

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

**СБОРНИК КОНКУРСНЫХ
НАУЧНЫХ РАБОТ
СТУДЕНТОВ И МАГИСТРАНТОВ**

Часть II

Брест 2017

УДК 624;628;+338:339

Сборник конкурсных научных работ студентов и магистрантов.

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

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

Издаётся в 2 частях. Часть 2.

ISBN 978-985-493-402-0 (ч.II)

ISBN 978-985-493-400-6

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

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

УДК 624;628;+338:339

ISBN 978-985-493-402-0 (ч.II)

ISBN 978-985-493-400-6

© Издательство БрГТУ, 2017

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

ПРИМЕНЕНИЕ VSM-МЕТОДА ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ МЕБЕЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА

В статье рассматривается VSM-метод, его особенности, роль в методологии «тощего» производства. Изложены основные принципы построения карты потока создания ценности и приведен пример применения данной техники.

Ключевые слова: логистика; бережливое производство; затраты; запасы; брак; ценность; действия; добавляющие ценность; действия, не добавляющие ценность; поток; процесс; операция; такт; передаточная партия, норма обработки.

На сегодняшний день в логистике на первое место выходит концепция тотальных логистических затрат. Это обусловлено тем, что наличие функциональной организационной структуры у большинства предприятий является источником противостояния подразделений компании, которые утрачивают связь с клиентами и начинают работать обособленно. В то же время интеграция процессов в цепи создания добавленной стоимости позволяет ликвидировать дублирование логистических операций, непродуктивных затрат времени и ресурсов.

Самый значительный источник бесполезных затрат – перепроизводство, которое означает выпуск большего числа изделий, раньше и чаще, чем это нужно для следующего процесса. Перепроизводство – причина всех видов потерь, а не только избыточных запасов и замораживания денежных средств. Это увеличивает время выполнения заказов, что ослабляет вашу гибкость в реагировании на запросы потребителей. Выход из ситуации – работать в соответствии с временем такта, которое синхронизирует темп производства с темпом продаж.

Рассмотрим данную технику на примере условной компании МебельPRO, производящей мебель.

Применение VSM-метода возможно как для одного товара (товарной группы), так и нескольких. Для наглядной демонстрации возьмем один товар – письменный стол. Для его создания требуется 4.8 м² ДСП. На предприятие поступил заказ на производство 100 столов. В компании действует толкающая система, т. е. выпуск изделий регулируется производственным планом. Применяется параллельно-последовательный метод производства. Передаточная партия – 96 м². Процесс производства столов состоит из следующих операций: распил, оклейка, сверление, сборка, упаковка. Операторы работают в две смены по 8 часов с перерывами на обед (1 час) и тремя техническими перерывами (по 10 мин). Характеристики операций представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Характеристики производственных операций

Операция	Продолжительность операции на 1 м ² , с	Количество оборудования, шт.	Количество операторов, чел.	Процент действий, не добавляющих ценность, %
Распил	16,3	1	2	15
Оклейка	45	1	2	10
Сверление	60	1	2	15
Сборка	105	-	2	15
Упаковка	135	-	2	10
Итого	361,3	-	-	-

Для построения карты потока ценности необходимо произвести дополнительные вычисления.

1. Найдём такт производства – интервал времени, через который периодически производится выпуск одной единицы однотипной продукции.

$$r = \frac{\Phi}{\Pi},$$

где Φ – плановый фонд времени работы линии за сутки за вычетом регламентированных перерывов, с;

Π – объем выпуска продукции за сутки, шт.

$$\Phi = (8 - 1 - 10 \times 3 / 60) \times 2 \times 60 \times 60 = 46800 \text{ (с)}$$

Период времени, за который предприятие производит 100 столов (t):

$$T = ((480 \times 361,3 - (480 - 96) \times (16,3 + 45 + 60 + 105)) / 60) / ((8 - 1,5) \times 2) = 1,849 \text{ (дня)}$$

$$\Pi = 480 / 1,849 = 259,6 \text{ (шт.) или 54 стола}$$

$$r = 46800 / 259,6 = 180,277 \text{ (с)}$$

2. Определим запас – это сырье, незавершенное производство или готовая продукция, которые накапливаются между операциями во время выполнения плана производства. VSM-метод предполагает, что данные о запасе собираются непосредственно на предприятии эмпирическим путем. Однако часто это не представляется возможным. Тогда прибегают к приближительному расчёту следующим образом.

Продолжительность операций, указанная в исходных данных, включает в себя время на выполнение процессов, создающих ценность и не создающих её. Найдём это время и далее запас.

Таблица 2 – Расчет запаса между операциями

Операция	Процент действий, не добавляющих ценность, %	Длительность операций, не добавляющих ценность, с	Запас, м ²
Распил	15	2,44	95
Оклейка	10	4,50	94
Сверление	15	9,00	91
Сборка	15	15,75	88
Упаковка	10	20,25	85

$$I = \frac{1 - tnva}{r} * P,$$

где I – запас, м²;

tnva – длительность операций, не добавляющих ценность, с;

P – передаточная партия, м²;

r – такт.

3. Найдём время прохождения через процесс для каждой операции по формуле:

$$T = \frac{I}{n},$$

где T – время прохождения через процесс для каждой операции, с;

I – запас, м²;

n – количество метров квадратных, производимых в день.

Данные показатели для каждой операции будут равны соответственно:
 Трасп=16,3 с; Токл=45 с; Тсвер=60 с; Тсбор=105 с; Туп=135 с.

4. Время на производство – это сумма времени прохождения через процесс для каждой операции:

$$T_{пр} = \sum T$$

$T_{пр} = 1,849$ дня или $T_{пр} = 86533.2$ с

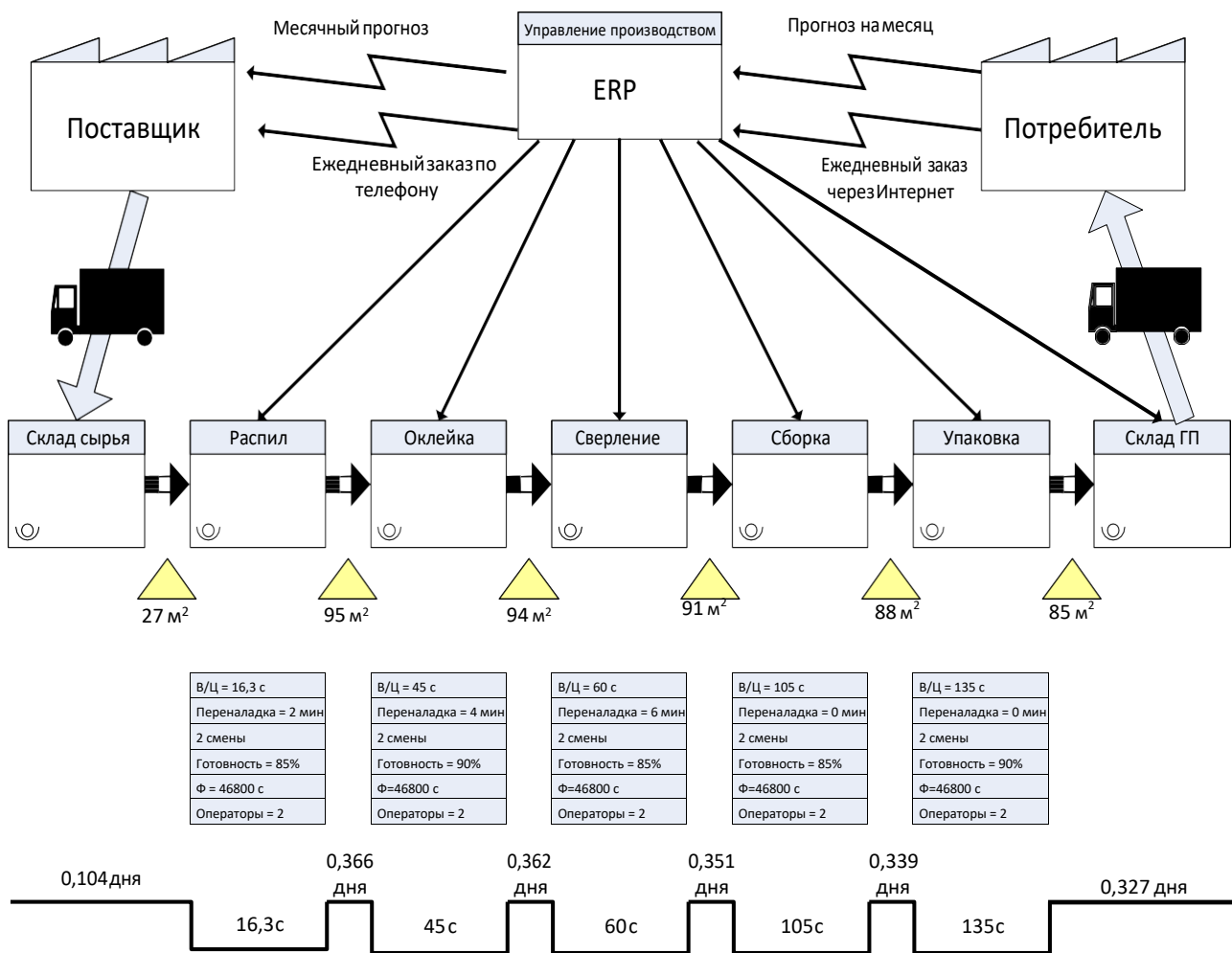
5. Норма обработки (коэффициент эффективности) - это отношение времени производственного цикла к общему времени производства.

$$E = \frac{V_{Цобщ}}{T_{пр}} * 100,$$

$E = 361,3 / 86533,2 * 100 = 0,418$ (%).

Данное значение ясно говорит о том, что производственный процесс включает в себя деятельность, не добавляющую ценности.

На основе исходных и расчётных данных изобразим карту потока ценности текущего состояния.



Время на производство: 1,849 дня
 Общее время цикла: 361,3 с

Норма обработки: 0,418 %
 Время такта: 180,277 с

Рисунок 1 – Карта потока ценности текущего состояния

Проанализировав её, можно выявить проблемные места и предложить пути их решения. Например, высокий уровень запаса между операциями сокращается путем объединения двух смежных операций, а также внедрения карточек «Канбан»; риски по созданию неликвидной продукции и хранению её на складах ГП снижаются с помощью введения на складе системы «Супермаркет» (переход от толкающей к тянущей системе) и т. д.

Резюмируя, можно сказать, что VSM-метод является сугубо логистическим, позволяя нам не рассчитывая экономические показатели эффективности (прибыль, рентабельность), и, не углубляясь в технологию производства, найти проблемные места и оптимизировать бизнес-процессы предприятия.

Список цитированных источников

1. Лапшин, В.С. Основы бережливого производства: учеб. пособие / В.С. Лапшин, Л.А. Федоськина, Е.А. Ляманова, Д.В. Родин, Е.Е. Родина, И.В. Филиппова. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2011. – 168 с.

2. Производственная система Тойоты. Уходя от массового производства / Тайити Оно; пер. с англ.-М.: Институт комплексных стратегических исследований, 2005. – 192 с.

3. Учитесь видеть бизнес-процессы. Практика построения карт потоков создания ценности / Майк Ротер, Джон Шук; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс: CBSD, Центр развития деловых навыков, 2005. – 144 с.

УДК 659.111.21(476)

Баранчук Е.В., Лукьяненко И.А.

Научный руководитель: Добринец С.С.

ЭМБИЕНТ-МАРКЕТИНГ КАК АЛЬТЕРНАТИВА ТРАДИЦИОННЫМ МЕТОДАМ ПРОДВИЖЕНИЯ

Традиционные способы рекламы с каждым днем утрачивают свою эффективность и становятся все более затратными. Перенасыщенность рекламной информацией приводит к тому, что потребитель адаптируется к воздействию на него потоку рекламной информации, переставая обращать на нее внимание.

Так, на смену традиционным методам продвижения продукта приходит новаторский партизанский маркетинг, который позволяет достигать максимальной результативности при относительно минимальных затратах. Одной из групп партизанского маркетинга является эмбиент-маркетинг [1].

Эмбиент-маркетинг – направление в рекламе, характеризующееся использованием окружающей среды и её элементов в качестве коммуникационного канала.

Главной задачей этого вида маркетинга является налаживание качественных отношений с потенциальным клиентом за счет эмоционального контакта потребителя с торговой маркой.

Основным достоинством эмбиент-маркетинга является органичность, с которой реклама вписывается в окружающее пространство целевой аудитории, что, в свою очередь, не вызывает внутреннего конфликта у потребителя.

Эмбиент-маркетинг положительно влияет на восприятие рекламной информации, в то время как традиционная реклама часто вызывает раздражение.

Нестандартная тематика рекламного сообщения обеспечивает более длительное воздействие на сознание потребителя – он запомнит необычный рекламный инструмент, и вместо привычных 3-4 секунд контакта с традиционной рекламой, потребитель может потратить большее время, вплоть до нескольких минут. Согласно статистической оценке, целевой аудиторией при использовании эмбиент-маркетинга являются молодые люди в возрасте от 16 до 25 лет.

Также выделяют следующие преимущества эмбиент-маркетинга:

- внезапность, эффект неожиданности;
- привлечение внимания к продукту, компании;
- эффект «сарафанного» радио;
- выделение бренда среди конкурентов;
- повышение лояльности потребителей [2].

Использование в рекламной кампании инструментов эмбиент-маркетинга может быть сопряжено с некоторыми трудностями:

1. Специалисты по маркетингу не всегда умеют и хотят оценивать эффективность эмбиент- media, так как это связано со значительными затратами на проведение специализированных маркетинговых исследований.

2. Субъективность ценообразования – цена на использование эмбиент- media зависит от способности рекламодателя убедить клиента в эффективности рекламного носителя.

3. Мониторинг рынка эмбиент-маркетинга проводится на нерегулярной основе.

4. Инструменты эмбиент-маркетинга не могут быть использованы в течение длительного времени, так как привычка к нему потребителя ослабляет эффективность рекламной кампании.

5. Противоречивость использования некоторых каналов коммуникации.

6. Эмбиент-реклама может восприниматься некоторыми как вандализм, что повышает риск провала рекламной кампании или формирования негативного имиджа компании или торговой марки в глазах потенциальных покупателей.

Чаще всего эмбиент- media используют мировые бренды. Это обусловлено тем, что эмбиент-маркетинг может привести лишь к краткосрочному повышению объема продаж и не обеспечивает гарантированную эффективность. Малый бизнес не может себе позволить нести такие высокие риски.

Потребителю нравится уместное использование окружающей среды в рекламе, которая делает городской пейзаж привлекательным и разнообразным. Так, например, для продвижения Lipton Green Tea сотрудники египетского подразделения рекламного агентства JWT придали кустам в Каире форму чайных чашек с блюдцами и закрепили на «чашках» увеличенные копии ярлычков от чайных пакетиков Lipton. А рекламное агентство DDB Integrated предложило необычный дизайн картонного пакета в виде пакетика зеленого чая. Такие пакеты давались в подарок при покупке пачки зеленого чая Lipton в крупных торговых центрах.

Специалисты считают, что классифицировать эмбиент-коммуникации достаточно проблематично, так как объекты, которые могут быть использованы для рекламных сообщений, не ограничены. Это могут быть любые горизонтальные поверхности на улицах (дороги, тротуары) и в помещениях (полы, потолки). Задействуются буквально все элементы архитектуры: окна, двери, витрины, лестницы, перила, арки. Уже привычными носителями эмбиент-маркетинга стали такие объекты городского ландшафта, как остановки общественного транспорта, киоски, цветочные павильоны. Некоторые рекламные

агентства на Западе делают попытки задействовать для продвижения продаж городские памятники. И хотя эмбиент-маркетинг относится к «партизанскому» (малобюджетному) маркетингу, стоит это недешево [2].

Эмбиент-media эффективна там, где компания может «поймать и удивить» своего потребителя. Принимая во внимание активное развитие интернета на развитых рынках, можно предположить, что нестандартные коммуникации в сети — одно из наиболее перспективных направлений в индустрии эмбиент-media (реклама в онлайн играх социальных сетей, где она является составной частью игры. Бренд или продукт интегрируются в игровой процесс). Не менее перспективно все, что касается клубной и блог-культуры, а также наружной коммуникации.

Эмбиент-маркетинг используется как в совокупности со стандартными СМИ, так и в качестве отдельной кампании. Основным принципом технологий эмбиент-media является проникновение рекламы в нестандартные места и туда, где от контакта с ней целевая аудитория просто не сможет уклониться.

Термин «эмбиент-медиа» стал впервые известен в Великобритании во второй половине 90-х годов XX века. А примеров использования такой рекламы в этой стране немало. Одной из самых удачных является канализационный люк в форме кофейной чашки на Нью-Йоркских улицах. Не менее интересным стал американский пример рекламы Mr.Proper. Средство Mr.Proper сделало белоснежными некоторые полосы на пешеходном переходе, рядом с которыми был размещён знаменитый логотип. Переходящие через дорогу пешеходы просто не могли не обратить на это внимание.

В Западной Европе эмбиент-медиа — одно из наиболее передовых и быстро развивающихся направлений рекламы. Наиболее яркие представители: Великобритания, Германия, Франция, Нидерланды [1].

Например Германия — одна из самых креативных стран Европы, постепенно занимающая лидирующие позиции в мире. Лучшее маркетинговое агентство Германии — Jung von Matt активно разрабатывает и применяет эмбиент-медиа. В рекламной кампании для DHL были использованы в качестве носителей обычные уличные объекты (дорожные знаки, столбы, указатели и даже памятники), которые были «поставлены» в коробки, в которых DHL доставляет крупные посылки. Рекламный текст на коробке гласил: «Если это находится там, где ему и место, то, скорее всего, это было доставлено службой DHL».

