает Белавтодор в течение нескольких дней, необходимо получить согласие в райисполкоме, санэпидемстанции, МЧС, Комитете природных ресурсов и других инстанциях. Все это при хорошем стечении обстоятельств у потенциального инвестора занимает, по словам специалистов Белавтодора, не менее 1 года.

7. Славянский менталитет

Говоря о белорусском придорожном сервисе нельзя не учитывать менталитет славянского народа. Не в его привычке заглядывать в те же кафе на пути, многие предпочитают "собойки", да и "проскочить" всю Беларусь с запада на восток можно, что называется, за один "присест" [9]. Конечно, умалять недостатки белорусского придорожного сервиса никто не собирается, однако и однозначно говорить о том, что одно лишь плохое качество обслуживания, высокие цены, бюрократическая волокита, недостаточная обеспеченность белорусских дорог пунктами питания, АЗС, СТО и др. объектами являются основными причинами упадка отечественного придорожного сервиса нельзя.

Очевидно, что вышеперечисленные причины тормозят развитие придорожного сервиса в нашей стране, однако нельзя не согласиться, что хотя устроенность дорог способствует повышению привлекательности маршрута, но всё-таки это вторичный фактор, в особенности, если говорить о движении большегрузных автомобилей.

В 2005 году через Беларусь проследовали транзитом почти 370 тысяч зарубежных грузовиков. За пользование нашими дорогами, терминалами, разнообразными сервисными центрами иностранцы уплатили десятки миллионов долларов, сформировав львиную долю суммы в 110 миллиардов рублей, которую в 2005 году дал придорожный сервис.

Однако в последнее время в силу ряда причин наблюдается тенденция если не к уменьшению, то к совсем незначительному росту объемов транзита по территории нашей республики. И это не может не настораживать: белорусский придорожный сервис в отличие от американского, где путешествия по стране на автомобиле носят массовый характер, в основном держится на дальнобойщиках.

Но если речь идет о туристах, особенно иностранных, то качество обслуживания на дороге может стать одним из факторов, который может помочь сформировать устойчивый интерес к нашей стране. Это один из возможных путей увеличения рентабельности

отрасли белорусского придорожного сервиса. Как показал проведенный Национальным агентством по туризму опрос, интурист оставляет в Беларуси 70-200 USD, в Литве - в 2 раза больше, в Польше - в 4 [9].

Конечно, пока что в Беларуси нет реальных турпотоков из-за границы. Но они будут, если мы научимся принимать туристов. И объекты придорожного сервиса в этом плане могут стать «лицом», показателем экономического развития Беларуси. Но всё же пока говорить о получении прибыли от интуристов сложно. Ни в местах, куда прибывают туристы, ни по близости зачастую нет ни ресторанов, ни кафе с национальной кухней, ни лотков с сувенирами.

Однако для поднятия качества объектов белорусского придорожного сервиса на европейский уровень необходимы и время, и деньги.

Туризм – не реализм, а импрессионизм. Здесь важно впечатление. И многое можно исправить с помощью изящно составленных программ, предусмотрением даже, на первый взгляд, незначительных мелочей. Консолидация придорожного сервиса и туризма - необъятный простор возможностей, сфера для воплощения новых идей, и с экономической точки зрения, естественно, получения прибыли для обеих отраслей [11].

Например, турагентству не составит особых проблем договориться с одним из придорожных кафе, находящемся по маршруту группы, об обеде на определенное количество человек (а ведь несколько лет назад при более высокой посещаемости, залы придорожных пунктов питания и строились из расчета 40 посадочных мест - чтобы можно было остановиться и покормить целый автобус). Ведь что может привлечь посетителя? Тематическая музыка и видео, этнографическое питание, сооружения, стилизованных под старину (ведь евроремонт уже через пару лет никого не удивит), чистота и аккуратность прилегающей территории и фасада самого здания, эстетичность объекта, красивое оформление, создающее атмосферу праздника, безопасность, удобство въезда и выезда, яркое освещение, возможность купить на память поделки, сувениры, характерные для данной местности - это лишь немногие составляющие из возможного спектра услуг, которые могли бы оказываться тургруппе объектами придорожного сервиса.

Естественно, что не каждую группу можно провести по следующему плану. Однако если посмотреть статистику, то за 2005 год Беларусь с туристическими целями посетили более 90 тыс. туристов. Довольно большую долю в этой цифре занимают транзитники, люди находящиеся в Беларуси проездом. При остановках на заправках, площадках для отдыха, пунктах питания они, возможно, и не планируют покупку сувениров и посещение находящихся поблизости достопримечательностей, знаменитых объектов белорусской истории. Но ведь это посещение можно проиницировать, заинтересовать проезжающего мимо туриста. Билборды, плакаты, указатели вдоль дороги, флаеры, карты дорог Беларуси с отмеченными на них достопримечательностями, их фотографии, раздаваемые в объектах придорожного сервиса – всё это может побудить иностранного гостя немного отклониться от своего курса, и ненадолго заглянуть в местечки, где история оставила свой след. Конечно, это требует развитой инфраструктуры. Немногие захотят с асфальтовой трассы свернуть на ухабистую проселочную дорогу вне зависимости от того, куда она ведет. Кроме увеличения доходности, развитие придорожного сервиса может повлечь за собой и ряд социальных эффектов:

1. Создание новых рабочих мест, особенно в сельских районах и малых городах.
2. Возрождение белорусской культуры и ремесел.
3. Улучшение имиджа страны в глазах иностранцев и соотечественников.
4. Развитие смежных секторов экономики – туризм, производство сувениров, торговля, полиграфия.
5. Возрождение интереса к еще сохранившимся памятникам архитектуры и искусства, возможное их восстановление.

Беларусь многое может показать зарубежным гостям. Нужно только наладить привлекательную для путешественника работу этой инфраструктуры.

Литература

1. «Экономическая газета», №35(853) от 17.05.2005
2. «Экономическая газета», №56(974) от 21.07.2006
3. «Экономическая газета», №83(1001) от 24.10.2006
4. «Автобизнес - Weekly», № 23 (523) от 8.06.2006
5. <http://www.afn.by/>, 17.03.2007
6. <http://www.belarustourism.by/>, 24.03.2007
7. <http://www.ais.by/>, 17.03.2007
8. <http://www.oko.by/>, 18.03.2007
9. <http://www.neg.by/>, 11.03.2007
10. <http://www.economy-law.com/>, 17.03.2007
11. <http://www.tio.by/>, 17.03.2007
12. <http://www.kraina.by/>, 20.03.2007
13. <http://www.ng.by/>, 17.03.2007

УДК 339.924:061

Мальшева Т.М.

Научный руководитель: доц., к.э.н. Власюк Ю.А.

ФИНАНСОВЫЕ АСПЕКТЫ ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

Проблема сбалансированного регионального развития и оказания помощи наиболее отстающим районам приобретает особое значение в условиях активизации интеграционных процессов. Принимая во внимание практический опыт, нельзя утверждать о нивелировании межрегиональных различий при сближении государств.

В целях оказания финансового содействия и реализации мероприятий в области политики регионального строительства созданы следующие основные инструменты Европейского Союза:

- Европейский фонд регионального развития (ERDF);
- Европейский социальный фонд (ESF);
- Европейский сельскохозяйственный фонд (EAGGF);
- Финансовый инструмент ориентации рыболовства (FIFG);
- специальный Фонд единства (поддерживает проекты в сфере экологии и транспорта в тех странах, где ВВП ниже 90% от среднего по ЕС). [1]

Создание и расширение инструментов содействия внутреннему развитию стран-членов ЕС проводится с середины 70-х гг. XX в. (В 1973 году учрежден Европейский фонд регионального развития (ERDF)). Четкие принципы деятельности фондов были обозначены в ходе радикальной реформы Структурных фондов 1989 г, в основу которой положено четыре основополагающих принципа:

- концентрации средств в наиболее нуждающихся регионах;
- программный, а не проектный подход;
- партнерство на всех уровнях: от национального до местного;
- совместном выделении средств из наднационального и национального бюджетов.

Основные подходы к осуществлению региональной политики раскрываются в следующих документах:

- Римский договор (Преамбула, 1957 г.).

В документе поднимается проблема регионального развития и необходимости оказания финансовой помощи отстающим территориям. Договор предусматривает создание Европейского социального фонда и Европейского инвестиционного банка.

- Единый Европейский акт (1986 г.)

Акт акцентирует внимание на необходимости экономического и социального единства, закладывается фундамент для проведения региональной политики, в основе которой лежит принцип солидарности.

- Маастрихтский договор о Европейском Союзе (1992 г.)

Документ определил экономическое и социальное сплочение в качестве основных приоритетов Сообщества, установил критерии экономической и бюджетной конвергенции для стран-членов. Согласно договору в 1993 году был учрежден Фонд сплочения (Cohesion Fund), финансирующий проекты в области защиты окружающей среды и развития трансъвропейских сетей в отстающих государствах-членах ЕС.

С 1989 года деятельность структурных фондов осуществляется в соответствии с программным подходом, поэтому имеет смысл рассмотрение основных программ, учрежденных Европейским Союзом. Следует отметить, что, условно, программы, действующие в рамках региональной политики ЕС, можно разделить на две категории в зависимости от статуса государства в отношении принадлежности к Европейскому Союзу.

Среди программ, направленных на оказание содействия странам-кандидатам на вступление в ЕС и государствам, планирующим вступление, могут быть выделены следующие: «Interperg III B» [2], «Phare», «Phare CBC», «ISPA», «SAPARD», «CARDS», «Twinning», «Tempus», «SIGMA», «Meda» и «IPA». В дальнейшем, после обретения государством статуса страны-члена ЕС, ограниченная поддержка оказывается в рамках программ «EDIS» и «Prince».

Рассмотрим каждый из вышеназванных инструментов региональной политики подробнее.

Первой программой, разработанной ЕС во второй половине 80-х гг. XX в. для стран-членов и призванной оказывать содействие приграничному сотрудничеству регионов, стала программа «Interperg I» (1990 - 1993 гг.), в задачи которой входит содействие структурно-политической оптимизации и закреплению принципа субсидиарности при гармонизации региональных интересов, развитие инициативы на местах, утверждение основ международной кооперации и разделения труда, формирование совместных организационных, управленческих и финансовых структур в Европе. [1]

Программа «Phare» («Poland, Hungary Aid for the Reconstruction of the Economy» - «Помощь в восстановлении экономики Польши и Венгрии») основана в 1989 году и предусматривает осуществление мер по институциональному преобразованию, сопровождающихся инвестициями, а также мер по сближению экономической и социальной систем.

Программа «ISPA» («Instrument for Structural Policies for Pre-Accession» - «Инструмент структурных преобразований до вступления»), учрежденная в июне 1999 года на период 2000-2006 гг., направлена исключительно на финансирование проектов в области защиты окружающей среды и транспортной инфраструктуры.

Программа «SAPARD» («Special Accession Programme for Agriculture & Rural Development» - «Специальная программа, направленная на развитие сельского хозяйства») была введена в июне 1999 года для оказания содействия в решении проблем структурных преобразований в агропромышленном секторе и сельскохозяйственных территориях в 2000 - 2006 гг. [3].

Программа «Twinning», начало осуществления которой было положено в мае 1998 года, является одним из центральных инструментов содействия в институциональном строительстве. Цель «Twinning» - оказание помощи в развитии современной и эффек-

тивной административной системы, характеризующейся четкой структурой, соблюдением прав человека и эффективным управлением. Отметим, что программа учреждена для достижения специфических и гарантированных результатов, а не для стимулирования сотрудничества в целом.

Программа «Tempus» функционирует в сфере высшего образования и профессионального обучения.

Программа «CARDS» («Community Assistance for Reconstruction, Development and Stabilization») - «Содействие Сообщества в Реконструкции, Развитии и Стабилизации» основана 5 декабря 2000 года на период 2000 – 2006 гг. и направлена на оказание поддержки целевой группе стран в процессе стабилизации и объединения (SAP). [3] Цели программы предполагают:

- реконструкцию, демократическую стабилизацию, восстановление дружеских отношений (примирение) и возвращение беженцев;

- институциональное и правовое развитие, включая гармонизацию с нормами и подходами ЕС в целях укрепления демократии и главенства закона, прав человека, гражданского общества и СМИ;

- содействие эффективному становлению рыночной экономики, устойчивому экономическому и социальному развитию посредством структурных реформ.

Программа «Meda» выступает инструментом партнерства со странами южной части Средиземноморского бассейна, а программа «Sigma» («Support for Improvement in Governance and Management») - «Программа содействия улучшению управления и системы власти»; существующая с 1992 года, призвана содействовать оптимизации системы управления.

17 июля 2006 года была утверждена программа «IPA» («Instrument for Pre-accession Assistance») - «Инструмент содействия для стран-кандидатов на вступление»; пришедшая на смену финансовым инструментам для стран-кандидатов на вступление, действовавшим в 2000-2006 гг. («Phare», «ISPA», «Sapard», «the Turkish pre-accession instrument» и «Cards»). Программа вступила в силу с 1 января 2007 года. «IPA» объединила все виды помощи для стран-кандидатов на вступление в один целевой инструмент.

Что касается второй группы программных инструментов содействия развитию, отметим, что в 2004-2006 гг. поддержка новым странам-членам ЕС оказывалась из средств временного фонда в рамках Расширенной Децентрализованной Системы по внедрению «EDIS».

Программа «Prisec» является еще одной программой, действующей на территории стран, входящих в Европейский Союз. Она предусматривает оказание содействия при внедрении стратегии в области информации и коммуникации для ЕС.

Наряду с программами, разработанными Европейским Союзом для стран-кандидатов на вступление, была предложена программа «TACIS», направленная на оказание технического содействия государствам СНГ и Монголии. Программа реализуется на безвозмездной основе, исключает финансирование инвестиционных проектов и концентрируется на оказании консультационно-технического содействия. Цель «TACIS» состоит в поддержке усилий стран - партнеров по созданию обществ, основанных на политических свободах и экономическом процветании. Программа предусматривает предоставление субсидий для передачи ноу-хау, способствуя переходу к рыночной экономике и демократическому обществу. [1]

Республика Беларусь использует возможность получения финансовой помощи со стороны ЕС и принимает участие в следующих программах, которые реализуются в рамках еврорегионов:

- «Интеррег IIIA Латвия-Литва-Беларусь»;
- «Польша-Беларусь-Украина ИНТЕРРЕГ III A/TACIS CBC»;
- «Регион Балтийского моря ИНТЕРРЕГ III B».