В России основная часть рекламодателей предпочитает гарантированный успех посредством традиционных СМИ, нежели пока еще сомнительные проекты. Здесь основная ставка делается на охват ЦА. Брендированные скамейки и остановки — наиболее популярные в России проявления эмбиент-маркетинга. Под Новый Год несколько лет назад бренд Calve разместил свою рекламу на подставках для уличных елок.

В Украине примеров эмбиент-медиа пока немного. Скамейки Beeline в Хмельницком, скамейки Laura Ashley, клумбы «Миргородской», дорожные указатели «Киевстара» в Карпатах, одежда djuice.

Авторами данной статьи было проведено маркетинговое исследование в виде опроса, цель которого была определить, насколько жители Республики Беларусь осведомлены о эмбиент-маркетинге. Было опрошено 120 человек, в том числе 53 женщины и 67 мужчин, в возрасте от 18 до 25 лет. Это обусловлено тем, что именно молодое поколение является будущей перспективой нашей страны, и очень важно, чтобы они эффективно использовали данную перспективу на благо нашей страны.

Результаты опроса представлены на рисунке 1.

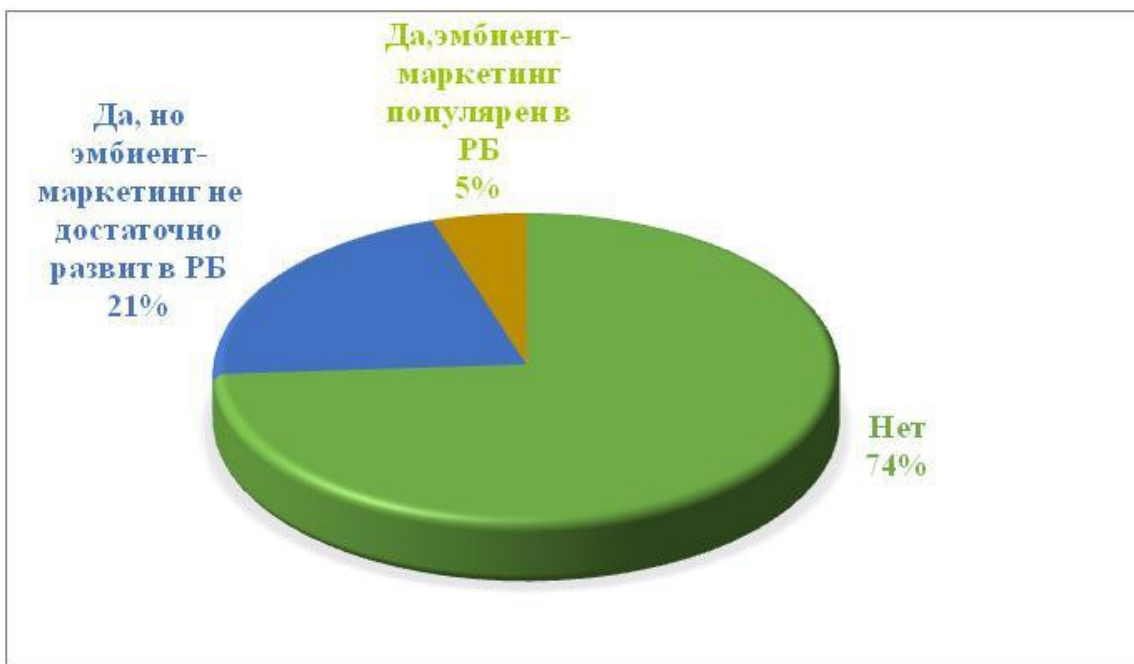


Рисунок 1 – Знаете ли вы, что такое эмбиент-маркетинг?

Результаты опроса оказались не оптимистичными, и это вполне ожидаемо по ряду причин:

- понятие «эмбиент-маркетинг» относительно недавно появилось в нашей стране;
- небольшое количество доступной и качественной информации в данной сфере;
- неготовность менеджеров и руководящего состава к использованию нестандартных и неизвестных им ранее маркетинговых приемов;
- законодательная база и национальные традиции;
- сложность в определении эффективности результатов.

Возможно по этим причинам на рынке РБ наблюдается консерватизм у большинства из рекламодателей. В полной мере задействовать все возможности рекламных носителей в нашей стране мешает недостаток исследовательской базы. Но перенасыщение традиционных медиа уже в ближайшем будущем даст большую возможность для развития рекламы в стиле ambient.

Нашему рынку предстоит действительно большая работа для того, чтобы сделать это направление неповторимым, и определенные шаги в этой области уже есть.

На сегодняшний момент в Республике Беларусь наиболее развита эмбиент-реклама в транспорте, так, например, широкое распространение получили поручни в автобусах, аудио- и видеоролики, а также размещение рекламы на бортах троллейбусов, трамваев, маршрутных такси. Есть примеры размещения рекламы на асфальте, зданиях и скамейках, а также в Минском метрополитене.

Белорусские предприятия не в полной мере реализуют свой потенциал и доступные методы продвижения своей продукции. Для решения данной проблемы, авторами данной статьи предлагаются следующие рекомендации по более эффективному применению эмбиент-маркетинга:

- использование социальных сетей, таких как Instagram, Twitter, Facebook, как связующего звена между фирмой и аудиторией;
- установка щитов в кинотеатрах, торговых центрах, университетах, офисах;
- реклама в интернет-играх в режиме онлайн с большим количеством посетителей;
- применение специальных IT-технологий, например, дополнительный tool-bar;
- проведение флэш-мобов – акции, участники которых с логотипом фирмы исполняют определённые трюки, с целью создания позитивного настроения, после чего неожиданно расходятся;
- использование окружающей среды в рекламе, например, стрижка деревьев в форме логотипа предприятия, оформление цветочных клумб в фирменном стиле организации.

Отсутствие большой популярности нестандартного маркетинга не является главной проблемой белорусского рынка. Все и так уже давно привыкли к общепринятым и стандартным маркетинговым ходам. Проблемой является нежелание или неумение пользоваться тем, что на самом деле более доступно, чем кажется, и может быть более эффективным, чем стандартные средства, описанные в учебниках.

Список цитированных источников

1. Голубков, Е.П. Основы маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://web.krao.kg/6_marketing/0_pdf/15.pdf –Дата доступа: 30.03.2017.

2. Партизанский маркетинг. Простые способы получения больших прибылей при малых затратах/ Джей Конрад Левинсон; перевод с англ. О. Иванова, А. Мороз. – М.: Манн, Иванов и Фебер, 2012.

УДК 336.1

Басалай М.Н.

Научный руководитель: доцент Обухова И.И.

МАКРОЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ СЭЗ И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ

Целью исследования является разработка путей активизации процессов привлечения иностранных инвестиций в белорусскую экономику на основе изучения мирового опыта.

Общепризнанным инструментом, используемым на международном финансово-кредитном рынке для привлечения иностранных инвестиций, является создание особых зон, на территории которых компаниям-нерезидентам правительством отдельных стран предоставляются льготные условия для ведения предпринимательской деятельности. Такие зоны называются оффшорными и согласно неофициальной классификации делятся на три группы. К 1-й группе относятся классические оффшоры («налоговые убежища»), функционирующие в странах, где полностью отсутствуют налоги. В этих зонах предоставление отчетности необязательно (Британские Виргинские острова, Панама, Багамы, Каймановы острова, Белиз). 2-я группа оффшорных зон предоставляет значительные налоговые льготы компаниям-резидентам, однако их деятельность контролируется государством (Ирландия, Кипр, Люксембург, Швейцария, остров Мэн, Гонконг). Нестандартные зоны 3-й группы включают административные единицы, регистрация в которых позволяет

резидентам минимизировать фактическое налогообложение за счет создания выгодных условий для финансового и налогового планирования (США, Великобритания, Канада).

В мировой практике инвестиционной деятельности наиболее известной моделью нестандартных зон являются особые экономические зоны (ОЭЗ), функционирующие в Российской Федерации, в Казахстане и других странах. ОЭЗ представляет собой обособленную географическую территорию со специальным режимом производственно-хозяйственной деятельности экономических субъектов, уровнем концентрации производственного потенциала, условиями оплаты труда работников и т. д. В Республике Беларусь ОЭЗ существуют в виде свободных экономических зон. Согласно законодательству, под свободной экономической зоной (СЭЗ) понимается часть территории Республики Беларусь с определенными границами, в пределах которой в отношении резидентов этой зоны устанавливается и действует специальный правовой режим для осуществления ими инвестиционной и предпринимательской деятельности [1].

На текущем этапе инновационного развития белорусской экономики основной целью деятельности СЭЗ является привлечение национальных и иностранных инвестиций, развитие высокотехнологичных производственных отраслей, расширение экспорта промышленной продукции и активизация ВЭД. На рисунке 1 представлена диаграмма, отражающая динамику основных показателей деятельности свободных экономических зон в Беларуси [2].

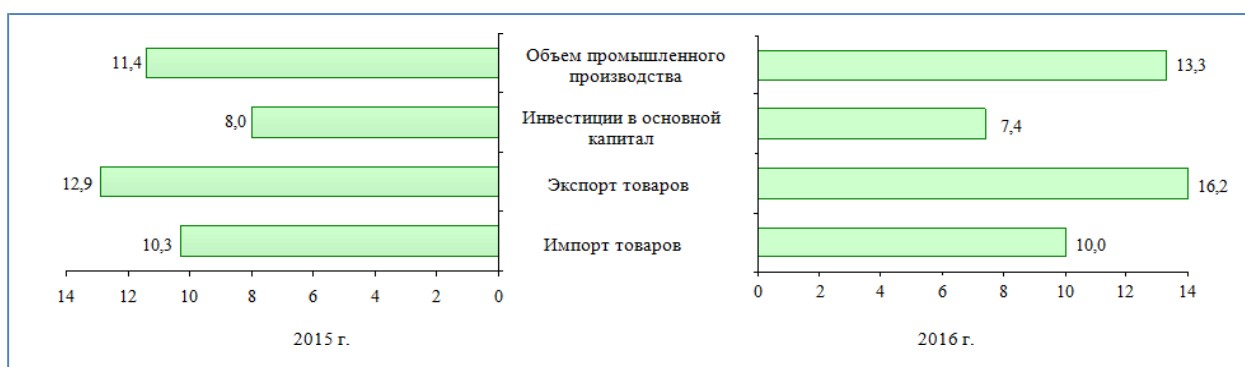


Рисунок 1 – Показатели макроэкономической эффективности СЭЗ в 2015-2016 гг.

Мы видим, что доля резидентов СЭЗ в общем объеме промышленного производства составляет всего 13,3%, в экспорте товаров и услуг – 16 %, а удельный все инвестиций в основной капитал, привлеченный резидентами зон, уменьшился в 2016 году до 7,4%. Следовательно, в настоящее время говорить о белорусских СЭЗ как о реальном инструменте увеличения притока инвестиционных ресурсов в нашу страну пока не приходится.

Для повышения эффективности функционирования свободных зон необходимо решить ряд текущих задач, направленных на улучшение инвестиционного климата, развитие взаимовыгодного сотрудничества с другими государствами, рациональное использование имеющихся производственных мощностей, рост производительности труда и т. п.

Первоочередной задачей является совершенствование правового регулирования СЭЗ с учетом текущей ситуации в белорусской и мировой экономике. В настоящее время деятельность резидентов зон регламентируется рядом нормативно-правовых актов, которые устанавливают в них особый налоговый режим. Долгое время он распространялся на реализацию резидентами СЭЗ

произведенных на ее территории товаров (работ, услуг) собственного производства за пределы Республики Беларусь иностранным юридическим и физическим лицам; реализацию на территории страны импортозамещающих товаров, а также на территории СЭЗ другим резидентам [3]. Однако в последние годы законодательная база Республики Беларусь претерпевала изменения, в результате которых данные льготы постепенно уменьшались. На наш взгляд, главным фактором, значительно снизившим привлекательность СЭЗ для резидентов, стала отмена с 1 января 2017 года таможенных преференций при продаже продукции из СЭЗ в страны ЕАЭС. Сравнительная характеристика льготного режима СЭЗ после изменений, вступающих в силу с 1.01.2017 года, дана в табл. 1.

Таблица 1 – Основные изменения в налоговом регулировании СЭЗ

Характер льготы	Размер льгот	
	с 1996 г.	с 1 января 2017 г.
Ввозные таможенные пошлины и налоги	Не уплачивались	Отмена льгот на ввозимое импортное сырье и материалы при реализации продукции в странах Таможенного союза
Льготы при вывозе произведенных в СЭЗ товаров	Налоги и таможенные платежи не уплачивались	Отмена беспошлинного выпуска на территорию Таможенного союза товаров, произведенных в СЭЗ из импортного сырья
Снижение ставки НДС	10% – при реализации в РБ импортозамещающих товаров собственного производства	20%, как и для других субъектов хозяйствования. Обложение товаров из импортного сырья, ввезенного в рамках СТЗ, ввозными таможенными пошлинами как иностранных товаров (ранее не облагались)

Резиденты белорусских СЭЗ изначально пользовались рядом таможенных преференций при ориентации производства на экспорт. Однако с образованием Таможенного союза, а затем ЕАЭС, внутренним стал весь общий рынок стран-партнеров. Поэтому с 1.01.2017 года при продаже продукции из СЭЗ в ЕАЭС таможенные преференции были сняты.

На рисунке 2 показана диаграмма, отражающая значительное снижение в 2016 году внешнеторгового оборота Республики Беларусь со странами СНГ, а в связи с описанными выше законодательными изменениями, в 2017 году следует ожидать еще более серьезных негативных последствий, особенно в части экспорта продукции резидентов СЭЗ.

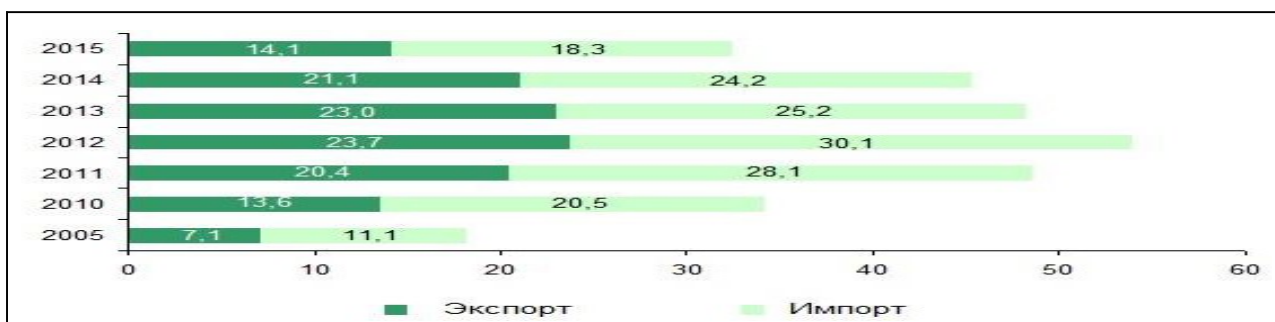


Рисунок 2 – Показатели динамики внешнеторгового оборота Беларуси и стран СНГ

Такие изменения существенно снижают привлекательность свободных экономических зон для новых резидентов и требуют научно-обоснованного подхода к поиску путей повышения макроэкономической эффективности белорусских СЭЗ.

Для того чтобы провести анализ результатов их деятельности, мы взяли в качестве объекта исследования первую в Беларуси СЭЗ «Брест» и выполнили динамический анализ на основе информации Белорусского статистического комитета [2]. Результаты данного анализа показаны в таблице 2.

Таблица 2 – Основные показатели деятельности резидентов СЭЗ «Брест» в 2011-2016 гг.

Наименование показателей	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Количество резидентов, ед.	95	88	84	78	81	78
из них убыточных, ед.	10	13	23	34	38	38
Доля убыточных предприятий, %	10,5	14,8	27,4	43,6	46,9	48,7
Темпы динамики выручки в сопоставимых ценах, %	211,2	196,2	127,0	107,4	105,3	124,8
Темпы динамики инвестиций в основной капитал, %	104,0	81,5	175,3	80,6	41,8	114,8
в т.ч. иностранных инвестиций, %	87,3	80,6	127,5	27,2	123,9	54,6
Темпы динамики экспорта товаров, %	131,6	115,2	126,6	94,9	68,4	108,6
Темпы динамики импорта товаров, %	135,7	114,4	122,2	90,8	58,5	104,7
Сальдо внешней торговли товарами, млн долл. США	0,4	9,9	18,9	46,1	98,9	85,0

Мы видим, что в 2016 году половина зарегистрированных предприятий в СЭЗ «Брест» являлись убыточными (48,7% от общего числа резидентов). Несмотря на увеличение их выручки, на 45,4% уменьшились иностранные инвестиции в основной капитал, что свидетельствует о потере интереса к СЭЗ у иностранных инвесторов. Превышение экспорта произведенных товаров на протяжении всего рассматриваемого периода над импортом говорит о наличии определенного экспортного потенциала у резидентов зоны, однако в 2016 году уменьшилось сальдо внешней торговли и ухудшились экономические результаты деятельности предприятий. Таким образом, на примере СЭЗ «Брест» мы доказали, что для повышения макроэкономической эффективности белорусских СЭЗ государством должны быть предприняты определенные шаги к изменению подходов по регулированию деятельности особых экономических зон.

Выполненное нами исследование позволило обосновать возможность решения данной проблемы путем оффшоризации СЭЗ. Для этого в Республике Беларусь существует ряд благоприятных условий: экономическая и политическая стабильность, развитые телекоммуникации и транспортная сеть, общее и корпоративное законодательство и т. п. Создание оффшорной зоны позволит активизировать процесс привлечения иностранных инвестиций, в которых, как было доказано выше, Республика Беларусь очень нуждается. Поэтому, опираясь на опыт России, Казахстана и других стран, мы считаем целесообразным преобразование СЭЗ «Брест» в особую оффшорную зону (ООЗ).