Таким образом, существование программных инструментов поддержки и содействия региональному развитию оправдано и эффективно.

Литература

1. Субрегиональное сотрудничество перспективы белорусских еврорегионов. Материалы международной научной конференции - Мн.: ЮНИПАК, 2005. - 124 с.
2. Грибова И. Мы искренне заинтересованы в стабильной России// Европа. Журнал Европейского Союза [Электрон. ресурс] - июль 2000. - Режим доступа: <http://www.delrus.ccc.eu.int>
3. Шлямин В.А. Формирование стратегии приграничного сотрудничества России на Севере Европы [Электрон. ресурс] - 7 ноября 2005. - Режим доступа: <http://www.rusfintrade.ru>

УДК 693.22.004.18

Федорук Т. В.

Научный руководитель: ст. препод. Четырбок Н. П.

ФИНАНСОВО-ПРОМЫШЛЕННЫЕ ГРУППЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПРЕИМУЩЕСТВА

Целью написания работы является изучение особенностей развития финансово-промышленных групп в Беларуси, анализ проблем и преимуществ их становления.

Перспективной формой интеграции экономики Республики Беларусь в систему мирохозяйственных связей является формирование финансово-промышленных групп (ФПГ). Статус малой индустриальной страны позволяет Республике Беларусь развивать стратегию проникновения в межстрановые ФПГ или ТНК путем вхождения в них белорусских предприятий. Чем в большее число международных производственно-технологических цепочек будет включена экономика Республики Беларусь, тем она будет иметь более устойчивый потенциал развития.

Распространение и взаимодействие элементов финансово-промышленной группы позволяет охватить все отрасли и сферы экономики, интегрируя их между собой и с другими странами. В условиях перехода к рыночным отношениям ФПГ оказывают общее стабилизирующее влияние на экономическую ситуацию за счет создания новых рабочих мест, оперативной мобилизации ресурсов, их эффективного распределения и использования в ключевых сферах производства и научно-технического развития.

ФПГ представляют собой форму интеграции финансового, промышленного и торгового капитала посредством системы участия в акционерном капитале или долгосрочных соглашений о поставках. В отличие от других форм интеграции и организации производства (концернов, холдингов), ФПГ объединяют, под контролем головной компании юридически и хозяйственно-самостоятельные фирмы и предприятия, относящиеся к различным отраслям экономики банки, страховые компании, пенсионные фонды и другие финансово-кредитные учреждения, а также промышленные, торговые, строительные и транспортные компании.[1]

На практике можно отметить, что объединение промышленного и банковского капитала именно в форме ФПГ получило широкое распространение лишь в странах СНГ. В США такой формой являются корпорации, в Германии – концерны, в Японии – суданы. Можно сделать вывод, что каждая страна выбирает свою форму интегрирования промышленного и банковского капитала, и мировой опыт подтверждает тот факт, что по возможности следует идти своим естественным путем.

Каковы же цели создания ФПГ в Республике Беларусь?

1. Восстановление производственных связей белорусских предприятий. До распада СССР наша республика занимала выгодное положение в межреспубликанском разделении труда. Беларусь специализировалась на производстве продукции машиностроения, приборостроения, деревообрабатывающей и пищевой промышленности, являясь ее поставщиком в другие республики бывшего СССР. Это позволяло балансировать экономику с учетом ввоза в республику металла, топливно-энергетических ресурсов. Такая кооперация в качественно новых хозяйственных условиях требует новой основы – образования ФПГ.

2. Расширение рынков сбыта. Экономическая интеграция участников ФПГ повышает качество товаров и соответственно конкурентоспособность как на внутреннем, так и на внешних рынках.

3. Повышение эффективности взаимодействия производственных структур за счет возникновения синергетического эффекта.

4. Привлечение банковского капитала, который является неотъемлемой частью при создании ФПГ.

5. Сохранение оборонного комплекса.

Следует отметить и тот факт, что история развития ФПГ в Республике Беларусь не столь велика и ФПГ пока не оказывают желаемого значительного влияния на экономику страны, поэтому как объект исследования еще не являются окончательно сформированным. В связи с этим существует необходимость комплексного подхода к изучению ФПГ. По нашему мнению, важнейшими аспектами при таком подходе являются:

- изучение мирового опыта по созданию систем, возникающих в результате интегрирования финансового и промышленного капитала, и его адаптация к белорусским условиям;

- анализ имеющегося опыта, включая опыт государственного регулирования деятельности ФПГ, исследование проблем деятельности ФПГ и выявление факторов, негативно влияющих на данный процесс;

- создание правовых условий для естественного создания и развития ФПГ, определение перспективных направлений развития ФПГ.

Учитывая специфику развития белорусской экономики, наиболее реальным является создание ФПГ с партнерами стран СНГ, прежде всего с Россией. Можно выделить следующие особенности ФПГ с участием белорусских предприятий. Во-первых, это то, что банковский капитал принадлежит в основном российской стороне. Среди 9 ФПГ с участием белорусского капитала лишь в одну ФПГ входит банк Беларуси, а именно: Бельнешэкономбанк г. Минск, который входит в ФПГ Межтосметиз, которая осуществляет свою деятельность в порошковой металлургии. В сравнение: с стороны РФ участвует около 15 банков. Во всех остальных ФПГ участвует лишь промышленный белорусский капитал, например: белорусские МАЗ, БелАЗ входят в ФПГ БелРусАвто (дизельное машиностроение); Машиностроительный завод г. Брест и ПО «Химволокно» - в ФПГ Формаш (машиностроение для текстильной и легкой промышленности); ПО «Горизонт» и НПО «Интеграл» - в ФПГ Электронные технологии (выпуск качественной телевизионной аппаратуры); («Белавиа», «Минскавиа», Минский авиаремонтный завод – в ФПГ Аэрофин (самолетостроение и авиaperевозки).[1] Факт участия нашей страны в ФПГ преимущественно в форме промышленного капитала может повлечь в перспективе ограничение контроля на ФПГ и создать определенную зависимость.

Наиболее крупной ФПГ является ФПГ по производству нового поколения большегрузных дизельных автомобилей «БелРусАвто», куда входят ПО "БелАвтоМаз", ПО "БелАЗ", МоАЗ, МЗКТ (с белорусской стороны) и ОАО "Автодизель", ОАО "ТМЗ", ОАО "ЯЗТА", ОАО "ЯЗДА" (с российской стороны).[2] Перспективным направлением деятельности данной ФПГ, по нашему мнению, является ее расширение на территорию Украины (КрАЗ) и другими бывшими советскими республиками.

Во-вторых, практически все созданные российско-белорусские ФПГ зарегистрированы на территории РФ, то есть головная компания находится на ее территории. В перспективе было бы более целесообразно удержание контрольного пакета и формирование головных компаний на территории РБ, особенно в таких отраслях, как автомобилестроение, тракторостроение, телевизионном производстве.

Значительную роль в развитии российско-белорусских ФПГ играет Союзное государство. Участие предприятия ФПГ «БелРусАвто» в союзной программе "Развитие дизельного автомобилестроения" способствовало созданию мощностей и организации производства высокоэффективной конкурентоспособной дизельной автомобильной техники за счет технического перевооружения заводов и повышения ее спроса как на отечественных, так и на зарубежных рынках. [2] Работа в рамках Союзного государства помогает не только в плане финансирования, но и в плане отсутствия таможенной границы. Существуют, конечно, и проблемы. Прежде всего, это различные тарифы на энергоносители, которые не позволяют создавать равные конкурентные условия для производителей-участников и в России, и в Беларуси. Политические проблемы при создании Союзного государства также негативно влияют на развитие отношений между российско-белорусскими партнерами.

Можно выделить следующие сдерживающие факторы в становлении и развитии ФПГ в Республике Беларусь:

1. Дефицит финансирования, который является следствием слабости национального банковского капитала, а также ограниченной возможностью получения кредитов и займов в международных кредитно-финансовых организациях. Эта проблема связана и с неопределенностью в структуре собственности и необработанностью имущественных отношений среди участников группы. А эффективно конкурировать на мировом рынке можно, при прочих равных условиях, группирующимся компаниям с оборотом в несколько миллиардов долларов в каждой.

2. Отсутствие стратегии развития. Характерно не только для создаваемых групп, но и существующих. В организационных проектах указываются лишь общие формулировки, такие как осуществление прогрессивных структурных изменений, развитие конкурентной экономической среды. Отсутствуют конкретные ориентиры развития ФПГ, что не способствует концентрации потенциала группы на приоритетных видах деятельности, не создает условий для формирования необходимой критической массы менеджеров и научно-производственного персонала на перспективных стратегических направлениях.

3. Неэффективность структуры управления. Эта проблема имеет как минимум два аспекта: а) контроль и управляемость; б) прозрачность ФПГ. В аспекте контроля деятельности группы отметим, прежде всего, отсутствие подлежащего такому контролю субъекта, так как добровольно объединившиеся в группу промышленные предприятия фактически остаются независимыми, лишь делегируя незначительную часть своих функций центральной компании. Несовершенство структур действующих ФПГ во многом объясняется выбранной организационно-правовой формой группирования участников группы. Подобное несоответствие между формальной структурой и реальностью объясняется в первую очередь законодательно закрепленной «перевернутой» холдинговой структурой ФПГ, когда управленческие функции сосредоточены в центральной компании группы, а члены ФПГ владеют ее акциями. Договором об учреждении ФПГ оговаривается объем выдаваемых участниками средств в центральную компанию. Эти объемы достаточно скромны, в силу чего по своему экономическому весу центральная компания значительно уступает многим учредителям. Такое положение ставит центральную компанию в зависимость от лидера группы.

4. **Отсутствие корреляции** между законодательной базой РФ и РБ. С одной стороны, оказываются частные (акционерные) российские предприятия, а с другой - государственные белорусские.

Несмотря на все проблемы становления ФПГ в Беларуси, имеются и значительные **преимущества**:

1. Во многих отраслях для успешной конкуренции требуется высокая **концентрация ресурсов** (производственных, финансовых, научно-технических). В результате слияния члены ФПГ получают доступ к совокупным внешним ресурсам: информации, технологиям, сырью, контролируемым в масштабах группы.

2. **Получение синергетического эффекта** от взаимодействия предприятий в рамках ФПГ.

3. Долговременный характер внутригрупповых отношений обуславливает **глубокую техническую кооперацию**. У всех членов группы появляется доступ к запатентованным в рамках ФПГ технологиям. Для РБ замена изношенного национального производства на зарубежные высокие технологии принесет массу положительных эффектов: рост качества продукции, налоговых поступлений, повышение занятости.

4. **Возрастание жизнеспособности каждой отдельной компании** в результате накопления управленческого опыта.

5. **Расширение круга инвесторов**, укрепление отношений с кредитно-финансовыми учреждениями.

В настоящее время, при активно развивающемся процессе глобализации, все более актуальным для Беларуси является создание крупных корпоративных структур, что подчеркивает необходимость развития ФПГ в нашей стране. Это дает отечественным предприятиям возможность полноправно участвовать в мировой экономической кооперации и интеграции. Разновекторное инвестиционное сотрудничество востребовано для национальной экономики на современном этапе, поскольку позволит провести корректировку действующей в республике социально-экономической модели развития. Перспективным направлением является также включение наших предприятий в состав транснациональных корпораций.

Литература

1. Финансы внешнеэкономической деятельности, К.В. Рудый - Мн. 2004.
2. www.spbprav.ru/abro.php?state=32771

УДК 228.24(072)

Гасюк Ю.Р.

Научный руководитель: ст. препод. Степанюк В.Л.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ НАРУЖНОЙ ЩИТОВОЙ РЕКЛАМЫ В Г. БРЕСТЕ

Реклама сегодня прочно вошла в нашу жизнь. Высказывания о ней очень противоречивы. Многих она раздражает, появляясь посреди любимой теле- или радиопередачи, бросаясь в глаза повсюду — на улице, в транспорте, в различных заведениях. Услышать что-либо лестное о рекламе — большая редкость. В основном негативные отклики относятся даже не к самому факту существования рекламы, а к ее перенасыщению. Но как бы люди не относились к этому явлению, без него наше общество уже не может существовать.

Один из видов современной рекламы, уходящий корнями в далекое прошлое — наружная реклама. Наружной называют всю рекламу, размещаемую на улицах и площадях городов и населенных пунктов. Наружная реклама не может начать рекламную кампанию, она ее обычно продолжает или заканчивает. Чтобы напомнить потребителям о своей продукции, рекламодатели используют буквально каждый сантиметр городского пространства. В дело идут автобусные стоянки и жилые дома, метро, городские тумбы, мосты и т.д.

В 2006 году, наружная реклама в Беларуси, по объему занимала второе место, после телевидения, хотя, зачастую её относят к дополнительным средствам рекламы. На сегодняшний день объем белорусского рынка наружной рекламы составляет около 8 млн. \$ или 17% от общего объема рекламного рынка. Собственные рекламные конструкции только в Минске имеют 23 организации, а основные заказчики наружной рекламы — табачные компании и операторы мобильной связи. В последнее время к ним добавились еще и производители сложнobyтовой техники.

Потенциальное воздействие наружной рекламы на аудиторию достаточно велико, так как эффектный дизайн и, как правило, большой размер самого рекламного объявления откладываются в памяти.

Самым распространенным форматом наружной рекламы являются щиты размером 6х3 метра, т.е. биллборды. На их долю приходится более 50% всех поверхностей наружной рекламы. Это оптимальный вариант, позволяющий проводить как краткосрочные, так и долгосрочные рекламные кампании.

Широкая распространенность щитовой рекламы привела к уменьшению её эффективности, что соответственно привело к появлению новых форматов наружной рекламы, а также к изменениям и дополнениям этого же формата.

Новые форматы наружной рекламы для автомобилистов стремятся в сторону увеличения площади рекламной поверхности. При этом увеличивается не только размер самих рекламных щитов, но и количество рекламы на стенах домов, строительных конструкциях - брендмауэров и т.д.

Новинкой для Беларуси является появление в сентябре-октябре 2006 г. в г. Минске необычных конструкций на биллбордах, которые называются экстендерами. Экстендер представляет собой некоторый объемный фрагмент рекламного сюжета, который специальным образом крепится к основанию щита или выступает за его пределы, придавая этим дополнительный имидж рекламному носителю. Основная цель такой рекламы — привлечение дополнительного внимания потенциальных потребителей к рекламному сюжету. По сравнению с Беларусью, на рынках России и Украины такие конструкции уже давно применяются и перешли в разряд стандартных дополнительных опций.

Мировые тенденции рынка наружной рекламы заключаются в том, чтобы приносить в нее элементы большей динамики и последних технологий. Поэтому в последнее время появляется все больше динамических конструкций — вращающихся, с переменным или мелькающим изображением, светящихся экранов.

На сегодняшний день в г. Бресте редко можно встретить интересную, креативную щитовую рекламу, не говоря уже о щитах с экстендерами. При всей простоте конструкций рекламодатели допускают много ошибок, приводящих к тому, что рекламу не понимают и не обращают на нее внимания. Изучив и проанализировав содержание щитовой рекламы в г. Бресте можно выделить несколько основных проблем, связанных с её использованием:

1. Неуместное размещение.
2. Использование сюжетов, смысл содержания которых непонятен.
3. Размещение на плакатах длинных фраз в виде пояснений к изображенной иллюстрации или же рекламного слогана.
4. Слишком длительное использование одного и того же рекламного плаката на одном месте.

Эти факты подтверждаются и результатами маркетингового исследования, проведенного автором данной статьи в феврале-марте 2007 года. Задача данного исследования заключалась в определении эффекта взаимопонимания, исходящего от наружной рекламы, размещенной в городе Бресте.

Методом сбора первичной информации был взят опрос в форме анкетирования. Объём выборки составил 100 человек. Из 100% респондентов 27% - мужчины, 73% - женщины, из них 80% в возрасте от 20 до 30 лет, кроме того, это люди с высшим, незаконченным высшим и средним специальным образованием.

Остановимся более подробно на полученных результатах.

На вопрос «Обращаете ли Вы внимание на щитовую рекламу?», 98% респондентов дали положительный ответ, указав при этом, что больше всего (49%) их такой рекламе привлекает яркое красочное оформление, немного меньше (29%) – созданный эффект движения (это касается призматронов), еще меньше (15%) – размеры самого рекламного носителя. И наконец 8% респондентов больше всего привлекает щит к кратким текстом, написанным крупным шрифтом.

Выясняя информацию по поводу того, читают ли респонденты тексты на рекламных щитах, ответы распределились следующим образом: 88 опрашиваемых ответили положительно и только 12% сказали, что такая информация их совсем не интересует.

В ходе опроса было установлено, что наибольшим интересом пользуется та щитовая реклама, где размещена новостная информация (см. рис. 1), сообщения о скидках выходят на второй план.



Рис. 1 Сообщение на рекламном щите, вызывающее наибольший интерес

При определении отношения респондентов к рекламному плакату, который в течение двух месяцев находится на одном и том же рекламном щите, ответы респондентов распределились следующим образом (см. рис. 2).

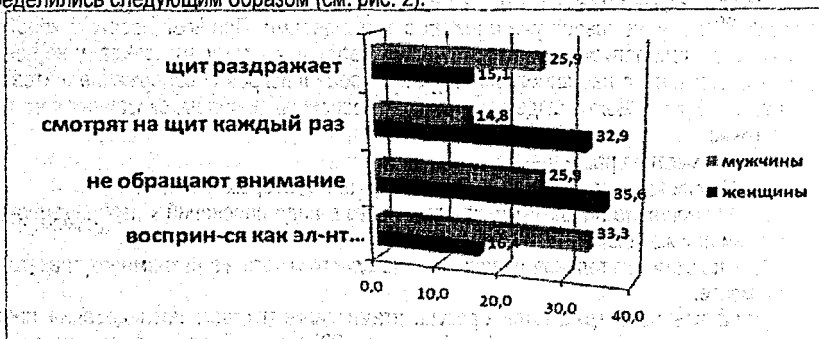


Рис. 2 Структура ответов респондентов, %

Изучая информацию о привлекательности различных разновидностей щитовой рекламы, были получены следующие результаты:

- одинарный щит – 30 %;
- двойной щит («Чебурашка», «Светофор») - 27 %;
- двойной угловой щит – 8 %;
- многогранники с 3-6 сторонами -35 %.

Автора работы интересовал вопрос о том, как влияет наружная реклама на водителей во время движения транспортного средства. Ответы на этот вопрос представлены на рис. 3.

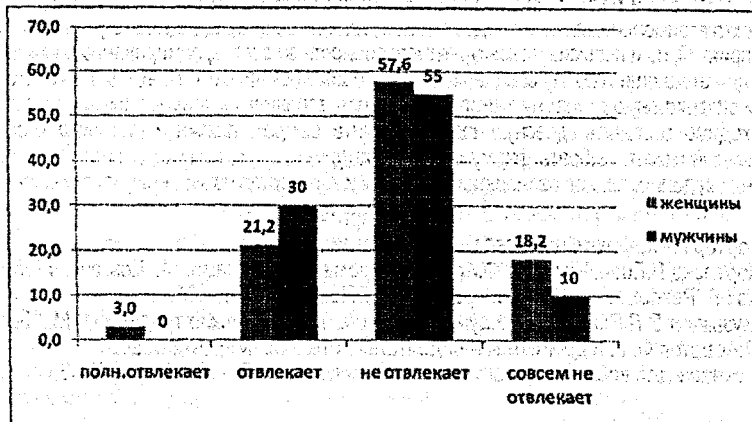


Рис. 3 Структура ответов на вопрос: «Отвлекает ли от вождения наружная реклама?», %

На вопрос о том, портит ли щитовая реклама городской пейзаж, 15 % респондентов ответили «да», соответственно, 85% - «нет» и нравится, если она расположена в центре города 67 % опрошиваемых, при выездах из города – 20 %, на трассах – 13 %.

В анкете, используемой при опросе, было два вопроса, где в одном требовалось назвать самые привлекательные щиты, а в другом - наоборот, указав при этом в обоих случаях конкретного рекламодателя.

Ответы на данные открытые вопросы представлены в табл. 1.

Таблица 1 Результаты опроса респондентов по вопросу привлекательности рекламных щитов в г. Бресте, %

Рекламодатели или торговые марки	Понравившиеся щиты			Непонравившиеся щиты		
	всего	мужчины	женщины	всего	мужчины	женщины
«Velcom»	5	3,7	5,5	3	7,4	1,4
«МТС»	14	18,5	12,3	8	3,7	9,6
Пиво «Ставка»	5	3,7	5,5	6	7,4	5,5
Пиво «Аливария»	1	3,7	0	1	3,7	0
«ПОДЭ»	0	0	0	2	3,7	1,4
«Wolkswagen»	1	3,7	0	0	0	0
«Mercedes-Benz»	1	0	1,4	0	0	0
Социальная реклама	4	3,7	4,1	0	0	0
Холодильник с ТВ	2	3,7	1,4	0	0	0
«Adidas»	2	3,7	1,4	0	0	0
Все щиты	4	7,4	2,7	1	0	1,4
Нет ответа	26	29,6	24,7	32	40,7	28,8

Исходя из результатов, отображенных в таблице, можно сделать выводы, что белорусские производители:

- уделяют мало внимания наружной рекламе;
- используют непривлекательную рекламу, которая не может формировать имидж и для товара, и для производителя.

Поэтому, искореняя выше указанные проблемы усилиями рекламодателей, рекламораспространителей и рекламопроизводителей, можно добиться от наружной рекламы высокого эффекта взаимопонимания, а следовательно, и экономического, не только увеличив прибыль предприятий, но и повысив их конкурентоспособность за счет сформированного имиджа.

А для этого еще любому специалисту необходимо помнить о том, что для того, чтобы провести эффективную рекламную кампанию с использованием рекламных щитов, прежде всего, необходимо: составить адресную программу щита, выбрать формат и вид щита, разработать рекламный сюжет, выбрать фирму сапплайера (фирма, предлагающая рекламные щиты), а также определить период размещения рекламы и количество покупаемых поверхностей.

Литература

1. Картер Г. Эффективная реклама. М.: Прогресс, 1991.
2. Кортлэнд Л. Бове, Уильям Ф. Арнс. Современная реклама. М.: Довгань, 1995.
3. Кох Р. Реклама: принципы и практика. - СПб.: «Питер», 2001.
4. Музыкант В. Л. Реклама: международный опыт и российские традиции. - М., 1996.
5. Панкратов Ф. Г. и др. Рекламная деятельность. - М.: Маркетинг, 2001.
6. Реклама для всех. Автор-составитель Васильева Н. В. - Мн.: Тесей, 2003.

УДК 228.24(072)

Бухша С.А.

Научный руководитель: ст. препод. Степанюк В.Л.

ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Интернет – один из самых молодых на данный момент рекламоносителей. Преимущество такого рекламного средства состоит в легком воздействии на определенные узкие целевые аудитории, что просто невозможно достичь при помощи широкоэмительных СМИ. Рекламная кампания в Интернет – это легко управляемый процесс, позволяющий вносить коррективы в интенсивность показов, фокусировку рекламы и даже сами рекламные блоки непосредственно в процессе проведения рекламных мероприятий.

К самой значительной особенности Интернет-рекламы можно отнести возможность анализировать эффект от рекламных мероприятий в режиме реального времени. По этому сегодня для многих фирм реклама в сети Интернет стала самым эффективным инструментом продвижения товаров и услуг, а также привлечения новых клиентов. Но Интернет как рекламный канал все еще остается непонятным для многих рекламистов потому что это всё ещё новая среда со своей спецификой.

Под Интернет-рекламой понимают любую рекламу, размещаемую в Интернете, используя при этом все технические возможности данной сети. Рекламное обращение может быть представлено по-разному: реклама по e-mail, спам, баннерная реклама, рич-медиа, текстовый блок, байрик, контекстная реклама, поисковая оптимизация, мини-сайт, коллаж и другие более специфические формы.

Интернет-рекламе присущ двухуровневый характер.

Первым уровнем воздействия является внешняя реклама: баннеры, текстовые блоки другие рекламные носители, размещаемые на популярных и тематических сайтах, реклама списках рассылки, публикации на новостных сайтах и множество других способов.

Вторым уровнем является та информация, которую пользователь получает после взаимодействия с рекламой. Как всем известно, самой распространенной формой взаимодействия является нажатие мышкой на баннер или рекламную ссылку с последующим попаданием пользователя непосредственно на веб-сайт рекламодателя.

Выделим причины, по которым пользователь реагирует на данную рекламу несколько раз:

- 1) реклама пользователя заинтриговала, он не до конца или неправильно понял, что его ожидает;
- 2) реклама пользователя заинтересовала, и он отправляется на веб-сайт за более подробной информацией;
- 3) пользователя заинтересовало конкретное предложение, и он идет на сайт для заполнения заявки, совершения покупки, получения обещанной информации, принятия участия в опросе или конкурсе и т.д.

Наиболее эффективными для рекламодателя являются вторая и третья причины.

Уровень белорусской и международной (западной) рекламы в Интернет несоизмерим. Дело даже не в особенностях менталитета белорусского человека, а в различном уровне развития технических средств и материальной базе населения. Но в то же время, учитывая, что современное столетие олицетворяет собой начало новой информационной эпохи и нынешний век станет веком информации, необходимо учитывать, что современное информационное общество начнет потреблять порядком больше сетевых ресурсов.

В ближайшее время можно прогнозировать бурный рост сети Интернет и соответствующего ей рекламного рынка. Развитие новых форм рекламы позволяет достигнуть тесного контакта между рекламодателем и потребителем рекламы.

Белорусский рынок рекламы в Интернет по данным на начало 2007 г. составлял чуть больше одного процента в доли общего рынка рекламы. Небольшая доля рынка обусловлена, прежде всего, недостаточным развитием сети. Оценки развития белорусского рынка Интернет-рекламы несколько противоречивы. С одной стороны, Интернет заявил о себе как реальное средство передачи рекламной информации. С другой, даже при существенном росте рынка в количественном выражении, выявился странный факт: рекламодатели хотели бы использовать Интернет, но рекламные агентства не могут предложить достоверных показателей оценки эффективности рекламных мероприятий.

Наибольшей популярностью в белорусском Интернете (или Байнете) пользуется баннерная и текстовая реклама на порталах, которых, к сожалению, наблюдается мало.

Среди самых крупных и пользующихся популярностью Интернет-порталов, которые предоставляют рекламные услуги, можно выделить: Tut.by (самый массовый портал), Open.by, Akavita.by. Эти и еще несколько сайтов сейчас на гребне волны, но их мало, чтобы охватить рекламой все нужные сегменты пользователей Байнета.

Tut.by – самое посещаемое место белорусского Интернета: Только число заходов уникальных посетителей на титульную страницу составляет более 70 000 в сутки, которые в сумме открывают её более 200 000 раз за день, а общий объем просмотренных страниц превышает 10.000.000 в месяц. Месячная аудитория портала – более 700.000 человек.

Опыт клиентов портала показал исключительную эффективность рекламы на Tut.by для работодателей и кадровых агентств, несравнимую с эффективностью печатных объявлений.

Реклама на ресурсах **Open.by** обладает всеми преимуществами Интернет-рекламы в целом. Структура сайта позволяет осуществлять индивидуальный подход к потенциальным клиентам рекламодателей, взаимодействовать с ними на интерактивном уровне и подробно представлять товары или услуги рекламодателей. Специальное программное обеспечение позволяет вносить оперативные изменения в рекламных кампаниях, а также предоставляет подробную статистику показов рекламных материалов, переходов по ним на сайт рекламодателя, как по месяцам, числам, дням недели, так и по времени суток.

Интернет-портал **Akavita.by** предоставляет услуги по размещению баннеров и текстовой рекламы.

В Байнете существует возможность применить и новые веяния Интернета – нулевую ссылку (покупка первого места в результатах поисковых машин при наборе определенного ключевого слова), контекстный показ баннера (при наборе ключевого слова в поисковой машине). Также статистика гласит, что 75-85% пользователей ищут сайты, используя поисковики.