ООЗ «Брест» будет отличаться от действующих в мире оффшорных зон тем, что в ней получают возможность регистрироваться и действовать как оффшорные, так и оншорные компании. Оншор – это обычная компания в plena юрисдикции, которая платит налоги независимо от того, где получает доход [4]. В рамках ООЗ мы предлагаем предоставить иностранным физическим и юридическим лицам возможность создания оффшорной компании, а

оншорными будут являться компании, создаваемые резидентами СЭЗ и не подлежащие льготному режиму свободной экономической зоны. Действующие же резиденты СЭЗ, изначально пользовавшиеся преференциями от деятельности в этой зоне, будут преобразованы в мидшоры, то есть в компании, облагаемые по гибким налоговым ставкам [5], преимуществами которых станут:

- возможность вести свою деятельность на местном рынке;
- минимальный уровень налогообложения.

Предлагаемая нами схема преобразования СЭЗ «Брест» в ООЗ показана на рисунке 3.

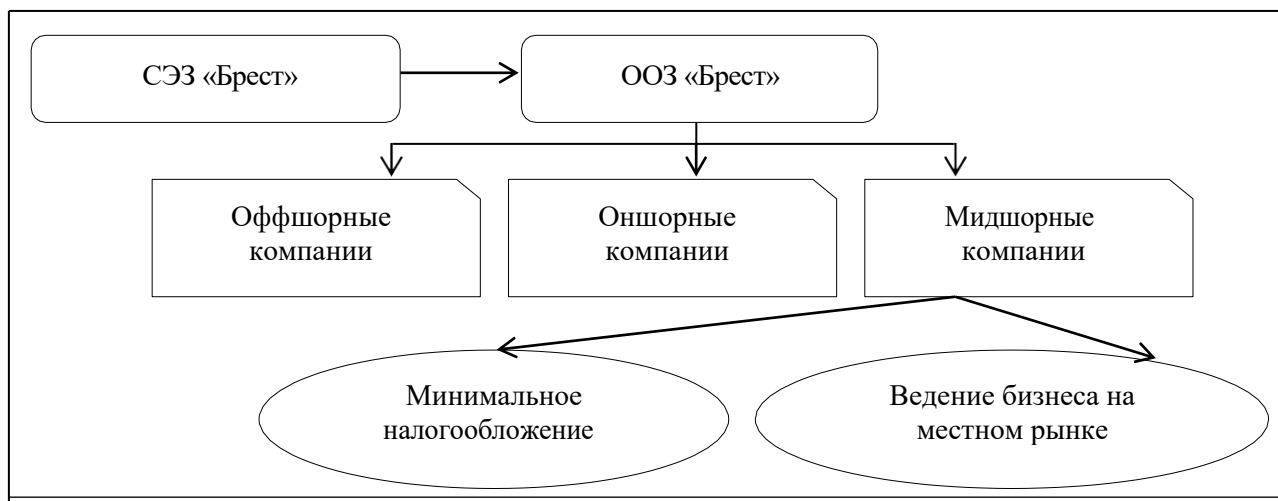


Рисунок 3 – Схема преобразования СЭЗ «Брест» в ООЗ

Для организации деятельности ООЗ необходимо внести следующие изменения в действующее законодательство:

1. Предусмотреть для мидшорных компаний налогообложение в размере не более 1/3 ставки, определяемой в соответствии с Налоговым кодексом Республики Беларусь;

2. Распространить национальное законодательство на иностранную компанию для получения информации о её действиях – для оффшорных компаний;

3. Ввести обязанность оффшорных компаний предоставлять достоверную информацию о своих учредителях, участниках и выгодоприобретателях.

На наш взгляд, введение подобных мер поможет привлечь в СЭЗ как национальных, так и иностранных инвесторов. Как следствие, произойдет увеличение поступлений в госбюджет и решится проблема несанкционированной утечки капитала за рубеж. Таким образом, в Республике Беларусь будут созданы условия для активизации инвестиционной деятельности, обеспечения необходимого для модернизации экономики притока инвестиций, повышения экономической безопасности страны и решения существующих социально-экономических проблем.

Список цитированных источников

1. О свободных экономических зонах: Закон Республики Беларусь 7 декабря 1998 г. № 213-З [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа 11.03.2017.

2. Свободные экономические зоны [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа 14.03.2017.

3. Налоговый Кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.nalog.gov.by>. – Дата доступа 15.03.2017.

4. Оншор [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org>. – Дата доступа 22.03.2017.

5. Оншор, оффшор, мидшор [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://olieserve.com/ru>. Дата доступа 03.04.2017.

РОССИЙСКИЙ ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ ОФФШОРНОГО БИЗНЕСА

Целью данной статьи является изучение основных направлений оффшорной деятельности в Российской Федерации и разработка путей создания особых оффшорных зон в Беларуси.

В настоящее время практически все участники экономической деятельности в наших странах стремятся оптимизировать свою налоговую политику посредством организации эффективных систем налогового планирования. Это позволяет на легальной основе освободиться от чрезмерно высоких налоговых ставок и таможенных тарифов, ослабить валютный контроль в сфере внешнеэкономической деятельности, свести к минимуму финансовые риски и, в конечном счете, повысить доходы компаний законным путем. Одним из методов оптимизации налогообложения является оффшорный бизнес, который сегодня широко применяется во всем мире.

Юрисдикциями оффшорного бизнеса являются оффшорные зоны. Оффшорная зона (ОЗ) – территория государства или её часть, правительство которой предоставляет компаниям-нерезидентам льготные условия для ведения предпринимательской деятельности [1]. Основным условием регистрации компании в оффшоре является ведение ею хозяйственной деятельности за пределами ОЗ, что позволяет в какой-то степени защитить национальный бизнес страны, где располагается оффшорная зона.

Обычно оффшорные зоны создаются на территориях со слаборазвитой экономикой, которые непривлекательны для ведения бизнеса на общих основаниях, с целью привлечения в принимающую страну крупных капиталов и зарабатывания фиксированных сборов от регистрации компаний. Для достижения этой цели государство, в котором создается ОЗ, гарантирует ряд преимуществ владельцам оффшорных компаний:

- низкий уровень налогообложения;
- конфиденциальность проводимых сделок;
- отсутствие валютного контроля и требований к предоставлению отчетности;
- упрощенная и ускоренная процедура регистрации организаций.

Благодаря данным преимуществам в мире активно функционирует целый ряд оффшорных зон. Практика создания ОЗ применялась некоторое время и в Российской Федерации, где оффшорный бизнес развивался по двум направлениям:

1. Регистрация российских компаний в качестве резидентов существующих в различных регионах мира оффшорных зон (внешняя оффшорная деятельность);
2. Организация оффшорного бизнеса на территории государства путем создания оффшорных зон (внутренняя оффшорная деятельность).

Так как в Российской Федерации наиболее активно развивалось внешнее направление оффшорного бизнеса, страна столкнулась с общемировыми проблемами функционирования ОЗ. Значительные потери национальной экономики России объяснялись как легальным и нелегальным бегством капитала за границу, так и недобором налоговых и таможенных поступлений по оффшорным операциям за рубежом.

Для борьбы с негативными последствиями развития оффшорного бизнеса

в РФ неоднократно предпринимались попытки совершенствования нормативно-правового регулирования предпринимательской деятельности оффшорных компаний. В настоящее время, кроме основных положений Гражданского, Налогового и Таможенного Кодексов Российской Федерации, деятельность иностранных инвесторов регулируется целым рядом нормативно-правовых актов, последние редакции которых разрабатывались с учетом изменившейся ситуации в стране и мире (таблица 1).

Таблица 1 – Законодательная база в сфере иностранных инвестиций

Законодательный акт	Название закона	Краткая характеристика	Последняя редакция
Закон РФ от 09 июля 1999 г. № 160-ФЗ	Об иностранных инвестициях в Российской Федерации	Регулирует иностранные инвестиции, а также устанавливает ряд гарантий	ред. от 05.05.2014
Закон РФ от 08 декабря 2003 г. № 164-ФЗ	Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности	Устанавливает порядок общего регулирования в сфере внешней торговли	ред. от 13.07.2015
Закон РФ от 10 декабря 2003 г. № 173-ФЗ	О валютном регулировании и валютном контроле	Регулирует валютные операции с участием нерезидентов	ред. от 03.07.2016
Закон РФ от 02 декабря 1990 г. № 395-1	О банках и банковской деятельности	Регулирует иностранные инвестиции в кредитные организации, создание филиалов иностранных банков	ред. от 03.07.2016

Несмотря на достаточно обширную правовую базу, конкретных законодательных документов, регламентирующих организацию оффшорного бизнеса, в России пока нет. Доходы все равно уходят за границу, из-за чего бюджет РФ недополучает миллиарды долларов. Это свидетельствует о низкой эффективности защитных антиоффшорных мер. Динамика оттока капитала из России представлена на рисунке 1.

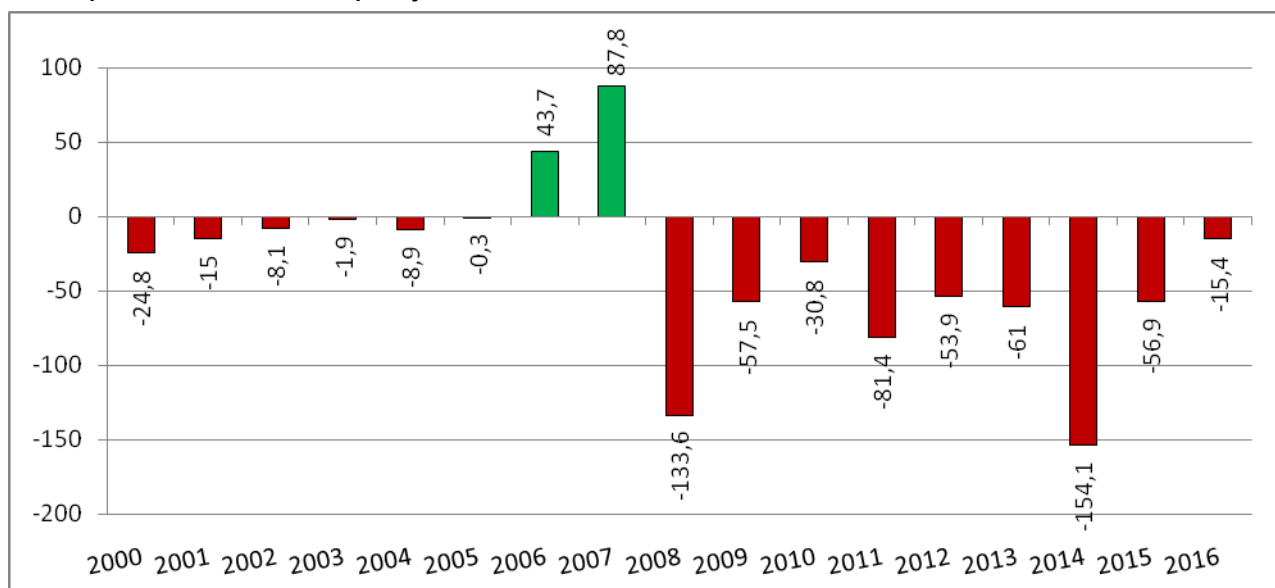


Рисунок 1 – Чистый вывоз капитала из Российской Федерации, млрд долл.

Из данной диаграммы видно, что с начала 2000 года в России наблюдался стабильный отток капитала. Отметить можно только два успешных года – 2006 и 2007 года, когда баланс был положительным. Причина – снятие 1 июля 2006 года ограничений на движение капитала из страны. Однако уже с началом кризиса 2008 года за границу различными способами было выведено более 130 миллиардов долларов. На фоне политической ситуации в мире отток капитала из РФ существенно вырос в 2014 году, когда за год было выведено более 150 миллиардов долларов. Это в два раза больше, чем в 2013 году (около 60 миллиардов долларов). Ускорение оттока капитала в 2014 и 2015 годах вызвано внешним давлением на банковскую систему РФ, санкциями, политической нестабильностью прочими факторами. А тот факт, что в 2016 году отток капитала по сравнению с 2015 годом сократился в 3,7 раза, по мнению экспертов, связан с общим снижением финансовой активности и стагнацией экономики.

Установлено, что основная часть капитала выводится из России через оффшорные компании из-за неэффективной системы налогообложения, имеющей конфискационный и произвольный характер, поэтому бизнесменам выгодней уклоняться от налогов и выводить деньги за границу. Низкая надежность банковской системы, неблагоприятная политическая ситуация, отсутствие четких экономических прогнозов и другие факторы ведут к увеличению инвестиционных рисков и еще более усугубляют ситуацию.

Отсюда следует, что первое направление развития оффшорного бизнеса в России приносит больше проблем стране, чем выгод. Для их решения необходимо принятие на законодательном уровне эффективных мер борьбы с противоправными способами использования оффшорных компаний, а также создание в стране условий, при которых внешний оффшорный бизнес стал бы не настолько выгодным, как сейчас. На наш взгляд, альтернативой ему может быть развитие внутренней оффшорной деятельности, которая способствовала бы не выводу капитала из страны, а наоборот, его притоку.

Попытки создания оффшорных зон на территории Российской Федерации предпринимались неоднократно. В соответствии с Законом от 30 января 1996 года в городе Назрань Российской Федерации была образована первая оффшорная зона, названная зоной экономического благоприятствования «Ингушетия», полностью освободившая резидентов от уплаты всех налогов и таможенных пошлин. Целью её создания было оказание экономической поддержки вновь возникшей республике, а также привлечение капиталов для подъема экономики. Однако из-за многочисленных организационно-финансовых нарушений в 2005 г. ОЗ «Ингушетия» была ликвидирована.

Более успешным можно считать опыт функционирования оффшорных зон в Калмыкии и Алтайском крае. В Республике Калмыкии режим льготной зоны начал действовать с 1995 г., с момента вступления в силу Закона Республики Калмыкии «О предоставлении налоговых льгот отдельной категории налогоплательщиков», который существенно снизил региональные и местные налоги и обеспечил ежегодную регистрацию более тысячи новых компаний. Функционирование эколого-экономического района «Алтай», созданного на основании Закона Алтайского края от 4 февраля 1997 года № 2-3С «О свободной экономической зоне «Алтай», было основано на проработанной правовой базе регулирования предпринимательской деятельности, наличии пакета корпоративных услуг, отвечающих требованиям международных стандартов [2]. Од-

нако Федеральным законом от 22 июля 2005 г. № 116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» было прекращено существование ранее созданных свободных экономических зон.

Сегодня термина «оффшор» как такового в России не существует. Вместо него используется понятие особой экономической зоны (ОЭЗ), под которой понимается часть территории РФ, определяемая Правительством РФ, где действует особый режим осуществления предпринимательской деятельности, а также могут применяться таможенные процедуры свободной таможенной зоны [3]. Эти зоны создаются в целях развития обрабатывающих и высокотехнологичных отраслей экономики, развития туризма, санаторно-курортной сферы, портовой и транспортной инфраструктур, разработки технологий и коммерциализации их результатов, производства новых видов продукции.

В качестве примера ОЭЗ можно привести Калининградскую область, созданную для привлечения инвесторов в приоритетные для России отрасли. Здесь в течение первых шести лет с момента внесения в реестр к резидентам применяется особый порядок уплаты налогов на прибыль и на имущество организаций: по ставке 0% – первые 6 лет, и 50% от установленных на соответствующий период ставок – с 7 по 12 годы. Остальные налоги и сборы уплачиваются в соответствии с действующим законодательством РФ.

Но, несмотря на существующие налоговые льготы в российских ОЭЗ, их никак нельзя отнести к классическим оффшорам. Резиденты ОЭЗ обязаны ежеквартально предоставлять бухгалтерскую отчетность и также платить налоги непосредственно по месту регистрации. Достаточно строгий контроль их деятельности со стороны государства снижает привлекательность ОЭЗ для иностранных инвесторов и уменьшает реальную эффективность.

Учитывая опыт Российской Федерации, мы считаем, что в Республике Беларусь на основе существующих СЭЗ целесообразно создание особых оффшорных зон (ООЗ), отличающихся от классических оффшоров. Для этого при разработке нормативно-правовой базы необходимо следовать тем принципам, которые уже отработаны в мировой практике оффшорной деятельности. Создание ООЗ должно, главным образом, преследовать цели привлечения иностранного капитала; льготы налогового, таможенного и иного характера должны предоставляться резидентам ООЗ только в случае реальных вложений средств из-за рубежа; на территории зоны должна иметься необходимая инфраструктура, современные средства коммуникации, страховые и банковские учреждения. Считаем также целесообразным ведение специальных норм, ограничивающих деятельность в государстве предприятий, зарегистрированных в иностранных оффшорных зонах.

В процессе проведенного нами исследования были определены основные этапы подготовки к созданию ООЗ в Беларуси. На первом этапе необходимо определить цели и специализацию конкретной зоны. Так, специализацией ООЗ «Брест», могут стать химическая и нефтехимическая промышленность, машиностроение и металлообработка, лесная и деревообрабатывающая промышленность, пищевая промышленность. Условия функционирования такой зоны должны регламентироваться при создании единой правовой базы оффшорной деятельности. Законодательно-правовыми документами должен быть определен статус резидентов ООЗ; порядок их регистрации и ликвидации; установлены особенности налогообложения иностранных оффшорных компаний и размер ежегодного взноса для частичного покрытия потерь бюджета от отмены налогов; разработан механизм защиты внутреннего

рынка, не допускающий использования зон льготного статуса в криминальных целях, а также введен контроль над притоком средств через оффшорные компании. Схема создания особой оффшорной зоны показана на рисунке 2.