Также используются rich-media-баннеры (агрессивная рекламная вставка, как правило, на весь экран браузера, которая появляется перед загрузкой сайта), рекламные flash-игрушки и др. Они могут иметь далеко несовершенный вид, но благодаря новизне и необычности, порой оказываются довольно эффективными. Впрочем, компании, предлагающие такие услуги рекламодателям, часто просто опасаются настойчиво рекомендовать их использование – слишком затратно, с точки зрения «перевоспитания» заказчика.

Как видно, рынок Интернет-рекламы молод, но у него много перспектив, о чем свидетельствуют быстрые темпы развития. Однако, несмотря на внешнее благополучие Байнет имеет ряд таких проблем, как: недостаточное количество поисковых Интернет-порталов, предоставляющих качественные услуги, в том числе и рекламные; качество (в частности оформление) создаваемой рекламы; профессионализм рекламных агентств, предоставляющих услуги по созданию рекламы для ее дальнейшего размещения в сети.

Для выяснения мнений пользователей сети Интернет, которые проживают в г. Бресте, о белорусском Интернете и Интернет-рекламе, автором данной статьи в марте 2007 года было проведено маркетинговое исследование, основа которого – это первичная информация, собранная в ходе опроса, проведенного в форме анкетирования.

Цели исследования были следующие:

1. Определение целей использования сети Интернет.
2. Определение времени пользования Интернетом.
3. Оценка пользователями сети качества услуг белорусского Интернет-портала.
4. Определение отношения пользователей сети Интернет к несанкционированной рекламе.
5. Определение видов Интернет-рекламы, на которые больше всего обращают внимание пользователи сети.
6. Оценка пользователями сети качества оформления рекламы в белорусской сети Интернет.

В ходе исследования было опрошено 100 человек, среди них 55 мужчин и 45 женщин, возраст от 20 (30 %) до 40 (15 %) и более лет (5 %), род деятельности: студент (41 %), служащий (37 %), педагог (8 %), предприниматель (14 %), уровень доходов – от 200 тыс. руб. до 600 тыс. руб. и более.

По результатам исследования стало известно (см. рис. 1), что основная цель использования Интернета – поиск информации (53%); далее с большим отрывом следуют развлечения (14%); пользование электронной почтой (13%) и т.д.

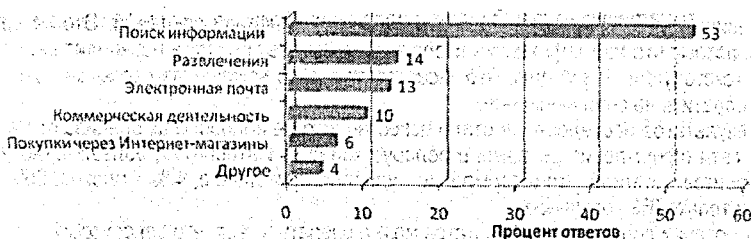


Рис. 1 Цели использования Интернета

Далее автору статьи удалось узнать у респондентов, что более половины из них (55%) проводят от 1 до 3 часов в день в Интернете, до 1 часа - 26 %, от 3 до 5 часов - 7 %, а остальные 12 % - более 5-х часов.

О качестве услуг, предоставляемых белорусскими Интернет-порталами, респонденты высказали следующую информацию: качество удовлетворительное. Самым предпочитаемым Интернет-порталом в РБ был отмечен Tut.by; оценка качественных составляющих которого представлена на рис. 2.

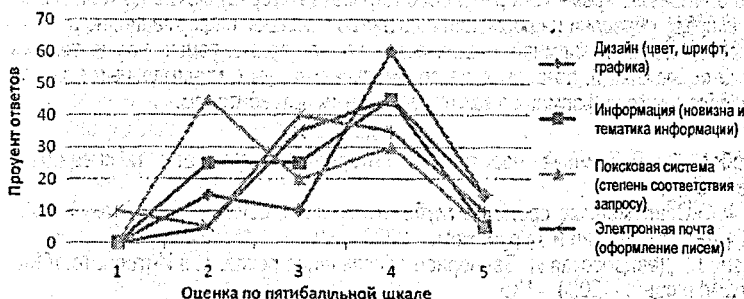


Рис. 2 Результаты оценки пользователями Интернет-портала Tut.by

Как видно из рис. 2, очень низкую оценку (2 балла) большинством пользователей (45%) получила поисковая система. Большинство респондентов (60%) высокую в 4 балла оценку получил дизайн Интернет-портала. Хорошую оценку большим количеством опрошенных получили информационная составляющая и возможности электронной почты. Реклама на сайте была оценена на 3-4 бала.

На вопрос «Доводилось ли Вам получать спам?» большинство (73%) ответило положительно; 21 % респондентов относится к спаму безразлично, но ни у одного человека спам не вызывает одобрения.

Виды рекламы, с которыми пользователи сети чаще всего сталкиваются в сети Интернет распределились следующим образом (см. рис. 3).

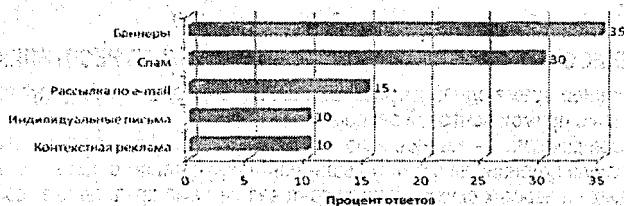


Рис. 3 Предпочтения респондентов по отношению к различным видам Интернет-рекламы

Большинство (35%) чаще всего сталкивается с баннерной рекламой. Это не удивительно, потому что на графические изображения человек быстрее переводит внимание, чем на текстовую информацию. Что касается спама, то неожиданные рассылки всегда заставят обратить на себя внимание.

Из результатов исследования стало известно, что на вопрос «Как оценивают пользователи сети оформление рекламы в белорусской сети Интернет?», большинство (65%) респондентов ответили, что оформление - удовлетворительное, 4% - плохое, 25% - хорошее и только 6% - отличное.

На основании полученных результатов можно сделать вывод, что белорусский Интернет и, в частности, реклама находятся на этапе развития, причем развития бурного, но при этом существует еще много проблем в данной сфере, которые необходимо преодолевать.

При этом необходимо учитывать и то, что существующее законодательство не регулирует в полной мере Интернет-рекламу из-за существования таких причин, как: затруднено определение технических особенностей сети и границ юрисдикций (законодательство какой территории применять), затруднен контроль и привлечение к ответственности нарушителей.

Согласно оценкам, представленным экспертами, рекламодателям надо помнить о том, что наиболее динамично развивающимся информационным сектором остается и будет оставаться в ближайшее время Интернет. Рассматривать Интернет можно не только как универсальную среду передачи информации и средство массовой информации, но и как средство распространения рекламной информации, так как применяемые новые технологии дают новые возможности, позволяющие оптимальным путем с минимальными затратами донести необходимую информацию заинтересованным потребителям.

Литература

1. Арбитайло А. Рекламные носители в интернете – форматы и специфика. // www.registratura.ru
2. Вирин Ф.Ю. Современные средства глубокого анализа рекламных кампаний в Интернете. // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. - №6
3. Клименча Л., Давидовская И. Баннерное обеспечение рекламы в Интернете. // Маркетинг, реклама и сбыт. – 2004. - №5
4. www.tut.by
5. www.promo.ru
6. www.open.by
7. www.akavita.com
8. www.all.by
9. www.bynanner.com
10. www.export.by
11. www.medusa.com.by

УДК 228.24(072)

Шух О.В.

Научный руководитель: ст. препод. Степанюк В.Л.

ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ ПОЧТОВОЙ РЕКЛАМЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В последнее время одной из развивающихся нетрадиционных услуг почты стало распространение прямой почтовой рекламы.

«Почтовая реклама» — термин, используемый для всех форм рекламы, которая рассылается напрямую потенциальным и существующим покупателям с помощью почтовой службы или частных курьерских служб. Прямая почтовая реклама представляет собой прямую почтовую рассылку писем, проспектов, каталогов, прейскурантов, приглашений и т.п.

Распространение рекламно-информационных материалов по почте - один из важнейших элементов рекламных технологий. Существует несколько **видов почтовой рекламы**.

1. **Адресная реклама** - прямая почтовая рассылка материалов рекламного или информационного характера.

2. **Безадресная реклама** - распространение рекламных материалов по почтовым ящикам в любых выбранных городах и районах страны.

3. **Факс-рассылка** - отправка рекламных материалов на факсы.

Прямая почтовая рассылка материалов рекламного или информационного характера обладает неocenимыми **преимуществами** по сравнению с другими видами рекламы:

■ **Невысокая цена.** С точки зрения затрат на каждую единицу, реклама по почте является самой недорогой.

■ **Высокая избирательность.** Реклама по почте позволяет рекламодателю самому подобрать тот круг потребителей, который он хочет охватить. Точность попадания в целевую аудиторию многократно снижает рекламные расходы, поскольку почтовая реклама рассылается, прежде всего, первоочередным клиентам, которые с наибольшей вероятностью могут приобрести этот продукт.

■ **Гибкость территориального охвата.** Большинство средств массовой информации имеют ограничения по количеству читателей, зрителей или слушателей, которых они могут охватить. С помощью рекламы по почте можно охватить 100% интересующих компанию предприятий и частных клиентов. Реклама по почте доходит практически до всех, поскольку каждый имеет почтовый ящик.

■ **Личное обращение к адресату и высокая степень конфиденциальности.**

■ **Индивидуальное воздействие.** Реклама по почте может быть скорректирована под потребности и запросы определенной аудитории. Частный характер почтовой рекламы также позволяет рекламодателю предоставлять ограниченной группе покупателей льготные условия, индивидуальный подход и т.п.

■ **Информативность послания,** т.е. возможность донести до покупателя максимум информации. В рекламных буклетах можно указать полный перечень товаров и услуг, их преимущества и цены.

■ **Отсутствие рекламы конкурентов в почтовых отправлениях.** Из рекламы по TV, радио или в прессе покупатель узнает о предложениях не только конкретной фирмы, но и ее конкурентов, что усложняет его выбор в пользу данной фирмы. Когда же потенциальный покупатель вскрывает письмо и вынимает оттуда образец почтовой рекламы, влияние конкурентов сводится к минимуму.

■ **Неограниченное воздействие во времени,** т.к. попавшая к заинтересованному лицу реклама может сохраняться до совершения сделки.

■ **Высокая степень ответной реакции.** Реклама по почте обычно имеет более высокий процент случаев реагирования на нее со стороны получателей в пересчете на тысячу человек, чем любое другое рекламное средство.

■ **Высокая скорость изготовления и распространения.** Время на изготовление и распространение образа почтовой рекламы значительно меньше по сравнению с большинством других средств, поэтому, когда встает вопрос о скорости, в первую очередь рассматривается возможность почтовой рекламы.

Таким образом, прямая почтовая реклама - недорогой и один из самых эффективных способов донесения подробной рекламной информации до каждого существующего и потенциального покупателя.

Продвижение продукции с помощью прямой почтовой рекламы весьма популярно во всем мире. Что касается Республики Беларусь, то белорусский народ не привык часто получать персональные обращения от предприятий-рекламодателей, в большинстве случаев он лояльно относится к таким сообщениям и поэтому эффективность такой рекламы в нашем государстве выше, чем в странах, где почтовые ящики «завалены» рекламными посланиями.

Хотя эффективность могла бы быть высокой, но в белорусском обществе существуют определенные особенности, такие как:

1. Неиспользование большинством белорусских предприятий прямой почтовой рекламы.
2. Некомпетентность многих руководителей коммерческих структур в вопросах прямого маркетинга. Специалисты многих предприятий практически игнорируют технику составления почтовых посланий и ограничиваются примитивной рассылкой рекламных писем по адресным базам данных, обновляемым не чаще одного раза в год.
3. Отсутствие хорошо организованных баз данных – это даже не особенность, а основная проблема в сфере почтовой рекламы в Беларуси.

Данные особенности прямой почтовой рекламы в Беларуси были выявлены автором статьи на основе собранной и обработанной вторичной информации. С целью их уточнения было проведено дальнейшее исследование, где для сбора первичной информации использовался опрос, который проходил в форме анкетирования. Задача дальнейшего исследования состояла в выяснении отношения респондентов к рекламным предложениям, рассылаемым по почте.

В ходе маркетингового исследования были изучены два сегмента: индивидуальные потребители и потребители-организации. Опрос проводился в г. Бресте методом стандартизированного анкетирования. Было опрошено 100 индивидуальных потребителей и 40 представителей предприятий государственной и частной форм собственности.

Остановимся сначала на результатах опроса индивидуальных потребителей.

В результате исследования стало известно, что у 43% респондентов рекламные письма влияют на выбор в пользу предлагаемых товаров и услуг, а у 47% – такие формы рекламы не вызывают доверия.

На вопрос: «Как часто Вы получаете рекламные письма по почте?» были получены следующие ответы (см. рис. 1).

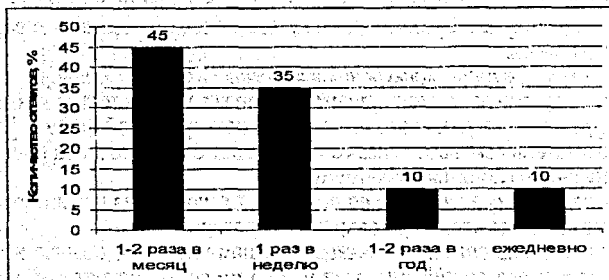


Рис. 1. Количество получаемой рекламной корреспонденции

Оказалось, 45% респондентов получают рекламные послания 1-2 раза в месяц, 35% – 1 раз в неделю, ежедневно – 10%; 1-2 раза в год, тоже – 10%.

Чаще всего респонденты получают по почте информацию о продуктах питания (37%), о косметике и парфюмерии (35%), реже – о продукции легкой промышленности (18%) и о товарах для дома (10%).

Было установлено, что чаще всего респонденты получают рекламные письма от белорусских предприятий (58%). На долю российских предприятий, рекламирующих продукцию с помощью почтовых рассылок у нас в стране, приходится 29%, а европейских – 13%.