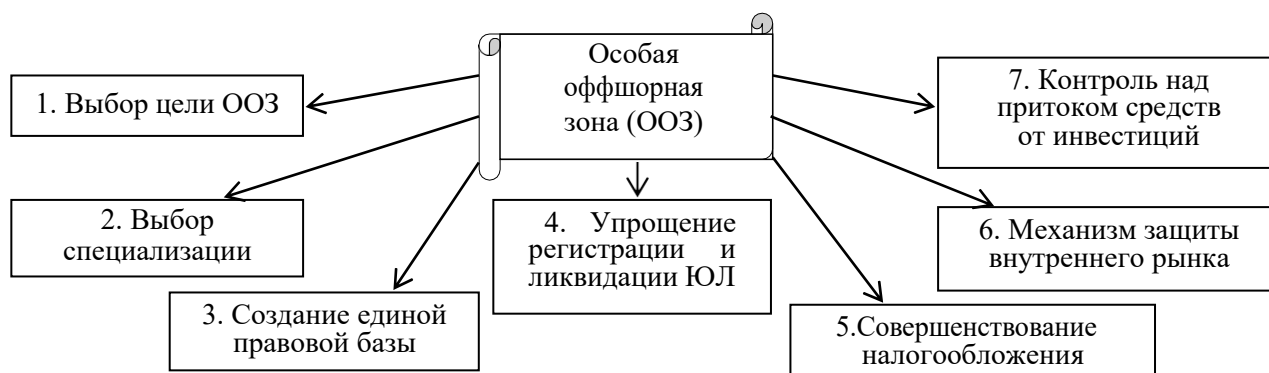


Рисунок 2 – Основные направления создания ОЗ

На наш взгляд, создание особых оффшорных зон в Республике Беларусь поможет увеличить валютные поступления в страну и решить ряд социально-экономических проблем. В совокупности с благоприятным предпринимательским климатом, функционирование оффшорных, оншорных и мидшорных компаний в комплексных ООЗ будет способствовать развитию регионов Беларуси и наукоемкой инновационной экономики в нашей стране за счет активного привлечения иностранного капитала.

Список цитированных источников

1. Оффшорная зона [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://fingeniy.com>. – Дата доступа 11.03.2017.
2. Оффшорные зоны в Российской Федерации [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.economicdiscuss.ru>. – Дата доступа 20.03.2017.
3. Об Особой экономической зоне в Калининградской области: Закон РФ от 10 января 2006 г. №16-ФЗ [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://base.garant.ru>. – Дата доступа 07.04.2017.

УДК 330.15

Беджанова А.А.

Научный руководитель: доцент Кивачук В.С.

ПРИРОДНЫЕ РЕСУРСЫ И ИХ ОЦЕНКА

На данный момент во всех странах мира призывают экономить ресурсы. Призыв относится не только к экономии энергоносителей, но и экономии воды – это один из жизнеобеспечивающих ресурсов. Людей призывают экономить воду, чтобы не лишиться ее совсем.

Природные ресурсы – компоненты и свойства природы, которые непосредственно используются в хозяйственной деятельности как средства производства, предметы труда и потребления [1].

В настоящее время оценка природных ресурсов более применительна к газу, нефти, другим энергоресурсам, к рудным и нерудным полезным ископаемым, к воде [2].

На данный момент в мире стоит вопрос об исчерпаемости воды. Вода покрывает более 70% площади планеты, но только 3% – пресная вода. К 2025 году

треть населения мира будет испытывать нехватку воды. Планета сталкивается со следующими проблемами [3]:

- Большинство пресной воды – в форме льда.
- Более 1,4 млрд человек не имеют доступа к чистой и безопасной воде.
- Разрыв между водоснабжением и спрос на него постоянно растет.
- Более 32 млрд кубометров питьевой воды — утечка воды из городских систем водоснабжения, только 10% утечки видима. Во многих странах процент потерь воды составляет более 30%, достигнув даже 80% в некоторых крайних случаях.

Лидерами водопотребления в мире являются Туркменистан (5 319 м³/год), Ирак (2 525 м³/год), Казахстан (2 345 м³/год), Узбекистан (2 295 м³/год), Гайана (2,161 м³/год), Кыргызстан (1 989 м³/год), Таджикистан (1 895 м³/год), Канада (1 468 м³/год), Азербайджан (1 415 м³/год), Суринам (1 393 м³/год) и другие (см. график на рис. 1). В СНГ немалый объем воды изымается в Украине (781,4 м³/год). Относительно низкое водопотребление отмечается в Африке, а также Европе, включая Россию и Беларусь (рисунок 1) [2].

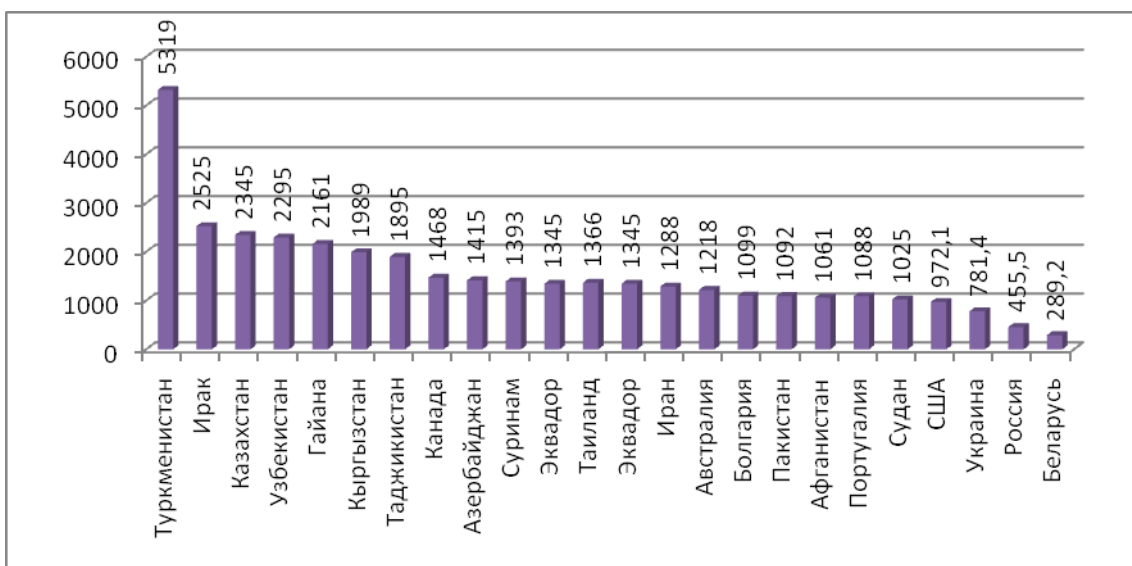


Рисунок 1 – Лидеры водопотребления в мире

В среднем на Земле каждый год на душу населения изымается из природной среды 499 м³ воды.

Так, например, из-за угрозы нехватки воды китайские ученые разработали план трубопровода для перекачки байкальской воды в самый засушливый северо-западный регион страны. По мнению The Guardian, появление такого экстравагантного плана подчеркивает серьезность кризиса воды, с которым сталкивается Пекин. Имея 20% мирового населения, Китай обладает только 7% мировых запасов пресной воды. Прогнозируется, что к 2020 году многие города Китая могут оказаться без воды. Между тем Байкал начал рекордно мелеть с 2015 года. Уровень воды в озере снизился на 40 см по сравнению с показателем 2013 года, поставив рекорд последнего 60-летия.

Источники природных ресурсов – месторождения, угодья и другие, – вовлекаются в использование после процедуры их измерения и оценивания.

При этом измерение – это определение физического объема, запаса, воспроизводства данного ресурса, а оценивание – определение пригодности, технологичности, экономичности его использования. Таким образом, оценка – это определение значения данного ресурса для решения хозяйственных задач.

При этом выделяют:

- а) технологическую оценку, устанавливающую возможность разработки и использования ресурса принятыми технологиями;
- б) экономическую или денежную оценку, определяющую стоимость (цену) данного ресурса и эффективность его разработки.

Экономическая оценка может рассчитываться в зависимости от ее цели и особенностей ресурса. В ее основу может закладываться размер затрат на освоение ресурса, возможная прибыль в процессе его использования; их соотношение.

Задачи оценки:

- создать механизм учета и воспроизводства национального богатства страны;
- разработать принципы инвестирования природоэксплуатирующих отраслей;
- внедрить методы управления запасами природных ресурсов и решить проблемы ресурсосбережения;
- обеспечить сбалансированное развитие территорий;
- разработать единую систему платежей за пользование природными ресурсами, разработать методологию оценки объектов недвижимости и др.

Существуют следующие подходы к оценке природных ресурсов:

Затратный подход. Суть: определение затрат на добычу, освоение или использование ресурсов. Недостаток: природный ресурс более высокого качества, расположенный в более удобном для освоения месте, получит меньшую стоимость, в то время как его потребительская стоимость будет выше «плохого» ресурса.

Результативный подход. Суть: экономическую оценку имеют лишь те природные ресурсы, которые приносят доход.

Затратно-ресурсный подход. Суть: при определении стоимости природного ресурса соединяются затраты на его освоение и доход от его использования. Достоинство – социально-экономическая оценка природного ресурса будет выше, что стимулирует рациональное природопользование. Однако, ему присущи недостатки первых двух подходов.

Воспроизводственный подход. Суть: использование природного ресурса должно подразумевать его восстановление в прежнем качестве и количестве, либо компенсации с учетом неухудшения качества окружающей среды в данном месте. Стоимость такого ресурса определяется как совокупность затрат, необходимых для воспроизводства ресурса на определенной территории.

Рентный подход. Суть: расчет ренты, т. е. добавочной прибыли, которая возникает за счет лучших природных свойств и лучшего местоположения данного источника ресурса по сравнению с более худшими при равной величине затрат. В оценке учитывается и такие факторы, как возможный экологический ущерб и затраты на его предупреждение или возмещение.

Развитые страны приняли обязательства по сокращению выбросов парниковых газов. Присоединившиеся к Конвенции страны должны сократить свои выбросы до базового уровня. К примеру, к 2008 г. США обязаны снизить загрязнение атмосферы на 3%, страны ЕС — на 8%, Япония — на 6%.

Экономическая оценка природных ресурсов обычно производится в составе природного объекта, представляющего собой пространственно ограниченную совокупность природных ресурсов, имеющего фиксированную границу, площадь, местоположение, правовой статус и другие характеристики.

Список цитированных источников

1. Оценка природных ресурсов // [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <http://www.ceae.ru/ocenka-prirod-resurs.htm> - Дата доступа: 13.04.2017
2. Мировой рынок пресной воды // [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <http://www.vigorconsult.ru/resources/mirovoy-ryinok-presnoy-vody/> – Дата доступа: 13.04.2017
3. Природные ресурсы, их классификация и оценка // [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <https://geographyofrussia.com/prirodnye-resursy-ix-klassifika-ciya-i-ocenka/> – Дата доступа: 15.04.2017

УДК 658.512

Бердник К.О.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Омелянюк А.М.

ДОКУМЕНТИРОВАНИЕ КАРТЫ ТЕКУЩЕГО СОСТОЯНИЯ - ПЕРВЫЙ ЭТАП КАРТОГРАФИРОВАНИЯ ПОТОКА СОЗДАНИЯ ЦЕННОСТИ

Применение VSM является достаточно трудоемким процессом, так как предполагает фиксацию информации о людях, продукте, оборудовании и движениях информации. Необходимо записывать и измерять диапазон переменных, которые происходят на каждом этапе процесса во время операции. Он также требует просмотр записанных данных, относящихся к процессу, чтобы фиксировать даты, количества, задержки, остановки, сбои, оперативные решения, которые влияют на выполнение операции в течение анализируемого периода.

Достоверность анализа настолько же хороша, насколько полна и правдива собранная информация. Когда есть доказуемые факты, извлеченные из документально подтвержденных свидетельств и записанных наблюдений на месте, результаты исследования могут быть использованы при перепроектировке процесса[1].

Процесс формирования текущего потока значений состояния имеет шесть шагов:

1. Выбрать семейство продуктов, которое будет сопоставлено.

Карты потоков создания ценности создаются для отдельного продукта или семейства продуктов. Семья - это группа продуктов с одинаковыми маршрутами, схожими процессами и клиентами с аналогичными потребностями и уровнем спроса. «Подобный» означает, что, хотя могут быть некоторые отклонения, можно определить, что все члены группы имеют основной набор операций, которые являются одинаковыми. Продукты могут различаться по цвету, размеру, второстепенным функциям или одному или двум этапам производственного процесса. Причиной концентрации на семействе продуктов является то, что бережливые улучшения, такие как системы Канбан, хорошо работают, только если все продукты в потоке схожи по времени процесса и маршрутам, а время переключения минимально.

2. Определить цель улучшения.

Цели совершенствования необходимы для того, чтобы избежать открытого (и обычно бесконечного) процесса сопоставления. Без цели «наиболее вероятный результат» - «паралич анализом». Независимо от того, является ли цель уменьшением затрат за счет устранения отходов или своевременным производством с учетом потребительского спроса, отображение потока со-

здания ценности является важным инструментом, и в этом смысле он не зависит от какой-либо одной философии производства.

3. Сформировать команду для сбора данных и отображения выбранного потока значений.

Отображение потока создания ценности лучше всего делать командой в формате семинара. Это объясняется тем, что мало кто действительно понимает весь поток создания ценности или обладает знаниями, чтобы предвидеть последствия конкретных изменений в нем. Поэтому требуется группа с различными профессиональными навыками.

4. Пройти поток и собрать данные по потоку создания ценности.

После того, как определена основная маршрутизация элемента семейства продуктов, настало время, когда команда должна пойти в цех, где производится продукт, или, в случае потока служебных или административных потоков, в офис, где осуществляется процесс. При ходьбе следует чертить карту процесса, причем каждый шаг связан с предыдущим стрелкой. При прохождении маршрута от начала до конца на каждом этапе процесса необходимо фиксировать следующие элементы:

- Перевозка.

Приоритетнее начинать сбор информации в конце процесса (когда готовый продукт выходит из системы) и двигайтесь вверх по течению. Собирайте информацию о требованиях заказчика, в том числе о периодичности доставки и количестве отгрузок.

- Операции.

Двигаться вдоль маршрута, собирая стандартные данные на каждом шаге. Отметьте, где вспомогательные потоки присоединяются к основному потоку. Для каждой операции фиксировать время цикла машины. Определить, как часто продукты конкретного семейства производятся на этом этапе. Определить стандартный размер партии.

- Операторы.

Определите, сколько операторов работает в каждой операции. Это стандартный номер или есть дополнительные операторы сегодня (например, переработка)? Используйте только стандартный номер для отображения.

- Очереди (инвентарь).

Обратите внимание на количество инвентаря между операциями (как хранящимися в рабочем центре, так и в работе с процессами в других частях завода). Все запасы необходимо будет преобразовать в эквивалентное количество готовой продукции.

- Поставщики.

Данные для сбора включают в себя частоту доставки и количество продукта на доставку. Поскольку используется средний объем для определения отгруженной продукции, и это имеет тенденцию быть довольно устойчивым, показатель поставки должен иметь аналогичную устойчивость[3].

5. Понимание потока создания ценности, с точки зрения клиента, и того, как планирование стремится удовлетворить эту потребность.

Ключом к пониманию является понимание продукта или услуги, с точки зрения клиента. Карты потока создания ценности используются для сокращения отходов и повышения скорости потока, чтобы продукцию можно было производить наиболее экономически эффективным способом. Но в конечном счете цель заключается в том, чтобы клиент мог получить нужные товары в нужное время и по разумной цене. Упражнение по формированию потока со-

здания ценности не участвует в разработке стоимости. Поэтому могут быть случаи сложных потоков, создающих продукт, который на самом деле не тот, что хочет клиент.

6. Нарисовать карту потока создания ценности.

Карта текущего состояния - это просто набор связанных операций и очередей, начиная с поставщика и заканчивая клиентом. Наиболее важная рекомендация, которой следует руководствоваться при составлении карты, заключается в том, что она должна выполняться всей группой в формате семинара. Группа должна игнорировать все существующие схемы технологических процессов и полагаться исключительно на данные, собранные во время прогулки по процессу.

Если создается симуляция потока создания ценности, член группы, прошедший обучение по использованию моделирования, должен настроить компьютер, подключенный к проектору, и построить карту из предложений остальной группы. После того, как данные будут введены, следует запустить имитацию потока создания ценности и проанализировать результаты[2].

Следующие советы помогут вам лучше понять, что происходит при картографировании бизнес-процессов:

1. Следите за процессом изготовления от начала до конца, чтобы получить фактическую маршрутизацию. Пройдите маршрут и убедитесь, что на каждом шаге продукт пришел с предыдущего шага. Или, еще лучше, начните с конца и начинайте работу, чтобы продукт переместился на только что пройденный шаг.

2. Отметьте уровни незавершенного производства на каждом этапе. Спросите, есть ли еще материал, хранящийся в другом месте.

3. Наблюдайте за некоторыми настройками, чтобы получить время и размер партии. Используйте секундомер или другой метод получения значения и делайте это несколько раз. Люди обычно выполняют более быструю работу, если знают, что за ними следят. Будущее состояние часто требует сокращения времени настройки, и в большинстве случаев время настройки можно сократить вдвое за счет улучшения организации (подходе 5S).

5S – это мощный инструмент организации рабочего пространства.

4. Спросите, как часто работает конкретный продукт.

5. Узнайте, каков процент простоя, и как часто машина выходит из строя для ремонта. Обратите внимание, что во многих случаях установка имеет стандартное допустимое время, если необходимо больше времени на переналадку – это может быть записано как поломка. Опять же, обратите внимание на то, как происходит нарушение работы. Одна и та же проблема может иметь большую изменчивость в отношении времени ремонта, из-за того, насколько хорошо организована ремонтная бригада и имеются или нет запасные части.

6. Узнайте, каковы тарифы на отходы производства. Подсчитывайте размеры таких отходов. Узнайте причины появления ненужных ресурсов.

7. Собирайте данные о продолжительности цикла. Обратите внимание, что ручные процессы и ручная загрузка / выгрузка машин могут иметь большое разнообразие.