В ходе исследования было выявлено, что 57% опрошенных читает рекламную получаемую корреспонденцию, но ничего не заказывает, 25% – прочитав, делает заказ, 8% – вообще не читают (см. рис. 2).

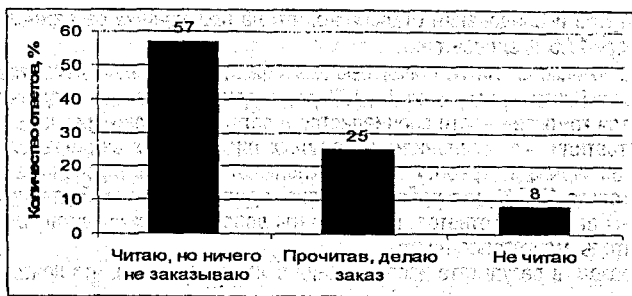


Рис. 2 Реакция респондентов на получаемые рекламные письма

Стало также известно, что 64% респондентов готовы откликнуться на присланные предложения, если будет предложен подарок, 20% - если будут предложены скидки, 11% - при наличии оплаченного конверта с обратным адресом и 5% - в случае бесплатного испытания и возможности возврата.

Теперь рассмотрим результаты опроса представителей предприятий.

В ходе исследования было определено, что 52,5% респондентов считают самым эффективным способом коммуникации почтовую рекламу, 37% - личное посещение и 10,5% - звонок по телефону.

На вопрос: «Сколько в среднем рекламных писем получает Ваше предприятие в неделю?» были получены следующие ответы: менее 20 - 62,5%; от 20 до 40 - 25%; от 40 до 60 - 10%; более 60 - 2,5%.

Было установлено, что среди белорусских фирм чаще всего корреспонденцию такого рода используют фармацевтические, туристические, а также косметические компании и страховые организации.

Почтовая реклама эффективна, когда у фирмы есть сообщение, которое хочется прочитать и затем вступить с фирмой в диалог. По результатам опроса качественные характеристики рекламных писем были оценены по пятибалльной шкале (см. рис. 3). Наиболее количество респондентов (65 %) отдали предпочтение полноте предложенной информации, хотя оценка оказалась ниже максимальной (4 бала), минимальная оценка в один балл не была выставлена ни одним из опрошенных.

Исходя из информации рис. 3, можно сделать вывод, что разработчикам такого рода рекламных посланий нужно уделить должное внимание как их оформлению, так и написанию, ибо не прочувствовав в обращении пользы и выгоды от коммерческого предложения, следующая рекламная корреспонденция от этого рекламодателя будет сразу падать прямо в мусорное ведро его получателя.

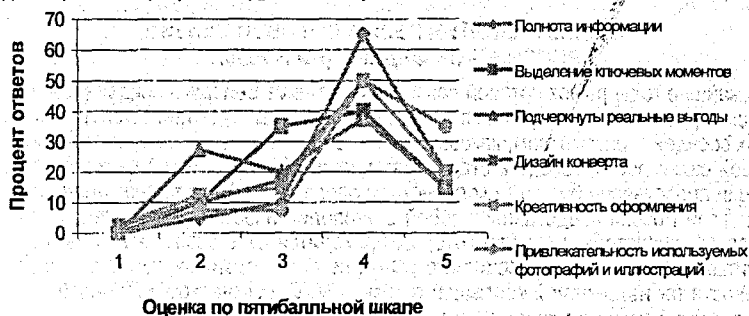


Рис. 3. Результаты оценки качественных характеристик рекламных писем

Из результатов исследования стало ясно, что на присланные рекламные предложения откликается 17,5 % адресатов.

На вопрос: «Является ли почтовая реклама обязательным элементом маркетинговых коммуникаций на Вашем предприятии?», 75% респондентов ответили утвердительно - да.

Что касается компетентности специалистов в области почтовой рекламы, то 45% опрошенных ответили, что созданием рекламных писем у них занимаются работники «самоучки»; 30 %, что эту работу за них выполняют специализированные рекламные агентства и только 17,5 %, что работу выполняет дипломированный специалист. Кроме предложенных вариантов ответов, респонденты дополнили их следующими (7,5%): делопроизводитель, маркетолог, никто.

Таким образом, в результате исследования было определено, что почтовая реклама в РБ пока испытывает значительные трудности, связанные с отсутствием достаточного опыта и необходимых традиций. Поэтому, планируя кампании прямой почтовой рекламы в Беларуси, организации используют зарубежный опыт, поскольку за рубежом почтовая реклама уже давно пользуется заслуженным вниманием рекламодателей.

Приятно то, что с каждым днем прямая почтовая реклама все больше и больше завоевывает белорусский рекламный рынок как один из самых эффективных способов воздействия на потребителя. Причина проста: кратчайшим расстоянием между двумя точками является прямая, а из всех средств массовой информации прямая почтовая реклама обеспечивает "самую прямую линию" для выхода на потребителя.

Литература

1. Акулич И.Л. Маркетинг. – Мн.: Выш. шк., 2002.
2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. - СПб.: "Питер", 1998.
3. www.belpost.by
4. www.belpages.com
5. www.clickz.com
6. www.directmails.ru
7. www.direct-post.ru
8. www.iteam.ru
9. www.konvert.by
10. www.vitarium.by
11. www.htushka.com

УДК 621.395.721.5 (470)

Хилимонюк К.А., Кречик А.

Научный руководитель: к.э.н., проф. Медведева Г.Т.

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ РЫНКА СОТОВОЙ СВЯЗИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В 2006г.

В ближайшие годы рынок сотовой связи в Республике Беларусь войдет в завершающую стадию роста. Что же ждет нас в не столь отдаленном будущем? Обратимся к опыту наших соседей и рассмотрим, каковы основные возможные тенденции развития рынка сотовой связи при переходе к стадии насыщения. Рынок сотовой связи Российской Федерации представлен большим количеством операторов. В настоящее время сегмент сотовой связи России представляет собой олигополистический рынок, где доминируют три основных оператора, на долю которых приходится 87% совокупных объемов продаж. Учитывая особенности российского рынка сотовой связи, рассмотрим результаты деятельности так называемой «большой тройки» - МТС, Вымпелком и Мегафон.

Основные тенденции развития рынка сотовой связи:

1. Замедление темпов роста рынка.

2. Снижение агресси сменяется его стабилизацией.
3. Конкуренция за активы переносится из России в другие страны СНГ.
4. Активные действия операторов: увеличение маркетинговой активности, репозиционирование брэнда, ввод конвергентных услуг, попытка установления более жесткого контроля над рынком VAS.

1. Объем и динамика рынка

Рынок сотовой связи России достиг зрелости - услугами сотовой связи в стране пользуется более 70% населения. Тем не менее, рынок остается очень фрагментированным в силу большой географической территории страны и различий в уровне жизни населения в регионах. В первом полугодии 2006 года российские операторы подключили еще порядка 14 миллионов абонентов, увеличив общее количество мобильных пользователей в России до 140,2 миллиона, а уровень проникновения - до 96,6%. В августе 2006 года уровень проникновения в стране преодолел знаменательный рубеж в 100%. Реальный уровень проникновения (доля пользователей в общем количестве жителей страны) составляет 70-75%.

Анализ поквартальной динамики прироста абонентской базы в России свидетельствует о значительном замедлении темпов роста рынка - в первых двух кварталах 2006 года было подключено на 39% меньше новых пользователей, чем в аналогичном периоде 2005 года. 2005 год стал рекордным по количеству новых подключений - на его долю пришлось более трети всех новых пользователей сотовой связи за всю историю ее существования в России (более 51 миллиона подключений). [5]

Прирост количества активных абонентов за 2006 год составил около 32% от прироста количества учитываемых операторами SIM-карт. Количество активных абонентов в РФ по итогам 2006 года составило около 87,3 млн., что составляет всего 57,5% от заявляемого сотовыми операторами количества учитываемых сим-карт. Степень проникновения по активным абонентам в РФ по итогам 2006 года достигла уровня 60,1%. [5] Становится совершенно очевидно, что российский рынок сотовой связи уже вошел в стадию «зрелости» - потенциал дальнейшего роста численности активных абонентов в РФ по оценкам экспертов составляет не более 10%.

2. Динамика ARPU

Показатель ARPU демонстрирует свойственное зрелому рынку замедление темпов падения. Ожидается стабилизация этого показателя в ближайшем будущем. Региональное развитие, возрастающая конкуренция и освоение низкодоходных сегментов пользователей приводит к снижению показателя ARPU (средний доход от абонента). По итогам 2005 года показатель ARPU в РФ снизился на 27% по сравнению с 2004 годом до \$8,6, что в три раза меньше, чем в Европе, и в пять раз меньше, чем в США. [5]

Средний доход на одного регионального абонента в месяц снизился до 7,3 доллара США, что ровно в два раза меньше среднего дохода на одного московского абонента. В первом полугодии 2006 года падение ARPU замедлилось - по сравнению с аналогичным периодом 2005 года этот показатель снизился только на 14% и составил \$7,8. [5] Снижение темпов падения среднего дохода на одного абонента в месяц свидетельствует о постепенной стабилизации этого показателя на российском рынке сотовой связи, которая свойственна всем рынкам по достижении ими фазы зрелости. Опыт других стран показывает, что после этого этапа ARPU можно не только удержать на определенном уровне, но и стимулировать его рост. Чтобы понять причины снижения показателя ARPU, необходимо проанализировать поведение двух его составляющих - среднего количества минут на абонента в месяц (MoU) и средней стоимости минуты (APPM).

В настоящее время показатель MoU в России составляет 124 минуты, что в 1,5-2 раза ниже, чем в странах Западной Европы, а показатель APPM - 6 центов, что в 2,5-3

раза ниже, чем в странах Западной Европы. [5] Среди причин низкого MOU и, соответственно, ARPU в России можно отметить низкую стоимость фиксированной связи - большая часть абонентов использует мобильный телефон только в случае необходимости. Кроме того, необходимо отметить и низкие доходы населения: на услуги сотовой связи житель РФ тратит 5,4% своего дохода, в то время как житель Великобритании - только 2,8%. На снижение показателя ARPM оказало влияние резкое снижение цен на трафик на протяжении последних нескольких лет. Это снижение было вызвано конкурентной борьбой операторов. В результате произошло значительное снижение ARPM, что отразилось на эффективности бизнеса. Часть голосового трафика отнимают альтернативные технологии доставки голоса, такие как IP-телефония, а также неголосовые способы общения (SMS, e-mail, ICQ и т.д.).

3. Экспансия в страны СНГ.

Конкуренция за активы переносится из России в другие страны СНГ. Однако, как и следовало ожидать, выход российских операторов на рынки СНГ сопровождается рядом сложностей и конфликтов. Несмотря на активную экспансию, совокупная доля рынка операторов «большой тройки» в объеме рынка сотовой связи стран бывшего СССР в денежном выражении по итогам 2006 года не выросла и составила 36% по итогам 2006 года. Рост по итогам 2006 года зафиксировал только ВымпелКом, которому удалось увеличить свою долю рынка с 4% до 7%. [2]

4. Активные действия операторов.

Еще в начале прошлого года операторы большой тройки начали активно готовиться к наступающей «зрелости» рынка. Из самых заметных тенденций в работе операторов большой тройки можно выделить следующие:

1. Смена брэнда, репозиционирование и связанная с этим активизация маркетинговых усилий. Данные действия можно рассматривать как работу операторов по повышению лояльности среди абонентов, посредством не только предоставления бонусных программ, основанных на сроке жизни абонента или его объемах платежей, но и на установлении прочной эмоциональной связи с брэндом. Нелояльность абонентов выражается в постоянной миграции абонентов от оператора к оператору, что и отражается в превышении объема проданных контрактов над объемом прироста абонентских баз сотовых операторов. За 2006 год сотовые операторы потратили на нелояльных абонентов около 205 MUSD, что практически соответствует уровню 2005 года. В состав затрат включаются затраты на маркетинг, продажи и дилерские комиссионные за продажу контрактов. Несмотря на плавное снижение показателя SAC (затраты на привлечение одного абонента) на российском рынке в 2005 году на 10% относительно 2004 года, 2006 год характеризовался ростом показателя SAC. В условиях сокращения общего объема затрат сотовых операторов на привлечение абонентов в 2006 году относительно 2005 года на 35%, следует отметить рост доли затрат на нелояльных абонентов до уровня 41% в совокупных объемах затрат на привлечение абонентов. За 2006 г. совокупный объем затрат сотовых операторов на привлечение абонентов составил примерно 520 MUSD. [1]

2. В 2006г. операторы предприняли активные действия для стабилизации показателя ARPU и сохранения темпов роста своих доходов. Среди прочего следует отметить постепенный переход российских операторов сотовой связи на рублевую тарификацию, что привело к общему росту стоимости сотовой связи для абонентов. Также внедрение принципа Calling Party Pays (CPP) в середине 2006 года привело к кардинальным изменениям в межоператорских отношениях и тарифной политике операторов сотовой связи.

3. Концепция конвергенции сетей фиксированной и мобильной связи (Fixed Mobile Convergence — FMC) владеет умами «игроков» телекоммуникационного рынка уже на протяжении нескольких лет. Решения FMC позволяют объединить офисные и мобиль-

ные телефоны корпоративных клиентов в единую сеть. Российские операторы связи один за другим внедряют в своих сетях услуги на основе FMC. Так, например, в начале 2006 г. компания "МТС" начала тестирование услуг FMC, а затем анонсировала их на выставке "ИнфоКом-2006". Спустя два с небольшим месяца "МТС" и оператор фиксированной связи компания "Толден Лайн" объявили о запуске в коммерческую эксплуатацию в Москве совместной услуги "FMC: Единая корпоративная сеть". [10]

4. Попытка ужесточения контроля над рынком мобильного контента и VAS. В поисках путей увеличения доходов операторы уделяют больше внимания развитию дополнительных услуг, в частности, усовершенствованию своих транспортных сетей в сторону увеличения скорости передачи данных и установлению более жесткого контроля за развитием рынка контент-услуг. Операторы придают большое значение качеству предлагаемого контента, а также ужесточают контроль над его происхождением: абоненту нужен легальный качественный материал.

Итоги 2006 года в Республике Беларусь.

Главным итогом года стало достижение примерного технологического паритета и примерного паритета по качеству связи основных конкурентов, МТС продолжает укреплять свои позиции в качестве лидера по числу абонентов. После корректировки абонентской базы VELCOM, отрыв лидера от преследователя составил уже 605 тыс. абонентов при 53,8% рынка. VELCOM, остающийся очень сильным игроком, сейчас на подъеме - при лидерстве по территории радиопокрытия, оператор является лидером по ценовому предложению для сегмента сельских потребителей. Таким образом, на вновь освоенных территориях VELCOM имеет шансы прочно закрепиться до появления там связи МТС. За абонентов крупных городов (с 2007 года - и более мелких) продолжает активно бороться набирающий обороты BeСТ. К сожалению, кроме того, что конкурентная среда для МТС в наступившем году стала менее благоприятной, приходится констатировать еще и рост политических рисков для оператора, имеющего российское происхождение. [7]

По итогам 2006г. можно с уверенностью сказать, что инициатива МТС России провести ребрендинг всех своих «точек» сказалась в целом положительно на результатах МТС Беларусь. Предположительно, основные конкуренты также будут вынуждены несколько «освежить» в сознании потребителя имидж своего бренда. В первую очередь это касается основного конкурента МТС – СП ООО «МЦС», и, возможно, следует ожидать таких действий от компании BeCel в отношении торговой марки Diallog, что связано с очевидным отказом от борьбы за большую аудиторию среди абонентов связи и возможным фокусировании на предоставлении услуг по передаче данных. Деятельность на рынке оператора BeСТ не окажет существенного влияния ближайший год. Причиной, очевидно, является значительное отставание в развитии инфраструктуры и, как следствие, «эффект притяжения» сетей конкурентов. С этой причиной BeСТ справится не раньше чем через год, учитывая даже факт межоператорских соглашений на кросс-размещение оборудования. «Эффект притяжения сети» будет также преодолеваться с помощью долгосрочных акций с заниженными тарифами или бесплатным «тестированием» услуг.

В целом, выросшее за год с 41,7% до 60,8% проникновение еще поле минимум для двух лет бурного роста. И хотя процентный показатель темпа прироста год от года снижается, в среднем в 2006 году база росла на 156 тыс. абонентов против 137 тыс. годом и 110 тыс. двумя годами ранее. В ближайшие два года, скорее всего, будет наблюдаться привычная для абонентов активность операторов в части сезонных предложений. Следующие два года пройдут под знаком снижающихся темпов роста абонентских баз на фоне роста дохода операторов сотовой связи. Также будет наблюдаться закономерное снижение показателя агр. т.к. в основном неохваченные активы лежат за пределами городов, а следовательно обладают более низким уровнем дохода. Также в ближайшие годы мы вправе ожидать появления услуг на базе 3G.

Таким образом, ближайшие значимые события на рынке сотовой связи РФ будут связаны с развитием национального оператора, предоставлением лицензий на строительство сетей 3-го поколения и обострением конкуренции на фоне перехода рынка к стадии зрелости.

Литература

1. «150 MUSD за нелояльных абонентов - цена вопроса для сотовых операторов РФ за 1Q06-3Q06» www.mforum.ru/analit/pubs/038238.htm
2. «Итоги 2006 года: Без роста доли рынка. Экспансия российских операторов на рынки бывшего СССР» www.mforum.ru/analit/pubs/039620.htm
3. «Итоги 2006 года: Рост закончен - Количество активных абонентов сотовых операторов в РФ в 2006 году увеличилось всего на 8,4 млн» www.mforum.ru/analit/pubs/038930.htm
4. «Итоги 2006 года - 68 из 100 рублей, потраченных физическими лицами в РФ на услуги связи, достанутся сотовым операторам» www.mforum.ru/analit/pubs/038715.htm
5. «Мифы и реальность рынка сотовой связи РФ» www.mforum.ru/analit/pubs/037359.htm
6. «Некачественные» абоненты» www.cnews.ru/reviews/free/telecom2005/articles/cellular.shtml
7. «Обзор рынка сотовой связи Беларуси. Декабрь 2006 года» <http://www.it-belarus.net/publications/view/138/>
8. «Россия вошла в тройку по числу сотовых абонентов в мире» <http://www.comnews.ru/index.cfm?id=25805>
9. «Считаем абонентов: Россия сотовая в феврале 2007 года.» www.mforum.ru/news/article/040362.htm
10. «Что такое конвергенция?» [www.sib.com.ua/archiv/4\(23\)2005/konverg/konverg.htm](http://www.sib.com.ua/archiv/4(23)2005/konverg/konverg.htm)

УДК 321.01

Калюхович И.Н.

Научный руководитель: ст. препод. Данилов Ю.Д.

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ СТРУКТУРА СОВРЕМЕННОГО ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

Гражданское общество структурно представлено своими организациями и объединениями во всех общественных сферах. Значительная их часть приходится на экономическую, социально-политическую и духовную сферы.

В экономической сфере функционирует широкая сеть организаций гражданского общества, образованных негосударственными предприятиями (промышленными, торговыми, финансовыми и другими). Об этих предприятиях можно сказать, что, во-первых, в современных государствах они составляют абсолютное большинство. В Англии, во Франции, в Австрии и других западноевропейских странах 4/5 всех предприятий - негосударственные. [1, 36]. В США же вообще нет государственных промышленных и торговых предприятий, нет и государственных коммерческих банков. Во-вторых, будучи негосударственными, они возникают и функционируют в условиях рыночной экономики со всеми вытекающими из этого последствиями: экономическими рисками, вероятностью банкротства, жесткой конкурентной борьбой и многим другим. С целью предотвратить нежелательные последствия рыночной стихии, воздействовать на государство, требуя обеспечения экономической и политической стабильности как важнейших условий для нормального функционирования предприятий в хозяйственной сфере, и создаются многочисленные объединения и организации бизнеса. Например, в России, которая относи-

тельно недавно начала строительство рыночной экономики, практически все новые субъекты хозяйственного процесса (кооперативы, арендные предприятия, акционерные общества, товарищества с ограниченной ответственностью, коммерческие банки, биржи и т.д.), создали свои организации, ассоциации, клубы, центры и другие формы объединений, представляющие гражданское общество в экономической сфере. [2, 89].

В разных странах и в разные времена конкретные цели организаций гражданского общества в экономической сфере могут меняться, но магистральные, стратегические направления их активности остаются неизменными. Достигается это посредством участия их представителей в высших организациях государственной власти, в подготовке проектов нормативных правовых актов или их экспертизе. Степень участия организаций гражданского общества в процессе принятия государственных решений достаточно высока в Австрии и Швейцарии. Специалисты объясняют это высоким уровнем развития и сплоченности данных организаций. В то же время в таких странах, как Канада и Италия, это участие слабее, что объясняется замкнутостью и раздробленностью созданных в сфере бизнеса организаций и объединений. [2, 91]. Отличительные цели и направления деятельности объединений и организаций в экономической сфере гражданского общества прослеживается в структуре, целях и направленности активности практически любого объединения в сфере бизнеса.

Социально - политическая сфера гражданского общества включает: общественно - политические организации и движения; различные формы общественной активности граждан (митинги, собрания, демонстрации, забастовки); органы общественного самоуправления по месту жительства или в трудовых коллективах; негосударственные средства массовой информации. Особо следует оговорить принадлежность политической сфера партий к гражданскому обществу. Дело в том, что если какая-либо политическая партия является правящей и, следовательно, влияет в государственную структуру, во властные органы государства, она не может в полном смысле рассматриваться как институт гражданского общества. (Пример - КПСС в бывшем СССР) [2, 114]. В то же время, в условиях многопартийности те политические партии (иногда их десятки), которые не находятся у власти, вполне отвечают критериям субъектов гражданского общества. Они являются негосударственными объединениями (организациями), существуют независимо от государства и стремятся к реализации своих интересов.

Организации и объединения социально - политической сферы гражданского общества создаются и действуют, как и все субъекты гражданского общества, на основе общественной инициативы. Свои социальные интересы стремятся реализовать через данные организации и предприниматели, и наемные рабочие. Союзы предпринимателей отражают главным образом коллективные интересы собственников, связанные с использованием наемного труда. Эти интересы касаются стремления к мирному урегулированию трудовых конфликтов, предотвращения забастовок, убеждения (и стимулирования) рабочих не вступать в профсоюзы. Предпринимательские союзы стремятся к проведению единой политики в отношении уровня заработной платы, продолжительности рабочей недели и в отношении многого другого. Социальные интересы трудящихся тесно связаны с экономическими, поэтому вполне закономерно, что социальные институты гражданского общества являются средством достижения экономических интересов. Одной из таких форм, созданных на основе общественной инициативы, является широко развитое рабочее представительство на предприятиях, то есть организации и объединения рабочих в целях реализации разного рода интересов. Оно признано законным, функционирует легально, его члены защищены юридически от преследований и увольнений. Основные функции, выполняемые организациями лиц наемного труда на предприятиях:

- во-первых, такие представительства имеют право изучать и обобщать требования рабочих, касающиеся уровня заработной платы, охраны труда, трудовых отношений, распорядка работы, продолжительности рабочей недели, профессиональных заболеваний, продолжительности оплачиваемых отпусков, социального страхования и пенсионного обеспечения;

- во-вторых, в функции этих организаций входит участие в управлении различными социальными учреждениями, предназначенными для коллектива предприятия (жилой фонд, дома отдыха, столовые, библиотеки, спортивные и культурные комплексы).

В разных странах права и функции рабочего представительства в части управления указанными социальными учреждениями различны. Они определяются соответствующим законодательством в каждой стране. Наиболее разработано и проверено многолетней практикой это законодательство во Франции. Поэтому целесообразно рассмотреть основные его положения, отражающие возможности организаций гражданского общества в социальной сфере, в частности возможности заводских комитетов страны. Во Франции заводские комитеты имеют право предварительной консультации. Это означает, что ни один предприниматель не имеет права принять какие-либо производственные шаги, не уведомив об этом предварительно заводской коллектив. Это касается управления производством, изменений численности и структуры штатов; продолжительности рабочей недели, мероприятий по внедрению новой технологии, изменений, связанных с организацией предприятия - юридической и экономической; получения документации, содержащей сведения о предприятии. Предприниматель обязан предоставлять каждому члену заводского комитета материалы, отражающие юридическую форму предприятия, распределение капитала между акционерами, положение предприятия в отрасли; получения информации о своем предприятии, находящейся в различных государственных учреждениях и ведомствах. Члены заводских комитетов имеют право знакомиться с теми же документами, которые предоставляются работникам министерства финансов и налогового управления. Это право очень важное, поскольку члены заводских комитетов таким образом имеют возможность проверить информацию, данную предпринимателем. Но что является еще более важным, так это укрепление независимости, позволяющей более плодотворно проводить защиту социальных интересов работников. Заводские комитеты возникают не только в частных, но и на государственных предприятиях. Это тот случай, когда гражданское общество «вклинивается» в государственный сектор. [3].

Организации гражданского общества в социальной сфере далеко не ограничены теми, о которых шла речь. В ряде государств многие из них возникли уже в начале нашего столетия и имели большое национальное значение. Например, в 1906 г. Американская национальная ассоциация с помощью так называемой социальной рекламы призвала население своей страны предотвратить пагубные последствия энергетических компаний для Ниагарского водопада. В США многие годы действовал Комитет по общественной информации. В задачу этой негосударственной организации входило обеспечение широкой и объективной информации о событиях в стране и за ее пределами. В годы Второй мировой войны Комитет был преобразован в Рекламный совет, главная задача которого - мобилизовать нацию, чтобы одержать победу над фашистской Германией. В современных условиях данный Совет средствами рекламы организует реализацию многочисленных социальных программ. Одной из широких программ такого рода была кампания борьбы со СПИДом, ее рекламное обеспечение провел Рекламный совет. Он первый вынес на обсуждение американцами проблемы неграмотности населения; насилия над детьми. Совет создал образ водителя, не допускающего управления автомобилем в нетрезвом состоянии, провел кампанию по борьбе с курением, подготовил для те-

левидения материал о вреде наркотиков. Финансируют работу Рекламного совета американские деловые круги. Ежегодные расходы его превышают 800 млн. дол. [3].

Духовная сфера гражданского общества призвана обеспечить свободу мысли, слова, реальную возможность публично высказать свое мнение, самостоятельность и независимость творческих объединений. [4, 168]. Она непосредственно связана с образом жизни людей; их нравственностью, научным творчеством, духовным совершенствованием. Можно привести многочисленные примеры организаций гражданского общества, среди которых объединения актеров, научных работников, литераторов.

Гражданское общество в духовной сфере включает также многочисленные организации, выполняющие национальный и человеческий долг. В России, например, такой организацией является недавно созданный Союз по охране памяти о погибших защитниках Отечества. Союз проводит огромную работу по восстановлению имен солдат и офицеров, отдавших свои жизни за свободу родины и до сих пор числящихся в списках без вести пропавших. Входящие в Союз группы «Поиск» и «Искатели» выполняют великую миссию поиска и захоронения останков воинов, погибших в Великой Отечественной войне. [2, 127].

Таким образом, можно сделать вывод, что структура гражданского общества носит в основном горизонтальный характер: все организации гражданского общества относятся к числу добровольных, самоорганизующихся и самоуправляющихся. Однако в гражданском обществе не исключены и вертикальные связи, возникающие тогда, когда ряд однотипных объединений организует местный орган, членами которого они становятся. [5, 64].

Литература

1. Мигранян А.М. Гражданское общество // Опыт словаря нового мышления. - М., 1989.
2. Левашов В.К. Гражданское общество в современной России (социологические изменения). - М., ИСПИ РАН, 2006.
3. <http://www.iiseeps.org>
4. Социологическая энциклопедия под общ. Ред. Данилова А.Н., Мн.: БелЭн, 2003.
5. Inglehart R. Human Values and Social Change. Findings from Values Surveys. Leiden, 2003.

УДК 574(075)

Назарук М.В.

Научный руководитель: Коломийцева О.В.

КОНЦЕПЦИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Современная глобальная экономическая система достигла той критической точки, в которой проблемы загрязнения природы являются настолько серьезными, что ставят под вопрос развитие всей земной цивилизации.