8. Посмотрите, сколько операторов есть для каждого шага процесса и что именно они делают. Обратите внимание, следуют ли они стандартной рабочей процедуре. Опять же, обратите внимание на простые возможности, такие как дисбаланс в объеме работы, чрезмерная ходьба или плохая эргономика и т. д., которые могут использоваться для сокращения времени цикла или которые могут использоваться, когда требуется балансировка линии.

9. Важно понять, что такое текущее состояние. Это также хорошая возможность понять причины вариации, поскольку все аспекты процесса должны быть стандартизированы, чтобы система тяги работала хорошо. Это будет одной из самых больших проблем, стоящих в ходе инициативы «бережливое производство», поэтому не стоит недооценивать требуемую работу. Вариация имеет много источников, и очень важно получить контроль над ними на ранней стадии этого процесса.

10. Там могут быть случаи, когда трудно получить детали операции. Например, аутсорсинговые шаги часто лучше трактуются как «черный ящик», и единственной требуемой информацией является размер партии и время выхода и возврата продукта.

11. Не забывайте различать во всех случаях время цикла операции от времени транспортировки, а также от момента, когда один продукт ждет, пока партия завершается.

12. Члены команды должны быть распределены по каждой требуемой документации:

- маршрутизация (имя процесса или очереди, шаг маршрутизации, количество машин, выделенных для шага);
- время цикла (процесс c / t , минимальное время ожидания очереди);
- время установки (время, частота);
- выход (лом или выход%);
- наличие / частота использования операции в конкретном потоке создания ценности: (распределение% к потоку значений, остановки для перерывов, как часто процесс используется для продуктов потока создания ценности);
- сдвиги и количество операторов (требования к сверхурочной работе, регулярные смены, количество операторов на машину);
- пробой (время простоя или простоя%);
- размеры партии (размер партии продукции, размер партии перевода);
- работа в количествах процесса (подсчитанные единицы, максимальная емкость очереди).

После завершения сбора данных все данные могут быть собраны в одной электронной таблице или перенесены непосредственно на карту потока создания ценности из заметок каждого члена команды[6].

Список цитированных источников

1. Фомичев, С.К. Концепции «Шесть сигм» и «Бережливое управление»: звездный союз / С.К. Фомичев, Н.И. Скрябина, О.Ю. Уразлина // Методы менеджмента качества. – 2004. – № 6. – С. 16-20.

2. Value Stream Mapping Symbols and Icons [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <https://www.lucidchart.com/pages/value-stream-mapping/value-stream-mapping-symbols> . – Дата доступа: 03.04.2017.

3. Value Stream Mapping [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: http://courses.washington.edu/ie337/Value_Stream_Mapping.pdf. – Дата доступа: 10.04.2017.

4. Процессный подход при управлении логистическими системами [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: http://www.kt-lospo.com/study/l_3_6.htm . – Дата доступа: 10.04.2017.

5. Value Stream Mapping [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: http://www.strategosinc.com/vsm_symbols.htm . – Дата доступа: 06.04.2017.

6. Алгоритм составления карты потока создания ценности на промышленном предприятии [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/algorithm-sostavleniya-karty-potoka-sozdaniya-tsennosti-na-promyshlennom-predpriyatii> . – Дата доступа: 06.05.2017.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СЕТЕВОГО ОБРАЗОВАНИЯ НА ОСНОВЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ УЧАСТНИКОВ

Рассматривая сеть на примере отдельных её составляющих, можно отметить проявления взаимодействий, схожих с теми, что присутствуют в рыночных и иерархичных моделях. Однако целостная структура сети регламентирует все взаимоотношения и сводит их к новой сетевой форме[1]. Критерии отличия рыночных, иерархичных и сетевых взаимодействий представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Отличительные особенности рыночных, иерархичных и сетевых взаимодействий

Критерии отличия	Рынок	Иерархия	Сеть
1	2	3	4
Базовая методология	Ресурсно-технологический подход	Ресурсно-технологический и институциональный подход	Институциональный подход
Основной механизм координации деятельности субъектов	Ценовой механизм	План	Формальные и неформальные договоренности
Ресурсная база (форма собственности)	Строго автономная (частная)	Единая (акционерная)	Кооперативная (долевая)
Юридическая зависимость	Полная юридическая независимость	Полная юридическая зависимость	Юридическая независимость
Стратегическая зависимость	Стратегическая независимость	Стратегическая зависимость периферии от центра	Стратегическая взаимозависимость
Характеристика взаимосвязей	Разовые сделки	Вертикальные иерархические связи	Горизонтальные взаимодействия
Роль неформальных отношений	Не имеют существенного значения	Определяются иерархией	Играют определенную роль
Роль лидера	Лидеры определяются направлениями развития отраслевого рынка	Один лидер (головная компания) определяет стратегию развития	Сетевой брокер определяет совместную стратегию развития сети
Базовый принцип управления	Самоорганизация	Сочетание централизации и децентрализации	Координация
Механизм распределения прибыли	Конкуренция	Административно-финансовый механизм	Пропорционально вкладу в создание ценности
Границы управленческой структуры	Определяются границами товарного рынка	Определяются составом фирм	Определяются фирмами и видом сети

Характерными особенностями сети, которые отличают такое образование от рыночных, или иерархичных, можно отметить: реструктуризация коммуникации, а именно ставя горизонтальные связи в приоритет вертикальным; автономность участников, по мере соответствия институту, признанного этой сетью; достаточно весомая роль неформальных связей участников в принятии решений и их последующее соблюдение.

Элементы сети присутствуют как в рыночной, так и в иерархичной структуре. Так, сеть – не что иное, как более контролируемый за счет определенности связей участников рынок, образованный ими же на основе их взаимоотношений. Также сеть – более свободная иерархическая структура, уравнивающая в значимости участников вертикальные и горизонтальные связи иерархии [3].

Логистическая сеть можно охарактеризовать как наиболее действенную модель. Сеть можно представить как альтернативу системе, которая кардинально отличается практически по всем характеристикам [4].

В логистической сети нельзя выделить конкретное число участников, четко закреплен лишь один участник сети – компания-производитель, а дальше поставщики, покупатель и все различные посредники уже существуют как самостоятельные единицы, связанные с сетью неформальными и формальными (договор) отношениями. Точнее говоря, каждый контрагент – это самостоятельный институт с возможностью объединения неформальными связями с любыми другими участниками сети (возможно даже образование отдельных институциональных объединений внутри сети) [5].

Однако сеть – это наиболее непредсказуемое образование, ввиду обособленности и определенной независимости её субъектов, каждый из которых действует, исходя из своих интересов. Поэтому можно рассмотреть такую сеть, которая сохранила определенную иерархичную структуру системного образования с поддержанием жестких связей с определенными контрагентами внутри своего института предприятия в рамках сети.

Целевая функция сети трансформируется из целей уже сложившейся иерархии, однако здесь у контрагентов преобладают индивидуальные интересы, а также общая заинтересованность всех контрагентов в существовании сети как способе минимизации их транзакционных издержек и рисков. Таким образом, можно говорить о том, что совпадение целей контрагентов и поддерживает существование всей сети.

Важной особенностью сетевого образования является то, что участники сети, в разрезе одного рассматриваемого бизнес-процесса, только лишь согласовывают свои функции и не объединяют их. Далее все ограничения, а также свободы заключаются посредством контракта [6].

Учитывая все, что было описано выше, можно сделать определенные выводы по схожести всех трех образований.

Выделяется то, что по мере роста той или иной компании растет и ее необходимость в более обширном спектре возможностей в плане логистики. Так, при небольшом товарообороте достаточно (или даже наименее убыточно и удобно) работать в рамках только лишь логистической цепи. Далее по мере роста («эволюции») компании цепь способна трансформироваться в систему с ее жесткими иерархическими ограничениями и большим числом вовлеченных участников для наибольшей эффективности логистических бизнес-процессов. В итоге, иерархия способна перейти в сеть, где уже присуща максимальная гибкость, индивидуализация цели в рамках общей деятельности и характерные рыночные черты.

Определенно можно заметить то, что все три образования схожи. Практически можно представить, что иерархия способна содержать в себе сеть, так же как и может быть составной частью сети. Этот факт способен открыть определенные возможности к методам прогнозирования, определения и улучшения логистического сервиса, т. к. подобные выводы можно использовать как инструмент экстраполяции методов прогноза и учета между рыночными, иерархичными и сетевыми образованиями.

Итак, развитие и более подробное изучения сетевых образований является необходимой частью будущей информационной экономики. Сети – это формирования, основанные на гибких горизонтальных связях, которые способны добиться эффекта синергии, сочетая формальные и неформальные институты, позволяющие в равной степени распределять ресурсы между участниками. Однако проблематика функционирования сетей может вылиться в проблему распределения сетевого эффекта и степени власти участников внутри сложной сетевой структуры.

Список цитированных источников

1. Кузьминов, Я.И. Курс институциональной экономики: институты, сети, трансакционные издержки, контракты / Я.И. Кузьминов, К.А. Бендукидзе, М.М. Юдкевич. – М.: Изд. Дом ГУ ВШЭ, 2006. – XL, 442.
2. Олейник, А.Н. Институциональная экономика: учебно-методическое пособие. – М., 2005. (Тема 1.)
3. Гриценко, А.А. Иерархия и сетевые структуры в институциональной архитектуре экономических систем. – 2007.
4. Сергеев, В.И. Корпоративные логистические стратегии и технологии: выбор и способы реализации //Логинфо. – 2002. – №. 3.
5. Евтодиева, Т.Е. Сравнительная характеристика системной и сетевой форм организации логистики //Проблемы современной экономики. – 2011. – №. 1.
6. Евтодиева, Т.Е. Современные формы организации логистики: системы и сети // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2011. – №. 32.

УДК 338

Бруйло Я.С.

Научный руководитель: доцент Драган Т.М.

СТРУКТУРНЫЙ И ДИНАМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Государственный бюджет нашей страны является центральным звеном финансовой системы. Его состояние может отражать как успехи, так и провалы государственной политики. Сегодня, в условиях активной финансовой деятельности государства, актуальными являются многие вопросы: как выстроить эффективную бюджетную политику без существенных потрясений для экономики, как повысить качество показателей, как достичь гармонизации бюджета?

Само понятие бюджета рассматривается с разных точек зрения. В материальном смысле бюджет представляет собой централизованный денежный фонд, формируемый на уровнях для обеспечения государственных функций, с информационной стороны – это индикатор текущего состояния экономики страны, социальной сферы, политической ситуации, а в соответствии со ст. 2.

Бюджетного кодекса РБ – это план формирования и использования денежных средств для обеспечения реализации задач и функций государства [1].

Таким образом, можно сказать что бюджет – это счетный план государства, который позволяет контролировать поступление доходов в форме налоговых и неналоговых платежей и займов, с одной стороны, и процесс использования бюджетных ресурсов согласно бюджетной росписи расходов с другой. Рассмотрим доходы и расходы республиканского бюджета Республики Беларусь, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Данные о состоянии государственного бюджета за 2010-2016 годы [2]

О бюджете (уточненный план), млрд руб.

	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Доходы	2,993	5,131	9,50	10,500	12,295	16,472	17,658
Расходы	3,471	5,211	9,60	10,850	12,545	15,548	17,378
Дефицит\профицит	-0,478	-0,080	-0,098	-0,350	-0,250	0,924	0,280

Исполнение республиканского бюджета, млрд руб.

	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Доходы	3,027	5,419	9,518	10,580	12,821	16,721	17,741
Расходы	3,428	5,195	9,588	10,806	12,278	15,214	16,760
Дефицит\профицит	-0,401	0,224	-0,070	-0,226	0,543	1,507	0,982

Представленные данные отражают уточнённые плановые и исполненные цифры расходов и доходов республиканского бюджета в период за 2010-2016 годы. Можно увидеть, что общая их сумма увеличивается с каждым годом, на это оказывают влияние различные факторы, одним из которых является рост инфляции. По данным исполнения бюджета видно, что в последние три года бюджет исполняется с профицитом, что позволит стране рассчитаться со своими обязательствами. Уже в прошлом году наблюдалась тенденция к снижению расходов, они меньше на 0,68 млрд руб. ожидаемых плановых расходов, и виден незначительный рост доходов.

При проведении структурного анализа доходов бюджета, сравнив план 2016 и 2017 года, можно увидеть, что наибольшую долю составляют налоговые поступления, в 2016 году они составили 78,3 %, а в 2017 году снизились до 76,7 %. Наибольшая доля налоговых поступлений представлена поступлениями от налогов на товары и услуги. Рассматривая их структуру, можно сказать, что наибольшую долю составляют налог на добавленную стоимость (68,21%) и акцизы (24,31%). При анализе планируемых расходов наибольшую долю расходов составляют расходы на общегосударственную деятельность (43,8 %), из них на обслуживание государственного долга – 34%.

Если же сравнивать направления расходов бюджета Германии и Беларуси, то можно увидеть, что, к примеру, на транспорт и дороги расходы Германии составляют 10% от федеративного бюджета, а в Беларуси – меньше 1 % от расходов бюджета, на исследования и образование в Германии тратится 10%, а в нашей стране – 5%.

В работе также была проанализирована связь между общей суммой государственного долга и доходами бюджета. Данные представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Расчет показателей для проведения анализа

Год	Гос.долг, млн руб	Доходы бюджета (исполнение), млн руб	Темп роста гос.долга, %	Темп роста доходов, %	Темп прироста долга, %	Темп прироста доходов, %	Эластичность (темп прироста долга/темп прироста доходов)
2010г.	3833	3 027	-	-	-	-	-
2011г.	6100	5419	159,14	179,02	59,14	79,02	0,748
2012г.	11640	9518	190,82	175,64	90,82	75,64	1,201
2013г.	12880	10580	110,65	111,16	10,65	11,16	0,955
2014г.	15400	12821	119,57	121,18	19,57	21,18	0,924
2015г.	19750	16721	128,25	130,42	28,25	30,42	0,929
2016г.	32860	17741	166,38	106,10	66,38	6,10	10,882

После проведенных расчетов таких показателей, как темпы роста, прироста по имеющимся данным и эластичность (как отношение темпа прироста долга к темпу прироста доходов бюджета), можно увидеть, что за анализируемый период в 2011, 2013-2015 годах коэффициент эластичности был меньше единицы, что говорит о том, что темпы прироста доходов росли быстрее, чем темпы прироста государственного долга (рисунок 1). Однако в 2011 г. и в 2016 г. темп прироста государственного долга превысил темп прироста доходов бюджета.

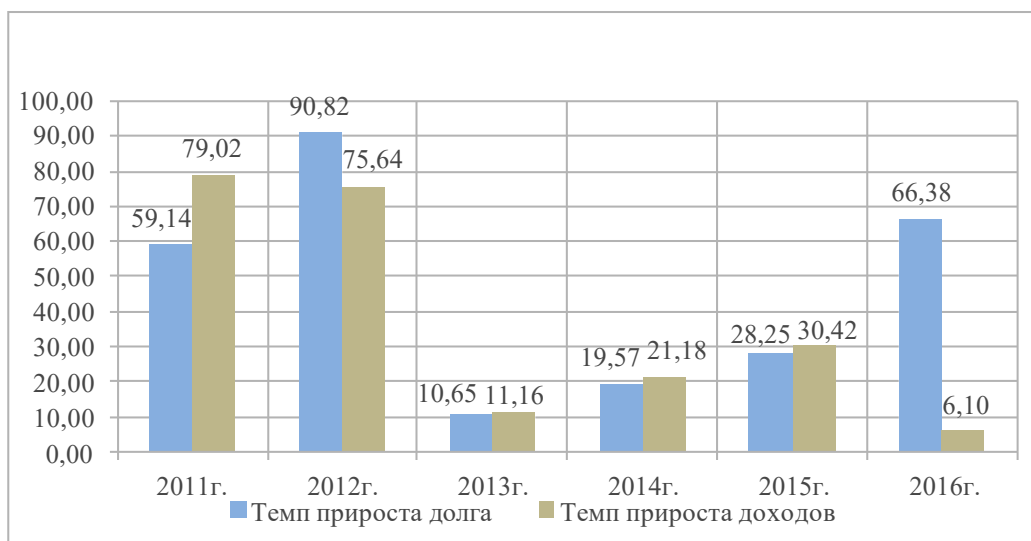


Рисунок 1 – Темпы прироста государственного долга и доходов бюджета, %

В 2016 г. наблюдалось существенное превышение прироста, резкий скачок, в данном случае коэффициент эластичности, составил 10,88, что говорит о попадании страны в кредитную "ловушку". Такая ситуация крайне неблагоприятная, результатом попадания в ловушку может быть снижение ВВП в среднем на 2,8 – 3%. Чтобы выбраться из ловушки, необходимо улучшать климат бизнеса, привлекать инвестиции и ориентироваться на экспорт.

В 2016 году была принята программа социально-экономического развития Беларуси на 2016-2020 гг. Согласно ей бюджетно-налоговая политика в теку-

щей пятилетке будет направлена на повышение эффективности использования бюджетных средств и их концентрацию на приоритетных направлениях социально-экономического развития при сохранении социальной направленности бюджетных расходов и увеличении их доли на инновационное развитие. Планируется дальнейшая оптимизация налоговой системы для стимулирования экономического роста и инвестиционной активности. Будет обеспечен бездефицитный бюджет путем финансирования расходов в пределах имеющихся доходов и источников финансирования дефицита бюджета [3].

После проведения структурного и динамического анализа, можно сказать, что для того, чтобы достичь гармонизации и совершенствования бюджетной системы в нашей стране необходимо: во-первых – принять меры по снижению доли расходов на обслуживание государственного долга в общих расходах бюджета, во-вторых – обеспечить функционирование рыночного механизма налоговой саморегуляции (наличие такой системы налогообложения, которая будет понятна и выгодна налогоплательщику, следовательно, будет стимулировать рост платежей и снижение теневых доходов), в-третьих – оптимизировать расходы государственного бюджета, не допуская снижения финансирования важнейших социальных расходов. Также нужно стремиться к повышению качества прогнозных показателей, обеспечить достаточную прозрачность, публичность данных, установить личную ответственность руководителей и усилить роль системного анализа исполнения бюджета.