Экономическая теория нашего времени ориентирована только на экономические результаты, она не позволяет создать производственную систему, учитывающую интересы будущих поколений. Современный человек стремится к достижению краткосрочного результата, его беспокоят больше свои личные проблемы, чем общественные. Это связано с тем, что сложно объективно оценить действия, которые ориентированы на благо всего общества. Для большинства людей собственное материальное благосостояние играет главную роль, и ради него они согласны на дальнейшее уничтожение той среды, частью которой сами и являются.

Одними из первых на эти проблемы обратили внимание члены Римского Клуба, объединяющего выдающихся ученых, бизнесменов и государственных деятелей, которые в

1972 г. подготовили доклад "Пределы роста". Авторы (Д. Медоуз, Й. Рандерс, У. Беренс). Они пришли к выводу, что, если существующие тенденции роста численности населения мира, индустриализации, загрязнения окружающей среды, производства продуктов питания и истощения ресурсов останутся неизменными, пределы роста на нашей планете будут достигнуты в течение ближайших 100 лет. Наиболее вероятным результатом этого станет внезапное неконтролируемое снижение численности населения и объема производства. Заслуживают внимание также такие концепции «пределов роста», как концепция Ф. Осборна, Печчеи, концепция «нулевого роста», а также концепция «устойчивого развития», которой посвящена данная работа.

Экономическое развитие не может остановиться, оно должно пойти по иному пути, перестав столь активно разрушать окружающую среду. Есть возможность разумного экономического роста, благодаря новым открытиям ресурсных возможностей природы, новым технологическим открытиям, и концепции «устойчивого развития», которая предполагает такое использование экономических ресурсов планеты, которое позволит достойно существовать и нынешним, и будущим поколениям человечества.

Таким образом, необходима смена основной экономической парадигмы.

Экономика должна удовлетворять потребности людей, но ее рост должен вписываться в пределы экологических возможностей планеты. Вместо хаотичного беспредельного роста необходимо сбалансированное устойчивое развитие цивилизации.

Основные подходы к необходимости создания концепции устойчивого развития были заложены в 1972 г. на Стокгольмской конференции по окружающей среде - первой всемирной встрече по проблемам экологии.

В 1983 г. Организация Объединенных Наций создала комиссию по окружающей среде и развитию (ЮНЕП). В подготовленном комиссией докладе "Наше общее будущее", в частности, отмечалось, что человечество способно сделать развитие устойчивым, чтобы оно удовлетворяло нужды настоящего, не подвергая риску способность будущих поколений удовлетворять свои потребности.

В 1989 г. Организация Объединенных Наций начала готовить Конференцию по развитию и окружающей среде, чтобы сформулировать принципы достижения устойчивого развития. Эта Конференция состоялась в июне 1992 г. в Рио-де-Жанейро и явилась крупной встречей мировых лидеров и высокопоставленных должностных лиц из 179 государств мира. В результате встречи были согласованы и приняты пять основных документов, декларирующих принципы природоохранной деятельности, в том числе, Повестка дня на XXI век - программа того, как сделать развитие устойчивым с социальной, экономической и экологической точек зрения. Эта программа призывает правительства всех стран мира принять национальные стратегии устойчивого развития.

Устойчивое развитие — новая стратегия общественного развития, которая ориентирует на достижение долгосрочных целей, предполагая, что удовлетворение потребностей нынешнего поколения не должно осуществляться в ущерб потребностям будущих поколений.

С тех пор во многих странах мира в развитие решений в Рио-де-Жанейро и последующих международных форумов проводится экономическая политика, учитывающая экологические аспекты. Принимаются законы, которые юридически защищают окружающую среду и создают базу для устойчивого развития.

Наиболее успешно экономическую политику с экологической ориентацией проводят промышленно развитые и новые индустриальные страны.

В первую десятку стран, разработавших наиболее жесткое экологическое законодательство, входят: Германия, США, Канада, Ирландия, Норвегия, Швейцария, Швеция, Финляндия, Япония, Сингапур.

Наиболее активно используют экологическое законодательство для повышения конкурентоспособности и расширения своих позиций на мировых товарных рынках такие страны, как Сингапур, Ирландия, Гонконг, Новая Зеландия, Португалия, Норвегия, Малайзия, Швеция, Финляндия и Китай.

Необходимо отметить, что идеи, заложенные в концепции устойчивого развития, перекликаются с теорией "ноосферного развития". ("ноос" - в переводе с греческого - разум). Основоположником этой теории был выдающийся русский ученый В.И. Вернадский. "Ноосферное" развитие должно базироваться на четком понимании того, что Человечество является частью Природы и должен подчиняться ее законам. Без сохранения природы невозможно продолжение рода человеческого. Уничтожая природу, мы тем самым уничтожаем свое будущее.

Устойчивое развитие предполагает гармоничное развитие экологической, экономической и социальной подсистем в единстве, причем устойчивость социальной и экономической подсистем становится возможным только при условии поддержания устойчивого развития экологической подсистемы.

Путь устойчивого развития предполагает разграничение понятий «рост» и «развитие». Целью развития экономической системы в современных условиях является ее количественный рост: увеличение объема товаров и услуг за счет экстенсивных и интенсивных факторов. В отличие от процесса роста, процесс развития предполагает качественное преобразование системы, повышение эффективности производства при постоянном и даже уменьшающемся количестве используемых ресурсов.

В случае неустойчивого роста экономический подъем сменяется кризисом. В конце концов, увеличение масштабов деятельности до критической величины может привести к полному исчерпанию источников экономического роста и стать причиной разрушения социальной системы. Для того чтобы не допустить развитие такого сценария, необходимо предусмотреть ликвидацию диспропорции между потребностями в природных ресурсах и их наличием. Эта цель достижима при условии ограничения обществом своих материальных запросов, снижения степени воздействия на окружающую среду, путем перераспределения средств на воспроизводство природно-ресурсного потенциала, финансирования мероприятий, направленных на его сохранение. Следствием является снижение нормы прибыли на физический капитал. В результате, текущие темпы роста замедляются, однако это гарантирует базу для их сохранения на постоянном уровне в течение длительного времени.

Несмотря на понимание всеми членами сообщества данной проблемы, внедрение концепции устойчивого развития протекает крайне медленно, формально.

Затруднения в реализации стратегии устойчивого развития связаны с несогласованностью действий различных стран. Данная проблема возникает по разным причинам:

1. Разный уровень экономического развития. Для развивающихся стран ускоренный экономический рост является основополагающей целью. Причем чаще всего рост происходит за счет экстенсивного использования природных ресурсов.

Именно развитые страны являются основными потребителями ресурсов, добываемых в развивающихся странах. Видно, что для реализации концепции устойчивого развития необходимым становится оказание поддержки развивающимся странам, которое могло бы осуществляться путем прямых и не прямых инвестиций в охрану природы (внедрение новых ресурсосберегающих технологий; строительство природоохранных объектов; ведение просветительской работы среди населения), кроме этого, проведение правительственными и неправительственными организациями различных программ, направленных на развитие гражданского общества. Но, главное, что может повлиять на смену ситуации в пользу концепции устойчивого развития, это изменение экономической

политики развитых стран, которые не должны транжирить ресурсы развивающихся стран без последствий и ответственности.

2. Необязательность выполнения международных соглашений в области охраны природы, что приводит к усугублению отрицательного воздействия на окружающую среду стран, не присоединившихся к таким соглашениям.

3. В качестве другой причины отсутствия организованной работы всех стран, можно назвать проблему претворения войны. Согласованных действий на мировом уровне никогда не будет при международных конфликтах (которые иногда и возникают в попытке захвата особо ценных ресурсов).

4. Отсутствие единой научной и информационной базы для анализа эколого-экономических проблем, т.е. нет единого общего подхода к данной проблеме. Это выражается как в отсутствии единой теоретической экономической платформы, так и в недостаточности знаний для оценки, прогноза и установления во всей полноте причинно-следственных связей, приводящих к изменениям окружающей среды. В значительной степени это связано с отсутствием системы надежного мониторинга и несопоставимостью данных из-за различий в методике их сбора (социально-экономические и экологические данные). Следствием этого является отсутствие механизма реализации на мировом уровне, на основании которого можно будет строить стратегию действий для конкретной страны.

Все проблемы могли бы быть решены путем создания органов глобальной координации природоохранной деятельности, которые бы стимулировали правительства различных стран к согласованным действиям. Такие органы могли бы разрабатывать программы для конкретных стран и; одновременно осуществлять контроль за их проведением и выполнением, а также за справедливым перераспределением ресурсов и средств между развитыми и развивающимися странами и дальнейшим рекомендациям в данной сфере. Эффективность этих органов может быть только при абсолютной обязательности выполнения поставленных ею задач для всех стран. Но это противоречит таким понятиям, как суверенитет, экономическая независимость, поэтому есть сомнение, что мировое сообщество когда-либо согласится на такие условия даже на грани исчезновения всей человеческой цивилизации.

Еще один возможный способ разрешения экологической нестабильности — это изменение мировоззрения человека. Здесь основную роль играет образование, выраженное в экологическом воспитании и просвещении.

Экологическое воспитание и просвещение (формальное и неформальное образование в области окружающей среды) — это формирование у человека сознательного восприятия окружающей природной среды, убежденности в необходимости бережного отношения к природе, к разумному использованию ее богатств, пониманию важности приумножения естественных ресурсов. В современных условиях экологическое воспитание и просвещение — важнейшая из основ процесса гармонизации взаимодействия общества с природой. Задача такого воспитания является сложной, комплексной, приобретающей все большую актуальность. Ее решение способствует формированию у человека высокосоциального, ответственного отношения к обеспечению благоприятной по качеству окружающей среды. В эту задачу входит пробуждение широкой инициативы и активной жизненной позиции граждан, которые требуются для решения экологической проблемы. Другими словами, воспитание с экологической направленностью должно стать приоритетным направлением.

В связи с этим на государственном уровне следует разработать меры, предусматривающие улучшение подготовки учащихся школ, средних специальных и высших учебных заведений в области экологии, подготовку и выпуск в более широких масштабах высококвалифицированных специалистов этого профиля, способных умело, по-хозяйски вовлечь в дело огромные природные ресурсы. Предписывается усиление работы по рас-

пространению среди населения экологических знаний, рациональному использованию и воспроизводству природных ресурсов.

Важное значение приобретает изменение психологии человека и его отношения к окружающей среде. Возможно, что экологический кризис — это во многом мировоззренческий философско-идеологический кризис.

С этой точки зрения, экологические проблемы невозможно решить без формирования у населения экологического сознания. Экологическое сознание — совокупность представлений (как индивидуальных, так и групповых) о взаимосвязях в системе "человек - общество - природа" и в самой природе, существующего отношения к природе, а также соответствующих стратегий и технологий взаимодействия с ней.

Формирование высокой экологической культуры — одно из важнейших условий общественного и научно-технического прогресса. Экологические знания являются основой формирования экологической культуры. Экологическая культура предполагает наличие у человека определенных знаний и убеждений, готовности к деятельности, а также практических действий, согласующихся с требованием бережного отношения к природе. Экологическое образование и воспитание предусматривают формирование системы взглядов и убеждений, обеспечивающих бережное отношение к окружающей природе, а также высокую культуру поведения и выполнение конкретных действий, направленных на оздоровление и сохранение природы.

Центральное место в социально-экологическом образовании принадлежит идее единства человека, общества и природы. Согласно этой идее рассматривается как влияние природной среды на развитие общества (разнообразие природных условий на Земле в определенной степени повлияло на социально-экономическое развитие народов), так и влияние общества на состояние природной среды (в результате происходят как позитивные, так и негативные изменения среды). Взаимодействие человека и природной среды осуществляется по биологическим и социальным каналам. Основным социальным каналом является трудовая деятельность, которая определяет характер и степень изменения природы.

И, наконец, реализация концепции устойчивого развития имеет место лишь тогда, когда человек изменит свое отношение к природе, поймет, что мы — это часть природы, а не она — часть нас, научится видеть будущие результаты своей деятельности и нести за них ответственность. Все это может быть осуществимо путем внедрения в образовательную систему непрерывного экологического образования и использования других методов просвещения населения, которые должны быть всеобъемлющими, системными и неформализованными.

Литература

1. Деревяго И.П. Основы устойчивого экономического роста; под ред. д-ра экон. наук Неверова А.В. — Мн.: Дикта, 2005.
2. Мальтус Т. Опыт о законе народонаселения. — М., 1998.
3. Медоуз Д. Х., Медоуз Д. Л., Рапдерс И. За пределами роста. — М.: Прогресс, 1994.
4. Паавола И. Основы экономики окружающей среды. — М., 1999.
5. Пестель Э. За пределами роста. — М.: Прогресс, 1988.
6. Программа действий: Повестка дня на XXI век и другие документы конференции в Рио-де-Жанейро. — Женева: Центр за наше общее будущее, 1993.
7. Титенберг Т. Экономика природопользования и охрана окружающей среды. — М., ОЛМА-Пресс, 2001.
8. Фомичева Е.В. Экономика природопользования: Учебник. — 2-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К'», 2006.
9. Холлина В.Н. Основы экономики природопользования: Учебник для вузов. — СПб.: Питер, 2005. — 672с.: ил. — (Серия «Учебник для вузов»)
10. Экология: Учебное пособие/Под ред. проф. В.В. Денисова. Серия «Учебный курс». — Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2002.