Список цитированных источников:

1. Основные термины и их определения: Бюджетный Кодекс Республики Беларусь, статья 2, п.1.2.
2. Министерство Финансов Республики Беларусь / Информационный портал [Электронный ресурс] URL: http://www.minfin.gov.by/ru/budget_execution/
3. Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы. Глава 5. «Макроэкономическая политика и развитие институциональной среды», 5.5. «Сбалансированный бюджет без роста налоговой нагрузки». – С. 26.

УДК [331.5:658] (476.7)

Бруйло Я.С., Вакульчик Д.А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Крамаренко А.К.

ИССЛЕДОВАНИЕ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ БЕЛАРУСИ (НА ПРИМЕРЕ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ)

Социально-экономические права, в том числе право на труд, являются неотъемлемыми для каждого человека. В последнее время в нашей стране обострился вопрос занятости населения, что объясняет актуальность темы данной научной статьи. Для любой территории важно сохранить и увеличить занятость проживающего населения, так как это обеспечивает стабильность и повышение конкурентоспособности экономики, определяет уровень конкуренции на рынке труда, позволяет реализовать человеческий потенциал.

Решение вопроса занятости населения связано с применением государственных мер, которые направлены на ее стимулирование. На наш взгляд, к числу наиболее действенных мер можно отнести: развитие малого предпринимательства, инновационную и инвестиционную политики, а также политику градостроительства.

Нами было выявлено, что в последние годы в Брестской области наблюдается тенденция к снижению количества занятого населения и росту уровня безработицы (Рисунок 1).

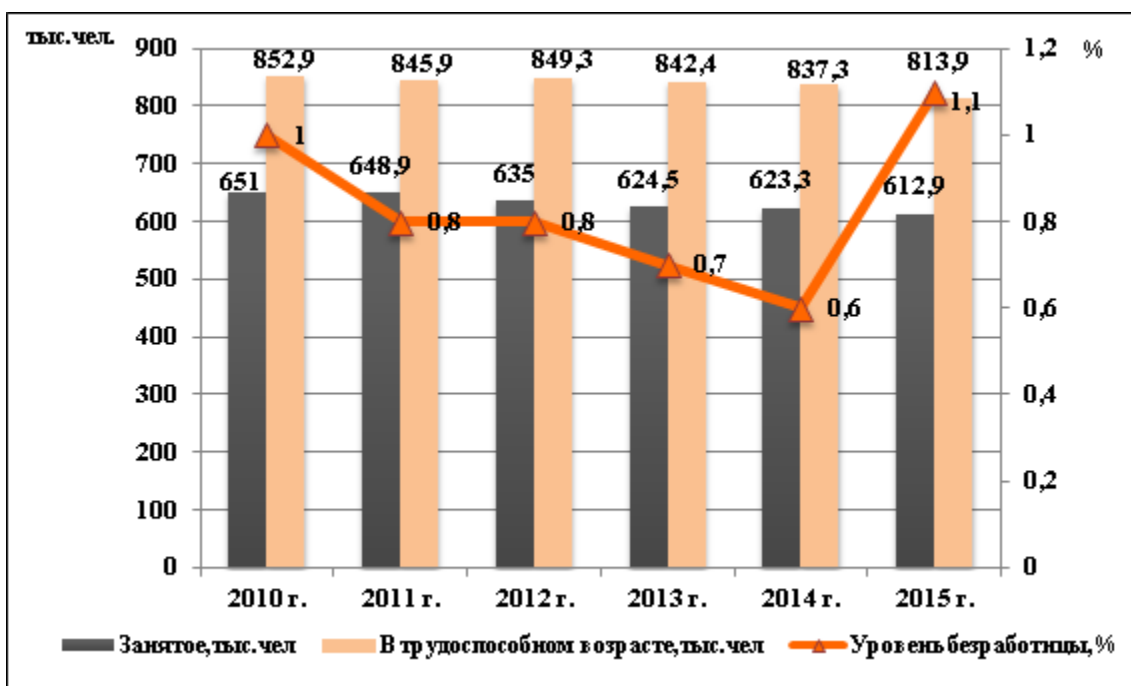


Рисунок 1 – Занятость населения и уровень безработицы в Брестской области

Так, в 2010 г. в народнохозяйственном комплексе Брестской области было занято 651 тыс.чел., а в 2015 г. – 612,9 тыс.чел., то есть количество занятых снизилось на 38,1 тыс.чел., или на 5,9 %, а уровень безработицы вырос на 0,1%. Нужно отметить, что занятость населения связана с функционированием и особенностями рынка труда. В исследовании под рынком труда следует понимать совокупность экономических отношений по поводу купли-продажи специфического товара (рабочей силы).

Также мы рассмотрели структуру занятого населения в зависимости от формы собственности (Рисунок 2).



Рисунок 2 – Занятое население по форме собственности

Так, можно заметить, что более половины занятого населения трудоустроено на предприятиях частной формы собственности. Также наблюдается тенденция к увеличению количества занятого населения на предприятиях иностранной формы собственности (с 1,4 % в 2010 году до 2,7 % в 2015 году). К тому же можно отметить тенденцию к снижению уровня занятого населения, трудоустроенного на предприятиях государственной формы собственности, в сторону снижения.

Также мы определили, что динамика занятости населения оказывает влияние и взаимосвязана с динамикой валового регионального продукта (ВРП) и денежными доходами на душу населения. В качестве доказательства приведем расчеты абсолютных отклонений показателей и коэффициента эластичности – ε (формула 1), который рассчитывается как отношение динамики ВРП (денежных доходов на душу населения) – δx к динамике среднегодовой численности населения, занятого в экономике, – δy . Результаты расчетов сведем в таблицу 1 и таблицу 2.

$$\varepsilon = \frac{\delta x}{\delta y} \quad (1)$$

Таблица 1 – Анализ взаимосвязи показателей валового регионального продукта со среднегодовой численностью занятого населения по данным за 2010-2015 года по Брестской области

Год	Валовой региональный продукт, млрд руб.	Среднегодовая численность населения, занятого в экономике, тыс. чел.	Отклонения в валовом региональном продукте, +/-, млрд руб.	Отклонения в среднегодовой численности населения, +/-, тыс. чел.	Динамика валового регионального продукта, % к 2010 г.	Динамика среднегодовой численности населения, занятого в экономике, % к 2010 г.	Коэффициент эластичности
2010	17178,5	651	-	-	-	-	-
2011	26891,4	648,9	9712,9	-2,1	156,5	99,7	1,6
2012	48230,8	635	21339,4	-13,9	280,8	97,5	2,9
2013	61327,5	624,5	13096,7	-10,5	357	95,9	3,7
2014	74913,3	623,3	13585,8	-1,2	436,1	95,7	4,6
2015	80290,9	612,9	5377,6	-10,4	467,4	94,1	5

Источники: ВРП [1], численность населения, занятого в экономике [2].

По результатам проведенных расчетов можно отметить, что за рассматриваемый период средний ежегодный прирост ВРП составил 12622,48 млрд руб. В то же время наблюдается снижение численности занятого населения в среднем на 7,62 тыс. чел. В анализируемом периоде коэффициент эластичности больше 1, это говорит о том, что величина ВРП зависит от численности занятого населения и для его роста необходим рост занятости.

Далее рассмотрим взаимосвязь денежных доходов на душу населения со среднегодовой численностью населения на примере Брестской области (Таблица 2).

Таблица 2 – Анализ взаимосвязи показателей денежных доходов со среднегодовой численностью населения по данным за 2010-2015 года по Брестской области

Год	Денежные доходы в расчете на душу населения, тыс. руб. в год	Среднегодовая численность населения, занятого в экономике, тыс. чел.	Отклонения в денежных доходах на душу населения, +/-, тыс. руб.	Отклонения в среднегодовой численности населения, +/-, тыс. чел.	Динамика денежных доходов на душу населения, % к 2010 г.	Динамика среднегодовой численности населения занятого в экономике, % к 2010 г.	Коэффициент эластичности
2010	9620,4	651	-	-	-	-	-
2011	14560,8	648,9	4940,4	-2,1	151,4	99,7	1,5
2012	28357,2	635	13796,4	-13,9	294,8	97,5	3
2013	39170,4	624,5	10813,2	-10,5	407,2	95,9	4,2
2014	46717,2	623,3	7546,8	-1,2	485,6	95,7	5,1
2015	49087,2	612,9	2370,0	-10,4	510,2	94,1	5,4

По данным таблицы можно сделать вывод, что за рассматриваемый период ежегодный прирост денежных доходов населения на душу населения составил 7893,36 тыс. руб. в год. По расчету коэффициента эластичности отметим достаточно хорошую тенденцию его увеличения. Это говорит о том, что доходы растут в большем темпе, чем численность населения. Поэтому можно говорить о повышающемся уровне жизни населения.

Дополнительно были рассчитаны коэффициент парной корреляции и коэффициент детерминации, которые соответственно составили 96,6 % и 93,2 %, для взаимосвязи ВРП и численности занятого населения. В то же время для взаимосвязи доходов и численности занятого населения данные показатели составили соответственно 96,7 % и 86,9 %. Так как коэффициенты парной корреляции и детерминации превышают 80 %, то можно сделать вывод о существующей взаимосвязи между выбранными показателями.

В сложившихся условиях для повышения эффективности на рынке бизнес должен диверсифицировать свою деятельность: расширить ассортимент выпускаемой продукции на основе запросов рынка и переориентировать рынки сбыта, найти более эффективные каналы сбыта продукции. Мировая практика показывает, что диверсификация бизнеса позволит предупредить хозяйственные риски, привлечь дополнительные доходы, а также увеличить прибыльность. Другой ключевой мерой видится применение предприятиями аутстаффинга. Аутстаффинг является эффективным способом сохранения и роста занятости населения, так как базируется на логистическом подходе, предполагает управленческое маневрирование, гибкость [3]. Его суть заключается в следующем: труд работника предоставляется одной организацией другой, полученный доход организация использует в своих интересах; при этом работник (аутстаффер) получает набор социальных гарантий. Особенно выгоден аутстаффинг будет для предприятий, где занятость носит сезонный характер.

Процесс документального оформления данного договора производится в определенной последовательности. Договор аутстаффинга заключается между несколькими сторонами: предприятием, аутстаффером (работником) и другим предприятием (третьим лицом). Одно предприятие заключает трудовой договор и оформляет письменно согласие работника. Далее работник заключает срочный трудовой договор с иным предприятием (третьим лицом).

В результате заключения договора аутстаффинга участники получают некоторые преимущества. Преимущества для нанимателей – это возможность получения дополнительного дохода и отсутствие необходимости сокращения штата работников. Компании, пользующиеся аутстаффингом, основную выгоду видят в возможности концентрации на основном виде деятельности, не тратя силы на решение побочных задач. Работники получают дополнительные социальные гарантии, льготы, дополнительный заработок, а также возможность совершенствовать свои навыки. Люди, работающие временно, должны обладать такими компетенциями, как коммуникабельность, отсутствие склонности к конфликтам, умение учитывать новые формальные и неформальные правила, нормы поведения, а также склонность к быстрому усвоению информации. При выборе поставщика услуг аутстаффинга также необходимо обратить внимание не только на историю компании, но и на список ее клиентов, особенно выделяя организации, предоставляющие заемных рабочих для крупных предприятий.

Необходимо отметить, что вывод персонала за штат организации является весьма популярным за рубежом. Его активно применяют компании в США, Италии, Франции, Германии, России. Так, в США на данный момент услуги аутстаффинга предлагают около 2000 компаний. Рынок услуг в данной области ежегодно растет в среднем на 35%. По данным экспертов, в США аутстаффинг используют 92 % компаний, а в Европе 86 %. В Беларуси аутстаффинг опробовали в таких компаниях, как «Эрудит», «ВестДжиГрупп».

Из вышесказанного можно подвести итог, что с точки зрения экономической эффективности аутстаффинг является предпочтительным в сложившихся условиях. Диверсификация бизнеса и аутстаффинг позволят повысить эффективность использования трудовых ресурсов (уменьшение расходов), сохранить занятость работников, а также позволят увеличить конкурентоспособность Брестской области и страны в целом.

Список цитированных источников

1. Производство валового регионального продукта [Электронный ресурс] // BREST@BELSTAT.GOV.BY: Информационный портал «Главное статистическое управление Брестской области». Режим доступа: http://brest.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/osnovnye-pokazateli/valovoi-regionalnyi-produkt/godovye-dannye_2/proizvodstvo-valovogo-regionalnogo-produkta/ – Дата доступа: 03.04.2017 г.

2. Численность рабочей силы по областям и г. Минску [Электронный ресурс] // BELSTAT@BELSTAT.GOV.BY: Информационный портал «Национальный статистический комитет РБ». Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/trud/godovye-dannye/chislennost-ekonomicheskii-aktivnogo-naseleniya-po-oblastyam-i-g-minsku/> – Дата доступа: 03.04.2017 г.

3. Разработка показателей эффективности подразделений, отделов, персонала: пошаговая инструкция / В.М. Ржехин, Д.А. Алеканд, Н.В. Коваленко. – М.: Вершина, 2007. – 224 с.

УДК 657.1.012.1

Горба А.О.

Научный руководитель: ст. преподаватель Черноокая Е.В.

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ СУЖДЕНИЕ БУХГАЛТЕРА

Развитие современного бухгалтерского учёта связано с новыми экономическими условиями, внедрением в учётную практику международных стандартов, динамичным изменением технологий, возникновением новых видов дея-

тельности и форм расчётов. В свою очередь наблюдается увеличение требований, предъявляемых к качеству информации, представляемой в финансовой отчётности, что вызывает необходимость переосмысления подходов к регулированию системы бухгалтерского учёта и отчётности. Первостепенное значение для повышения качества представляемой финансовой отчётности приобретает профессиональное бухгалтерское суждение.

Понятие «профессиональное суждение» существует во многих областях экономики, права, здравоохранения, в аудиторской и оценочной деятельности, страховании, банковской сфере. При этом акцентируется внимание на профессиональном суждении соответствующих специалистов – аудиторов, оценщиков, работников банка, юристов, адвокатов и т. д. В данных профессиях требуется выражение мнения специалиста относительно области его профессиональной деятельности, в связи с этим особую актуальность приобретает и его профессиональное суждение. В научной литературе по бухгалтерскому учету не представлено единого подхода к определению профессионального суждения бухгалтера, что приводит к различным трактовкам этого термина. Так, в Законе Республики Беларусь от 12 июля 2013 г. № 57-З «О бухгалтерском учете и отчётности» под профессиональным суждением бухгалтера понимается точка зрения и действие главного бухгалтера организации, руководителя организации в случае, предусмотренном Законом Республики Беларусь, организации или индивидуального предпринимателя, оказывающих услуги по ведению бухгалтерского учета и составлению отчётности, принятые организацией при ведении бухгалтерского учета и составлении отчётности, которые излагаются организацией в положении об учетной политике и примечаниях к отчётности. В то же время в Законе Республики Беларусь «Об аудиторской деятельности» под профессиональным суждением подразумевают обоснованную точку зрения аудитора, позволяющую принимать решения в обстоятельствах, когда однозначно определить порядок действий не представляется возможным.

Анализ положений международных стандартов финансовой отчётности указывает на то, что они достаточно часто оперируют понятием «профессиональное суждение».

В частности, МСФО (IAS) 1 «Представление финансовой отчётности» рассматривает требование применения профессионального суждения для наилучшего способа представления отчётной информации. Пункт 10 МСФО (IAS) 8 «Учетная политика, изменения в бухгалтерских оценках и ошибки» обозначает, что руководство организации должно использовать собственное суждение в разработке и применении учётной политики для формирования информации в отсутствие конкретного МСФО, применимого к операции, прочему событию или условию.

Тем не менее, несмотря на то, что международные стандарты содержат прямые указания на необходимость применения в тех или иных случаях профессионального суждения, в системе МСФО не закреплено определение данного понятия.

В таблице 1 представлены определения понятия «профессиональное суждение бухгалтера» экономистов-исследователей в области бухгалтерского учёта. Представленные подходы к определению изучаемой категории подтверждают актуальность проблемы применения профессионального суждения бухгалтера и большую заинтересованность им со стороны учёных экономистов и практикующих специалистов.

Таблица 1 – Подходы к определению понятия «профессиональное бухгалтерское суждение» учёными-экономистами

Автор	Определение понятия
Аскери О.	Процесс квалифицированного выбора варианта действий с последующим обоснованием и доведением до пользователей в пригодной для использования форме
Дружиловская Т.Ю., Коршунова Т.Н.	Мнение профессионального бухгалтера относительно способов ведения бухгалтерского учёта, которое необходимо в тех случаях, когда для учёта и отражения в отчётности объектов и фактов хозяйственной деятельности нужно учесть специфику конкретной организации и её деятельности
Данякина Е.И.	Мотивированное мнение компетентного специалиста, соответствующее методологическим правилам и требованиям бухгалтерского учёта в отношении ситуации, характеризующейся многовариантностью отражения в отчётности реально существующих фактов хозяйственной деятельности
Никонова И.Ю.	Компетентное, добросовестное мнение бухгалтера, определяющее конкретное содержание правил учёта, отражаемых в учётной политике, влияющее на существенность информации в финансовой отчётности и на финансовое состояние организации
Рассказова- Николаева С. А.	Это способность принимать решение в условиях неопределённости и нести за него ответственность
Соколов Я.В.	Добросовестно высказанное профессиональным бухгалтером мнение о хозяйственной ситуации, полезное как для её описания, так и для принятия действенных управленческих решений
Шнейдман Л.З.	Мнение, заключение, являющееся основанием для принятия решения в условиях неопределённости и базирующееся на знаниях, опыте и квалификации соответствующих специалистов

Названными авторами профессиональное суждение рассматривается с разных позиций. В определениях одних авторов ведущая роль отведена ситуациям, в которых должно применяться профессиональное суждение. Другие ученые связывают определение профессионального суждения с условиями неопределенности. Большинство ученых в качестве основы применения профессионального суждения бухгалтера ставят знания, опыт и квалификацию специалиста.

Анализируя вышеперечисленные подходы к понятию «профессиональное бухгалтерское суждение», предложим собственную трактовку экономического содержания данного понятия. Но прежде всего рассмотрим вопрос о сфере применения профессионального суждения. На наш взгляд, профессиональное суждение должно применяться там, где необходимо учитывать специфику самой организации. Ведь именно эта специфика, учитывая многообразие особенностей организации, не может в полной мере быть регламентирована в нормативных документах по бухгалтерскому учету.

Рассмотрим сферу применения профессионального суждения при исходном предположении, что бухгалтерские стандарты, формируемые на основе профессионального суждения их разработчиков, удовлетворяют современным требованиям и содержат все необходимые регламентации по учету объектов и хозяйственных операций. В таком случае сферу применения профессионального суждения бухгалтера можно охарактеризовать схемой, представленной на рис. 1.



Рисунок 1 – Сфера применения профессионального суждения бухгалтера в условиях совершенства бухгалтерских стандартов

Как уже отмечено, в идеале законодательство по бухгалтерскому учёту должно быть совершенным. Вместе с тем мы не можем не учитывать реальной ситуации, в которой такое совершенство отсутствует. В таком случае сфера применения профессионального суждения, представленная на рис. 1, расширяется и, на наш взгляд, к ней должны быть добавлены ситуации, в которых необходимо применять профессиональное суждение бухгалтера (рис. 2).



Рисунок 2 – Сфера применения профессионального суждения бухгалтера в целях восполнения несовершенства законодательства

Таким образом, на основе проведённых рассуждений предложим авторское определение профессионального суждения бухгалтера: **под профессиональным суждением бухгалтера понимается обоснованное мнение бухгалтера, учитывающее специфику конкретной организации и её деятельности, высказанное в условиях неопределённости относительно способов ведения бухгалтерского учёта для целей формирования достоверной бухгалтерской отчётности.**

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ООО «БУГ-МАРКЕТ» НА РЫНКЕ ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

Целью данной работы является обоснование эффективности и значимости создания развитой логистической структуры в Республике Беларусь, разработка методологии логистической централизации, оценка особенностей функционирования логистических центров страны, анализ и оценка деятельности брестского логистического центра ООО «Буг-Маркет» и разработка мероприятий по повышению его эффективности.

Предмет исследования – учёт и анализ предоставления логистических услуг.

Объект исследования – логистические центры Республики Беларусь, в частности брестский логистический центр ООО «Буг-Маркет».

Современная геополитическая ситуация характеризуется стремительным развитием промышленности. С каждым годом возникает потребность в совершенствовании, ускорении и упрощении процесса доставки товара конечному потребителю. Актуальна оптимизация планирования и управления грузовыми потоками.

Система, отвечающая за основные операции по распределению, доставке, обмену информацией, складированию, была построена таким образом, что ее функции выполняли различные участники логистического процесса. Это привело к увеличению длительности логистического цикла, формализму, снижению эффективности деятельности участников по оптимизации логистического процесса. В связи с этим затраты фирм на получение логистических услуг очень велики. С целью сокращения логистических издержек и оптимизации деятельности логистического процесса возникла мысль о централизации логистических услуг. Осуществление данной идеи происходит в результате создания логистических центров [1].

Республика Беларусь относится к небольшим государствам с достаточно высокоразвитым экономическим потенциалом, который не в полной мере интегрирован в мировую экономическую систему. Интеграция экономики Беларуси в процесс глобализации может быть реализована эффективным образом только на основе принципов и законов логистики. Являясь, по сути, основным транспортным мостом между Европой, Россией и странами Азиатского региона, Беларусь с хорошо развитой системой логистики может получить дополнительный источник дохода в бюджет государства, не затрачивая при этом дорогих энергоресурсов. В Беларуси же за счет логистических услуг формируется всего 7–8% ВВП.

Несмотря на существенные шаги в повышении конкурентоспособности логистических услуг в Республике Беларусь, на данный момент имеется ряд серьезных проблем, замедляющих развитие логистики:

- дефицит инвестиций в развитие инфраструктуры;
- недостаточная обеспеченность складскими площадями, высокая арендная ставка;
- узкая функциональность логистических центров;
- низкая доля внедрения IT-технологий;
- слабая интеграция в международную логистическую систему [2].

По состоянию на 14 февраля 2017 г. в Республике Беларусь функционируют 42 логистических центра: 19 логистических центров создано в рамках Программы развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2015 года и еще 23 – вне Программы. Самыми привлекательными регионами для строительства логистических центров являются Минский и Брестский регионы. На рисунке 1 показаны действующие и планируемые к вводу логистические центры на территории Беларуси в рамках Программы развития логистической системы страны.

В развитии логистики в нашей стране заинтересовано не только государство, но и частные предприниматели. Значительную материальную поддержку в строительстве новых объектов предоставляют иностранные спонсоры. В связи с этим правительство разрабатывает проект «Стратегии привлечения прямых иностранных инвестиций в Республику Беларусь» на 2016—2020 годы. Формируя данную стратегию привлечения прямых иностранных инвестиций на пять лет, правительство рассчитывает, что их доля в общем объеме инвестиций составит 18 %, а доля в ВВП достигнет 25 % [3].

В соответствии с данной стратегией необходима ориентация на создание кластеров. Например, Брестская область специализируется на рыбоводстве, горнодобывающей промышленности, сельском и лесном хозяйстве, транспорте и связи. В области предусмотрено развитие крупного транспортного кластера.

С целью успешного развития и функционирования логистики в нашей стране необходимо провести ряд мероприятий по повышению эффективности логистических центров:

- проведение исследований относительно международных и республиканских товарно-транспортных потоков;
- изучение технического состояния логистической инфраструктуры;
- выявление издержек логистического сектора, а также разработка и внедрение на законодательном уровне системы учета логистически издержек в бухгалтерской отчетности;
- обеспечение максимальной лояльности государства при таможенном и пограничном администрировании.
- сертификация всех субъектов логистической деятельности;
- формирование системы подготовки высококвалифицированных специалистов.

Таким образом, развитие логистических центров в Беларуси – важное направление в экономике, которое позволит увеличить транзит грузов по территории страны, создать новые рабочие места, увеличить поступления валютной выручки, автоматизировать управление грузовыми потоками, сформировать своеобразный пул предприятий, которые «подстегнут» социально-экономическое развитие своих регионов [4].

Чтобы оценить эффективность функционирования логистического центра на практике, выявить слабые и сильные стороны деятельности, изучить внутренние и внешние факторы, рассмотрим особенности деятельности организации «Буг-Маркет», оказывающей услуги 3 PL-оператора.

Общество с ограниченной ответственностью «Буг-Маркет» зарегистрировано 28 ноября 2003 года. Имеет два обособленных направления деятельности, предоставляя качественные логистические услуги 3 PL-оператора, а также выступая в роли дистрибьютора, как отечественных, так и импортных пивоваренных заводов.

За все время существования «Буг-Маркет» наращивал свою сбытовую сеть и на сегодняшний день имеет 20 основных поставщиков и 170 мелких и

вместе с тем более 2500 покупателей. На карте покрытия Брестской области представлены основные торговые точки компании, позволяющие оценить масштабы деятельности фирмы.

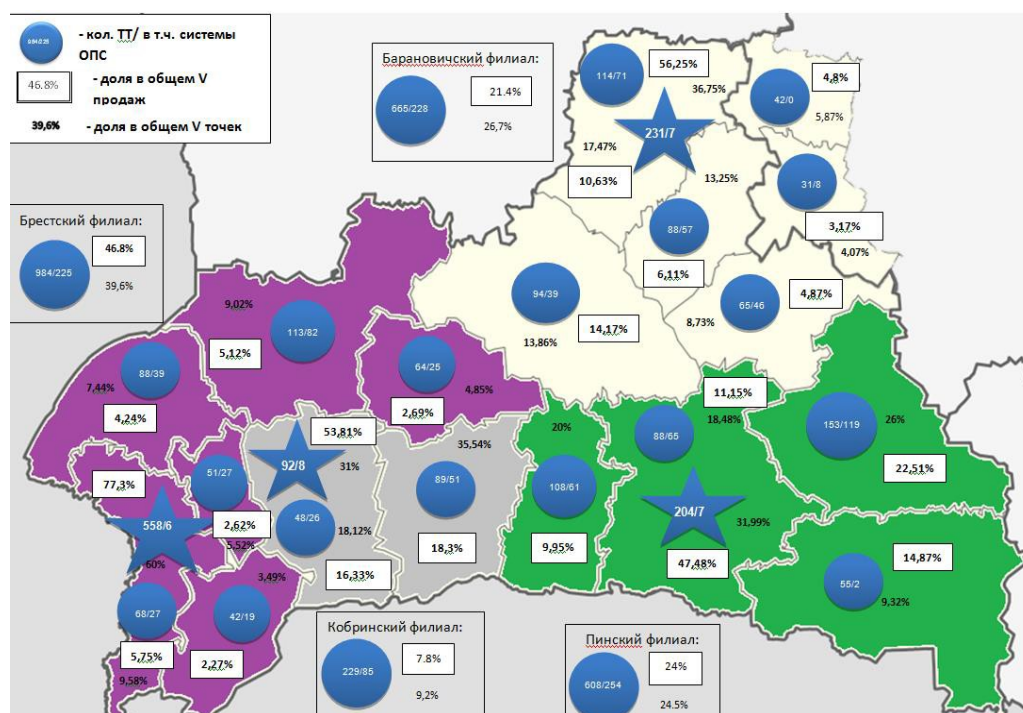


Рисунок 2 – Карта покрытия Брестской области

Являясь посредником между потребителем и производителем, логистический центр непосредственно осуществляет движение материальных потоков в логистической цепи, в результате оказания логистических услуг.

Движение потока невозможно без хранения запасов на складах. В ноябре 2015 года был введен в эксплуатацию фирмой «Буг-Маркет» современный склад, который представляет собой современный комплекс и имеет категорию А в соответствии с международными стандартами.

Успешность и эффективность функционирования логистического центра во многом зависит от внедрения современных IT-технологий. Для оптимального осуществления услуг, связанных с транспортировкой и экспедиторской деятельностью, на предприятии внедрена и эффективно используется на протяжении нескольких лет программа спутникового GPS/GLONASS мониторинга «АЗИМУТ».

Немаловажной частью организации логистического центра является оптимизация складской деятельности, в результате внедрения программного обеспечения. В организации внедрена WMS система складского учета собственной разработки, которая синхронизирована с основной бухгалтерской программой «1С: Бухгалтерия». Для быстроты и удобства работы с заявками, собираемыми торговыми представителями, на сервер фирмы внедрена программа «АГЕНТ ПЛЮС».

Для удобства практической оценки эффективности деятельности логистического центра «Буг-Маркет» следует разделить все логистические параметры на три группы, а именно:

1. Показатели, оценивающие работу с внешними клиентами.

- Доля идеально выполненных заказов в общем объеме заказов. С уверенностью можно сказать, что все поступившие заявки 100% будут выполнены.

- Своевременность доставки. Политика компании направлена на то, чтобы все поступившие заказы были выполнены в течение 24 часов по городу Бресту, 24/48 часов в районные города.

- Сохранность груза в пути. Вся продукция перевозится на специальных паллетах и дополнительно оборачивается пленкой для максимальной защиты.

- Контроль наёмного транспорта. Организация имеет ряд транспортных компаний-посредников.

- Живой отклик. «Буг-Маркет» поддерживает акции заводов-производителей.

2. Показатели, оценивающие внутреннюю деятельность организации.

- ✓ Количество рейсов в месяц 534.

- ✓ Количество отгрузок в месяц более 10000.

- ✓ Полный логистический цикл на оказание услуг составляет 24/48 часов.

- ✓ Коэффициент грузоподъемности определяется для каждого конкретного рейса. Минимальный тоннаж машин организации 3 тонны.

3. Показатели, оценивающие эффективность финансовой деятельности.

Оценить деятельность фирмы в финансовой обеспеченности позволяет отчет о прибылях и убытках, показатели которого представлены в таблице 1. На основе данного отчета проведён анализ состава, структуры и динамики прибыли.

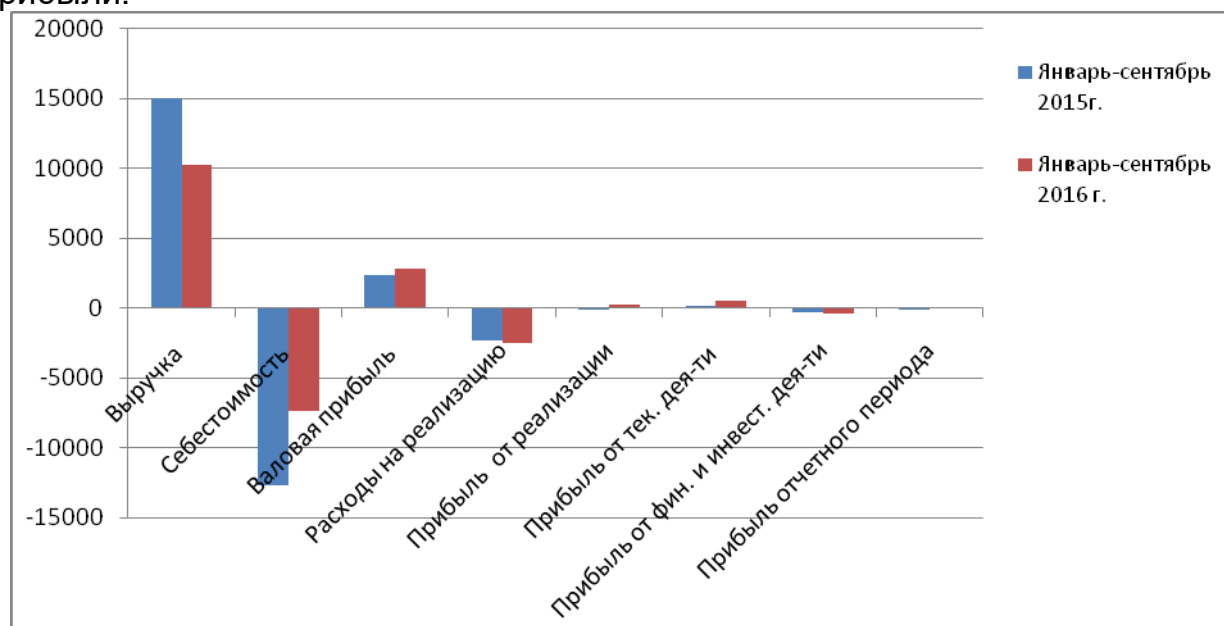


Рисунок 3 – Прибыль и убытки ООО «Буг-Маркет» за январь-сентябрь 2015 г. и 2016 г.

Если за январь-сентябрь 2015 г. результатом от осуществления текущей, финансовой и инвестиционной деятельностью компании стал убыток в размере 167 млн руб., то за отчетный период 2016 г. это стала прибыль в размере 87 млн руб. (прибыль от текущей деятельности покрыла убыток от инвестиционной и финансовой деятельности).

Расчет общих логистических издержек. Главной задачей нахождения логистических издержек является последующая их минимизация, которая приведет к росту прибыли организации, повышению конкурентоспособности и устойчивого положения на рынке оказания логистических услуг. На диаграмме 1 представлена структура издержек по видам деятельности.



Рисунок 4 – Структура издержек по видам деятельности ООО «Буг-Маркет»

Развив логистическую деятельность с нуля и достигнув при этом значительных результатов в предоставлении услуг аутсорсинга пивоваренным компаниям, а также имея стабильное положение на рынке, ООО «Буг-Маркет» является примером для создания подобных логистических центров не только в Брестской области, но и по всей стране.

Для дальнейшего успешного функционирования организации необходимо постоянно внедрять новые разработки, инновации, облегчая и оптимизируя при этом логистический процесс, а также сокращая логистические издержки. Руководствуясь данным принципом на примере региональной организации, можно выработать стратегию деятельности по повышению эффективности работы логистических центров национального масштаба [5].

С целью повышения отдачи от уже имеющихся ресурсов можно выделить следующие сервисы, услуги, способы которые в будущем планирует внедрить ООО «Буг-Маркет» в свою логистическую систему, повышая ее гибкость и конкурентоспособность.

1. Сервис online tracking, позволяющий отслеживать грузы онлайн.
2. Синхронизация принципов KANBAN с программным обеспечением «1С: Бухгалтерия» логистического центра.
3. Создание программного обеспечения, позволяющего вести учет всех рейсов.
4. Оборудование собственных транспортных средств планшетами, с целью мгновенной связи с водителем в режиме реального времени.
5. Проведение мероприятий по уменьшению объема ручного труда при осуществлении складских операций.
6. Использование большего количества наёмного транспорта в пиковые периоды доставки (май-сентябрь).
7. Строительство нового склада с целью централизации логистической деятельности в могилевской и бобруйской областях.
8. Совершенствование маркетинговой политики.

Список цитированных источников

1. Егизаров, В.А. Транспортное право: учебник. 7-е изд., доп и перераб. – Юстицинформ, 2011. – 592 с.
2. Интегрированные логистические системы доставки ресурсов: (теория, методология, организация) / И.А. Еловой. И.А. Лебедева. – Минск: Право и экономика, 2011. – 460 с.
3. Курганов В.М. Логистика. Транспорт и склад в цепи поставок товаров: учебно-практическое пособие для студентов высших учебных заведений. – Москва: Книжный мир, 2009. – 512с.
4. Курочкин Д.В.: Логистика [транспортная, закупочная, производственная, распределительная, складская, информационная] курс лекций. – Минск: ФУАинформ, 2012. – 268 с.
5. Организация производства в условиях переходной экономики / С.А. Пелих [и др.]. – Минск: Право и экономика, 2009. – 576 с.