СОДЕРЖАНИЕ

<p>1. Аверин А.В. <i>Научный руководитель: проф. Обухова И.И.</i> КОМПЛЕКСНЫЙ АНАЛИЗ ТРАНСМИССИОННОГО МЕХАНИЗМА ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ</p>	4
<p>2. Борисюк О. А. <i>Научный руководитель: доц. Сланик Ю. Н.</i> УЧЕТ ВНУТРЕННЕЙ СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА</p>	8
<p>3. Борисюк О. А. <i>Научный руководитель: доц. Сланик Ю. Н.</i> ПРОБЛЕМЫ СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ БЕЛАРУСИ</p>	11
<p>4. Бусько Е.Е. <i>Научный руководитель: ст. препод. Макарук Д.Г.</i> ВЛИЯНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА НА ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ</p>	15
<p>5. Вальская Е. А. <i>Научный руководитель: доц. БУАи А, магистр экономики Сланик Ю.Н.</i> ФАКТОРИНГОВЫЕ ОПЕРАЦИИ КАК СПОСОБ ОПТИМИЗАЦИИ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ</p>	18
<p>6. Вальская Е.А. <i>Научный руководитель: доц., магистр экономики Сланик Ю.Н.</i> ПОРЯДОК ОТРАЖЕНИЯ ФАКТОРИНГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ</p>	22
<p>7. Герасимчик О.С. <i>Научный руководитель: ст. препод. Макарук Д.Г.</i> РАЗВИТИЕ ЭКСПРЕСС-КРЕДИТОВАНИЯ В КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ</p>	26
<p>8. Глушко Д.Н. <i>Научный руководитель: асс. Юрчик В.И.</i> ПРОБЛЕМА ПЕРЕЛОЖЕНИЯ НАЛОГОВ НА ОСНОВЕ ОПТИМИЗАЦИИ КОСВЕННОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ</p>	30
<p>9. Головач О. А. <i>Научный руководитель: к.э.н. Драган Т.М.</i> СРЕДСТВА НАСЕЛЕНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ РЕСУРСНОЙ БАЗЫ ГОСУДАРСТВА</p>	33
<p>10. Дудко О.В. <i>Научный руководитель: асс. Голец О.В.</i> ПРОБЛЕМА ОЦЕНКИ ГОРОДСКИХ ЗЕМЕЛЬ С УЧЕТОМ ПРИНЦИПА НАИЛУЧШЕГО И НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ</p>	36
<p>11. Дулевич М.А. <i>Научный руководитель: ст. препод. Черноокая Е.В.</i> СТАНОВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ</p>	39
<p>12. Дулевич М.А. <i>Научный руководитель: старший препод. Черноокая Е.В.</i> ПРОБЛЕМЫ УЧЁТА ЗАТРАТ НА ПРОВЕДЕНИЕ НИОКР</p>	41

13. Зеленцова Е.В.
Научный руководитель: доц., к.э.н. Кивачук В.С.
 ЭЛЕКТРОННЫЕ ДЕНЬГИ: РЕАЛЬНОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ 43
14. Иванюк И. А.
Научный руководитель: ст. препод. Михальчук Н. А.
 НЕОБХОДИМОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ ИНСТИТУТА КОЛЛЕКТОРСТВА
 В БАНКОВСКУЮ СФЕРУ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ 49
15. Климович А.С.
Научный руководитель: доц. Оперовец Т.В.
 АМОРТИЗАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА: ПОДХОДЫ К ВЫБОРУ 53
16. Климович А.С.
Научный руководитель: доц. Оперовец Т.В.
 ПРОБЛЕМЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ АМОРТИЗИРУЕМОЙ СТОИМОСТИ
 ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ 56
17. Кондратюк М. А.
Научный руководитель: асс. Дружинина Е. О.
 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ НА
 ПРОИЗВОДСТВО И РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОДУКЦИИ 58
18. Краснова Е.М.
Научный руководитель: доц. Оперовец Т.В.
 КЛАССИФИКАЦИЯ ЗАТРАТ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА 62
19. Краснова Е.М.
Научный руководитель: доц. Оперовец Т.В.
 АБЗОРПШЕН-КОСТИНГ И ДИРЕКТ-КОСТИНГ: ПРОБЛЕМА ВЫБОРА 65
20. Лысюк Р.Н.
Научный руководитель: доц., к.э.н. Драган Т.М.
 ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ И ФАКТОРЫ ИНВЕСТИЦИОННОЙ
 ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ СВОБОДНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЗОНЫ 69
21. Нешумаева М.
Научный руководитель: ст. препод. Зубко И.А.
 ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ УПРОЩЕННОЙ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ
 В УСЛОВИЯХ СНИЖЕНИЯ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ НА ПРЕДПРИЯТИЕ 73
22. Нешумаева М.
Научный руководитель: ст. препод. Зубко И.А.
 ПРЕИМУЩЕСТВА УПРОЩЕННОЙ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ
 С ПОЗИЦИИ СНИЖЕНИЯ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ 76
23. Панасюк Е.Н.
Научный руководитель: ст. препод. Юрчик В.И.
 ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЭЗ «БРЕСТ» 79
24. Рудько Е.А.
Научный руководитель: ст. препод. Зазерская В.В.
 РЕЛЕВАНТНЫЙ ПОДХОД В ПРИНЯТИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ 84
25. Рудько Е.А.
Научный руководитель: ст. препод. Зазерская В.В.
 МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ 87

26. Федорук Т.В., Сакович С.В.
Руководитель: асс. Коротышевская В.Н.
 ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВЕННОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ ПРОГРАММ
 АВТОМАТИЗАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА 92
27. Самусевич Д.Н.
Научный руководитель: ст. препод. Черноокая Е.В.
 МОДЕЛЬ ОПТИМИЗАЦИИ СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ 96
28. Суромейко О.С.
Научный руководитель: к.э.н. Замировский В.В.
 ТЕХНОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ «BUSINESS UNIT MANAGEMENT» 99
29. Шахрай О.Б.
Научный руководитель: ст. препод. Макарук Д.Г.
 РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЫ И ЕЁ СООТНОШЕНИЕ С
 МЕТОДИКАМИ МЕЖДУНАРОДНЫХ РЕЙТИНГОВЫХ АГЕНСТВ 103
30. Шерешовец А.И. и Пархомук Т.С.
Научный руководитель: асс. Коротышевская В.Н.
 АВТОМАТИЗАЦИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПРОГРАММЫ
 1С БУХГАЛТЕРИЯ. ПРЕИМУЩЕСТВА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВЕРСИИ 8.0 1С:БУХГАЛТЕРИЯ 106
31. Шука Н.В.
Научный руководитель: асс. Зазерская В.В.
 К ВОПРОСУ О ПРИМЕНЕНИИ МЕТОДА «ДИРЕКТ-КОСТИНГ» В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ 110
32. Шука Н.В.
Научный руководитель: асс. Зазерская В. В.
 К ВОПРОСУ О ПРИМЕНЕНИИ МЕТОДОВ УЧЕТА ЗАТРАТ В ПРИНЯТИИ РЕШЕНИЙ ПО
 ЦЕНОВОЙ И АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКЕ 113
33. Гарчук И.М.
Научный руководитель: к.э.н., проф. Медведева Г.Т.
 АНАЛИЗ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ И ТЕНДЕНЦИИ ЕГО РАЗВИТИЯ 116
34. Самусевич Д.Н.
Научный руководитель: ст. препод. Аверина И.Н.
 АВТОМАТИЗАЦИЯ РАСЧЕТА ЛИКВИДНОСТИ БАЛАНСА И ОБОРАЧИВАЕМОСТИ
 АКТИВОВ И ПАССИВОВ ПРЕДПРИЯТИЯ В ПРОГРАММНОМ КОМПЛЕКСЕ
 «1С: ПРЕДПРИЯТИЕ 7.7» 121
35. Ковальчук О.И, Куликов А.С.
Научный руководитель: асс. Иванов М.Б.
 ФАСИЛИТАЦИЯ КАК СПОСОБ ПРЕОДОЛЕНИЯ ПРОБЛЕМ КРОСС-КУЛЬТУРНОЙ
 КОММУНИКАЦИИ В МНОГОНАЦИОНАЛЬНЫХ КОМПАНИЯХ НА ПРИМЕРЕ
 ДАТСКОЙ КОМПАНИИ NOVO NORDISK 125
36. Ковальчук О.И.
Научный руководитель: асс. Иванов М.Б.
 ХЕДЖАНТИНГ: ПРИНЦИПЫ, ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В РЕСПУБЛИКЕ
 БЕЛАРУСЬ 129
37. Куликов А.С.
Научные руководители: проф., к.т.н. Радчук А.П., асс. Иванов М.Б.
 ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА В АППАРАТЫ
 УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ 133

38. **Польшенкова А.В.**
Научный руководитель: д. т. н., проф. Павлючук Ю.Н.
 МОДЕЛИ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ 136
39. **Добрынец С.С.**
Научный руководитель: доц., к.э.н., проф. Мешайкина Е.И.
 ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В
 РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ 141
40. **Войтик А.В.**
Научный руководитель: ст. препод. Степанюк В.Л.
 МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ НА РЫНКЕ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА
 В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ 145
41. **Кабась В.Ф.**
Научный руководитель: асс. Ключко Г.Г.
 ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В
 РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ 149
42. **Касьяник Н.Н.**
Научный руководитель: к.э.н., доц. Козинец М.Т.
 РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ 151
43. **Миколенко Е. А.**
Научный руководитель: асс. Почко Е. О.
 ПЕРСПЕКТИВЫ ВСТУПЛЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ ВО ВСЕМИРНУЮ
 ТОРГОВУЮ ОРГАНИЗАЦИЮ 155
44. **Гришин С.В.**
Научный руководитель: асс. Почко Е.О.
 ПРОБЛЕМЫ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ 160
45. **Лебакина Я.И.**
Научный руководитель: ст. препод. Четырбок Н.П.
 СТРАТЕГИЯ ДОСТИЖЕНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ РЕСПУБЛИКИ
 БЕЛАРУСЬ НА МИРОВОМ РЫНКЕ НА ОСНОВЕ ТЕОРИИ М. ПОРТЕРА 164
46. **Облоухова М.Н.**
Научный руководитель: к.э.н., доц. Козинец М.Т.
 МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
 ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ 168
47. **Облоухова М.Н.**
Научный руководитель: к.э.н., доцент Козинец М.Т.
 РАБОТА СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ЗАЩИТЫ
 ПРАВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ 171
48. **Ковальчук С.А.**
Научный руководитель: к.э.н., доц. М.Т. Козинец
 ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ОТРАСЛЕЙ
 ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ 174
49. **Анисимова О.Н.**
Науч. руководитель: к.э.н., доц. Козинец М.Т., консультант – Волосюк С.С.
 СТОИМОСТНАЯ ОЦЕНКА МЕСТООБИТАНИЙ РЕДКИХ ВИДОВ ЖИВОТНЫХ В
 РАБОТКЕ ПЛАНОВ УПРАВЛЕНИЯ ОСОБО ОХРАНЯЕМЫХ ПРИРОДНЫХ
 ТЕРРИТОРИЙ (СЛУЧАЙ ЛЭРЗ "СРЕДНЯЯ ПРИПЯТЬ"
 В ГРАНИЦАХ СТОЛИНСКОГО РАЙОНА) 177

50. Анисимова О.Н.
Науч. руководитель: к.э.н., доц. Козинец М.Т., консультант – Волосюк С.С.
 ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ЭКОСИСТЕМНЫХ РЕСУРСОВ КАК
 ИНСТРУМЕНТ РАЗРАБОТКИ ПЛАНОВ УПРАВЛЕНИЯ ОСОБО ОХРАНЯЕМЫМИ
 ПРИРОДНЫМИ ТЕРРИТОРИЯМИ 181
51. Цакке Ю.В.
Науч. руководитель: к.э.н., доц. Козинец М.Т., консультант – Волосюк С.С.
 ПОТРАВЫ КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА 184
52. Цакке Ю.В.
Науч. руководитель: к.э.н., доц. Козинец М.Т., консультант – Волосюк С.С.
 АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ПОТРАВ С ПОЗИЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
 ОЦЕНКИ ПРИЧИНЯЕМОГО ИМИ УЩЕРБА 186
53. Стельмашук М.М.
Научный руководитель: к.э.н., доц. Козинец М.Т.
 ИНВЕСТИЦИОННЫЕ РЕЙТИНГИ ОБЛАСТЕЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ 190
54. Мальшева Т.М.
Научный руководитель: доц., к.э.н. Власюк Ю.А.
 СОДЕЙСТВИЕ РАЗВИТИЮ ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА:
 ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ 193
55. Трифонюк П. Н.
Научный руководитель: доц., к.т.н. Ерошенко Е. И.
 РАЗВИТИЕ ПРИДОРΟЖНОГО СЕРВИСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ 196
56. Мальшева Т.М.
Научный руководитель: доц., к.э.н. Власюк Ю.А.
 ФИНАНСОВЫЕ АСПЕКТЫ ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА 200
57. Федорук Т. В.
Научный руководитель: ст. препод. Четырбок Н. П.
 ФИНАНСОВО-ПРОМЫШЛЕННЫЕ ГРУППЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ:
 ПРОБЛЕМЫ И ПРЕИМУЩЕСТВА 203
58. Гасюк Ю.Р.
Научный руководитель: ст. препод. Степанюк В.Л.
 ЭФФЕКТИВНОСТЬ НАРУЖНОЙ ЩИТОВОЙ РЕКЛАМЫ В Г. БРЕСТЕ 206
59. Букша С.А.
Научный руководитель: ст. препод. Степанюк В.Л.
 ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ 210
60. Шух О.В.
Научный руководитель: ст. препод. Степанюк В.Л.
 ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ ПОЧТОВОЙ РЕКЛАМЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ 214
61. Хилимонюк К.А., Кречик А.
Научный руководитель: к.э.н., проф. Медведева Г.Т.
 АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ РЫНКА СОТОВОЙ СВЯЗИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В 2006г. 218
62. Калюхович И.Н.
Научный руководитель: ст. препод. Данилов Ю.Д.
 ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ СТРУКТУРА СОВРЕМЕННОГО ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА 222
63. Назарук М.В.
Научный руководитель: Коломийцева О.В.
 КОНЦЕПЦИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ 225

Научное издание

СБОРНИК КОНКУРСНЫХ НАУЧНЫХ РАБОТ СТУДЕНТОВ И АСПИРАНТОВ

Часть 11

Ответственный за выпуск *Шведовский П.В.*
Редактор *Строкач Т.В.*
Компьютерная верстка *Боровикова Е.А.*
Корректор *Никитчик Е.В.*

Лицензия № 02330/0133017 от 30.04.2004 г.

Подписано в печать 25.06.2007 г.

Формат 60x80 ¹/₁₆. Бумага «Снегурочка». Гарнитура Arial Narrow.

Усл. печ. л. 13,7. Уч.-изд. л. 14,7. Зак. № 599. Тираж 75 экз.

Отпечатано на ризографе учреждения образования
«Брестский государственный технический университет».

Лицензия № 02330/0148711 от 30.04. 2004 г.

224017, г. Брест, ул. Московская, 267.

ISBN 978-985-493-064-0



9 789854 930640