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Международная торговля является наиболее представительной частью внешнеэкономических связей (80%), остальные 20% внешнеэкономических связей – это услуги.

Развитие внешнеэкономических связей способствует улучшению конкурентоспособности продукции, повышению качества, улучшению ценообразования. Непосредственно потребители получают возможность использовать современные товары высокого качества.

Развитие внешнеэкономических связей имеет большое политическое значение, т. е. внешнеэкономические связи способствуют большей зависимости стран друг от друга, укреплению мира и сотрудничества.

Республика Беларусь активно содействует интеграции в мировое сообщество, добивается активизации своей внешнеэкономической деятельности, повышения её эффективности.

Малые предприятия являются «ростками» предпринимательской деятельности в стране. Именно с них практически начинается любой бизнес. Государство призвано растить и лелеять эти поначалу слабые предприятия, создавая наиболее благоприятные условия для развития и роста.

Малое предпринимательство – наиболее простая форма бизнеса, доступная самым широким слоям населения, в том числе социально слабо защищенным. Эта деятельность способна без больших затрат поднять жизненный уровень многих граждан страны, помочь решить проблемы безработицы, поддержки малоимущих и другие острые социальные проблемы. Малые предприятия по сравнению с крупными обладают большей экономической устойчивостью, способны легче преодолевать кризисные ситуации, их банкротство связано с меньшими социальными потрясениями.

Главными проблемами белорусских предпринимателей – высокие ставки налогов и частые изменения в налоговой отчетности, нестабильное и непрозрачное законодательство, регламентирующее хозяйственную деятельность, низкий покупательный спрос и высокая «цена» налоговых, таможенных и прочих ошибок.

Сектор малого предпринимательства характеризуется неравномерным распределением по территории страны. Подавляющее число предприятий (36,4% от общего числа) работают в Минске, 18,1% – в Минской области; 10,4% – в Брестской; 9,6% – в Гомельской; по 8,7% – в Витебской и Гродненской; 8,1% – в Могилевской [1].

Такое положение объясняется тем, что Минск, как столица страны, является центром экономической жизни и предоставляет наибольшие возможности для успешного развития малого бизнеса.

Отраслевая структура малого предпринимательства неоднородна. Наибольшее количество малых предприятий в торговле, ремонте автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования – 39,4%. В обрабатывающей промышленности сосредоточено 14,5%; в операциях с недвижимостью – 12,8 %,

ранспорте – 12,4 %, в строительстве – 9,2 %, в прочих видах деятельности – 8,7 %, сельском хозяйстве, охоте и лесном хозяйстве – 3,0% [2].

Количество микроорганизаций, малых и средних организаций на 1 января 2017 г. составило 114,2 тыс. единиц (в том числе 2,4 тыс. единиц (2,1 процента) – средние организации, 12,4 тыс. единиц (10,9 процента) – малые организации, 99,4 тыс. единиц (87 процентов) – микроорганизации) и по сравнению на 1 января 2013 г. их количество увеличилось на 27,3 тыс. единиц (темпы роста – 131,4 процента).

В последние годы снижается как экспорт, так и импорт Республики Беларусь. Если экспорт товаров и услуг падает, значит внутреннее производство страны не работает, население не трудоустроено и не получает зарплату. Импорт товаров и услуг обычно показывает, насколько хорошо работает внутреннее производство.

Для любой страны мира роль внешней торговли трудно переоценить. По определению Джеффри Сакса, американского экономиста, «экономический успех любой страны мира зиждется на внешней торговле. Еще ни одной стране не удалось создать здоровую экономику, изолировавшись от мировой экономической системы».

В Республике Беларусь реализуется стратегия построения экспортоориентированной и импортозамещающей модели экономики. При этом развитие экспортного потенциала является одним из важнейших приоритетов Республики Беларусь.

Очевидно, основными экспортерами белорусской продукции являются Россия (47,1%), Украина (11,2%), Великобритания (8,2%). Доли Нидерландов и Германии составляют 4,8% и 4,5% соответственно [3].

Распределение импорта товаров по странам в 2016 г: как видно, основным импортером является Россия (54,8%), за ней следует Германия (6,1%), доля Китая составляет 5,9%, Украины – 4,2%, Польши – 3,8% общего объема импорта [4].

Как свидетельствует статистика, Беларусь в отмеченном соотношении выигрывает по трем позициям относительно экспорта (минеральные продукты, продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье, продукция химической промышленности). Существенно превышает (на 10,3 %) импорт машин, оборудования и транспортных средств.

SWOT-анализ развития белорусского экспорта показывает необходимость учета приведенных слабых сторон в целях предотвращения реализации в дальнейшем угроз, а использование сильных сторон, имеющихся при экспорте белорусской продукции, может привести к реализации потенциальных возможностей.

На сегодняшний день информационные технологии – одни из основных ресурсов развития. Растущий спрос в мире создает возможности для развития в Республике Беларусь сферы информационных технологий с ориентацией на экспорт. На протяжении последнего десятилетия отрасль стабильно демонстрирует темпы роста. Современная экономика особенно остро нуждается в развитии такой высокотехнологичной отрасли, в том числе посредством интенсивной интеграции отечественных компаний в мировой рынок.

В последние несколько лет ИТ-сектор Беларуси получил серьезную государственную поддержку и стал одним из приоритетных направлений развития экономики страны. Таким образом, развитие сектора инновационного предпринимательства выступает одним из ключевых условий для повышения кон-

курентоспособности национальной экономики на мировом рынке. Это обусловливается следующими причинами:* во-первых, инновационное предпринимательство гораздо восприимчивее к новшествам, что позволяет малым инновационным предприятиям успешно конкурировать с крупными компаниями;* во-вторых, инновационное предпринимательство обладает высоким потенциалом адаптации к изменениям рыночной ситуации как в кратко-, так и в среднесрочной перспективе, что позволяет весьма гибко реагировать на рыночный спрос, создавать новые и модифицировать существующие человеческие потребности. Республика Беларусь сумеет удовлетворить не только внутренние потребности ИТ-сферы, но и экспортировать эти услуги.

Реализация имеющихся преимуществ для развития экспорта отрасли ИТ приведет к нескольким важным следствиям. Во-первых, это стимулирует создание компаний в этом секторе. Во-вторых, способствует тому, что многие крупные иностранные производители программного обеспечения создадут в Беларуси свои дочерние фирмы и филиалы. Результатом бурного развития отрасли станет как расширение внутреннего рынка, так и, в первую очередь, наращивание объемов экспорта.

Самыми известными компаниями в Беларуси являются Wargaming.net, создатель многопользовательской игры World of Tanks, Viaden Media, выпускающие популярные мобильные приложения, и группа компаний «Группа IBA», которая является одним из крупнейших в Центральной и Восточной Европе разработчиком решений и услуг в сфере высоких технологий.

Список цитированных источников

1. Внешнеэкономическая деятельность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.gb.by- Дата доступа 24.01.2017
2. Национальная программа поддержки и развития экспорта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.belgynok.by- Дата доступа 24.01.2017
3. Национальный правовой Интернет-портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.pravo.by -Дата доступа 23.01.2017.
4. Официальная статистика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.belstat.gov.by - Дата доступа 24.01.2017.

УДК 658.7

Диковицкая Д.В.

Научный руководитель: доцент Медведева Г.Б.

УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК В РАСПРЕДЕЛЕНИИ ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ БЕЛАРУСИ

Целью настоящей работы является обоснование возможности применения концепции управления цепями поставок в распределении готовой продукции на предприятиях промышленности Республики Беларусь.

Предмет исследования – выходящий материальный поток и входящий информационный поток предприятия.

Объект исследования – ОАО «Брестское мороженое».

Основной вид деятельности предприятия – производство цельномолочной продукции, мороженого и глазированных сырков.

В настоящее время все чаще предприятия рассматриваются как объекты

логистической системы. Деятельность предприятий анализируется с точки зрения трех основных бизнес-процессов – снабжение, производство и распределение продукции, для рационального управления указанными процессами наиболее применим логистический подход.

Концепция управление цепями поставок представляет собой комплекс интегрирования ключевых бизнес-процессов, начинающихся от конечного потребителя и охватывающих всех поставщиков сырья и материалов, добавляющих ценность для потребителей и других заинтересованных лиц. Иными словами, управление цепями поставок — это интеграция ключевых бизнес-процессов, включающая управление взаимоотношениями с потребителями, обслуживание потребителей, управление спросом, управление выполнением заказов, поддержку производственных процессов, управление снабжением, управление разработкой продукции [1].

Реализация и распределение продукции для производственного предприятия является важными составляющими предпринимательской деятельности и соответственно получения прибыли, поэтому правильная организация работы товаропроводящих сетей, движения материального и информационного потоков и их управление имеют большое значение при управлении всей логистической системой предприятия.

Объемы произведенной и реализованной продукции являются ключевыми показателями в деятельности любого предприятия, в том числе и предприятия молочной промышленности.

Организация распределения готовой продукции на предприятиях молочной промышленности имеет свои специфические особенности. Одной из существенных особенностей являются ограниченные сроки годности молочной продукции. Учитывая указанную особенность, необходимо соответствующим образом организовывать работу по управлению распределением в рамках концепции управления поставок на предприятии.

При применении концепции управления цепями поставок (SCM) в распределении рассматриваются и изучаются два ключевых и важнейших потока – материальный и информационный [2].

Выходящий материальный поток рассматривается с точки зрения реализуемой готовой продукции и имеющихся каналов распределения. Для разных ассортиментных позиций применяются различные типы каналов распределения. Наиболее предпочтительным при реализации молочной продукции является косвенный одноуровневый канал, в котором в качестве посредника между производителем и конечным потребителем выступает розничный магазин или торговая сеть.

Подходы, используемые при применении концепции SCM, оказывают помощь в принятии управленческих решений при распределении в случае большой номенклатуры продукции по каналам с оптимальными затратами времени и средств.

Информационный поток также играет немаловажную роль при распределении продукции. Он движется в противоположном направлении относительно материального потока. Бизнес – процесс принятия заказа производителем от потребителя является ключевым при организации работы всего предприятия, поскольку именно на основе потребительского спроса устанавливаются объемы производства продукции. От скорости и точности обработки входящего информационного потока, также от полноты предоставляемой посреднику информации зависит, будет ли посредник сотрудничать с производителем или нет. Немаловажным фактором при управлении распределением на молочных

предприятия является доступ к информации об имеющейся на складах готовой продукции в режиме реального времени.

Для материального потока управление цепями поставок может быть связано с расширением товаропроводящей сети за счет выхода на новые рынки сбыта (например, для ОАО «Брестское мороженое» это могут быть рынки молочной продукции Казахстана и Российской Федерации). Для информационного потока – применение комплексной информационной системы. При этом необходимо учитывать следующие факторы:

- ✓ внешняя среда, т. к. предприятие занимается производством готовой продукции, потребителями выходящего материального потока являются контрагент из внешней среды, также из внешней среды поступают заказы на поставку продукции, следовательно, оно взаимодействует с окружающей его внешней средой;

- ✓ персонал – персонал играет ключевую роль в распределении продукции компании, улучшение работы распределительной сети и повышения ее производительности напрямую связано с работой и профессиональными качествами работников;

- ✓ информация – при организации работы распределительной сети информация играет важную роль, процесс передачи информации от потребителя производителю является одним из ключевых в работе предприятия. Правильная организация приема и обработки информации в отделе продаж позволит улучшить работу всей товаропроводящей сети;

- ✓ процессы – улучшение и совершенствование работы напрямую зависит от организации различных процессов на определенной участке.

Программные продукты для управления информационными и материальными потоками предприятия в рамках концепции SCM предполагают оптимизацию работы по управлению заказами потребителей и обслуживанием потребителей [3].

Применение концепции SCM в распределении на предприятиях Беларуси, в частности на молочном предприятии, возможно посредством постепенного внедрения на таких предприятиях комплексных информационных систем, охватывающих все бизнес-процессы, касающиеся как распределения, так и производства и снабжения. Такими программными продуктами могут выступать концепции MRP1/MRP2.

Входом MRP системы являются заказы потребителей молочной продукции, подкрепленные прогнозами спроса на готовую продукцию со стороны розничных и оптовых предприятий, которые заложены в производственное расписание (графики выпуска готовой продукции).

Таким образом, как во всех логистических системах, в MRP ключевым фактором является потребительский спрос [1].

Список цитированных источников

1. Маркова, О.В. Основные направления логистизации предприятий молочной промышленности: дис. канд. экон. наук: 08.00.06. – Самара, 145 с. – РГБ ОД, 61:00-8/1741-Х.
2. Иванов, Д.А. Управление цепями поставок. – С-Пб: Издательство СПбГПУ, 2009. – 660 с.
3. Логистика и управление цепями поставок: монография / Т.Р. Терешкина, Л.Е. Баранова, Л.В. Войнова, Ю.А. Погорельцева, Н.Ю. Шейнер, А.Н. Клунко; СПбГТУРП. – СПб., 2011. – 155 с.

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ В ФОРМИРОВАНИИ БРЕНДИНГА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Целью настоящей работы является анализ структурных элементов брендинга территорий и выявление тенденций развития брендинга Республики Беларусь.

Многие знакомы с понятием «брендинг товаров или услуг». Однако совсем недавно, в начале XXI столетия, появилось новое понятие – «брендинг территории». В отличие от брендинга товаров и услуг он имеет несколько отличительных особенностей. К ним можно отнести пространство, региональную идентичность, местную кухню, одежду и т. д.

«Брендом принято считать комплекс ассоциаций, которые возникают у человека при упоминании какого-нибудь атрибута. Бренд и наше представление о стране складывается в первую очередь из того, что мы о ней слышим, читаем и знаем», – писал Д.С. Абросимов в книге «Как создать новый бренд?»[1].

Сегодня города и страны вовлечены в непрерывное соревнование по увеличению занятости и росту благосостояния. Чтобы расширить возможности, городам нужно обладать навыками привлечения инвесторов, предприятий, жителей и туристов. Поэтому местам, как товарам и услугам, нужен искусный брендинг. Для этого каждый город, регион или страна должны определить свои особые черты и эффективно распространять информацию о своих конкурентных преимуществах.

Саймон Анхольт является одним из основоположников комплексного подхода к брендингу территории. Он определил 6 основных структурных элементов брендинга территории: туризм, экспортные бренды, политика, бизнес и инвестиции, культура, люди [2].

Всем известны сложившиеся за долгое время бренды товаров, исходя из их происхождения. Это кубинские сигары, цейлонский чай, чешское пиво, французская парфюмерия, немецкие автомобили, русская водка и многое другое. А с чем же ассоциируется Беларусь? Белорусские драники, тракторы? К примеру, в России можно услышать такие уже прижившиеся понятия, как «белорусская мебель», «белорусская косметика», «белорусский трикотаж», «белорусская обувь». Также Беларусь знают по брендам «Савушкин продукт», «Гефест», «Милавица» и другие.

Авторы статьи, в результате проведенных исследований, также выделили 6 направлений, определяющих, по мнению опрашиваемых, фундаментальную основу развития брендинга Республики Беларусь. В этот список были включены следующие элементы: туризм, необычная реклама, увеличение экспорта, значимые международные события, благоприятные условия ведения бизнеса и культурно-массовые мероприятия.

1. Туризм. Одним из основных направлений в формировании брендинга территории является туризм. Авторами работы было проведено пилотное исследование, в котором приняли участие молодые люди в возрасте от 16 до 25 лет. Была выбрана данная возрастная группа, т. к. молодёжь является перспективным и постоянно развивающимся звеном общества. Вопросы в исследовании были направлены на то, как жители Бреста видят свою страну, что считают привлекательным для туристов и что можно было бы развивать,

чтобы увеличить приток туристов в нашу страну. По результатам исследования, более половины опрошенных (69%) считают Беларусь привлекательной для туристов страной. Были определены объекты, которые, по мнению брестчан, являются наиболее известными в Беларуси (см. рис. 1). Это – Беловежская пуца (32% респондентов), Несвижский и Мирский замки (28%), Брестская крепость (22%), санатории и усадьбы (10%) и фестиваль «Славянский базар» (8% опрошенных).

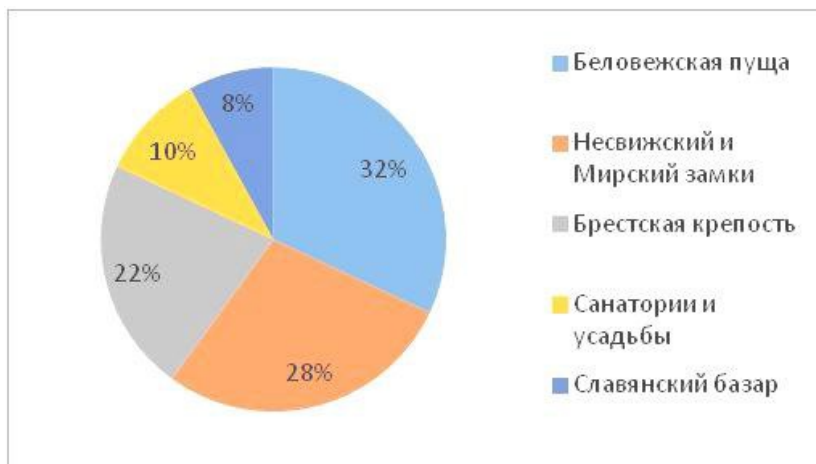


Рисунок 1 – Известные места Беларуси

Степень известности и привлекательности для туристов названных выше достопримечательностей страны представлена на рисунке 2. Почти половина респондентов (43%) считают, что это Мирский и Несвижский замки, 29% – Беловежская пуца, 17% – Брестская крепость и 11% назвали другие объекты, которые они посчитали наиболее значимыми.

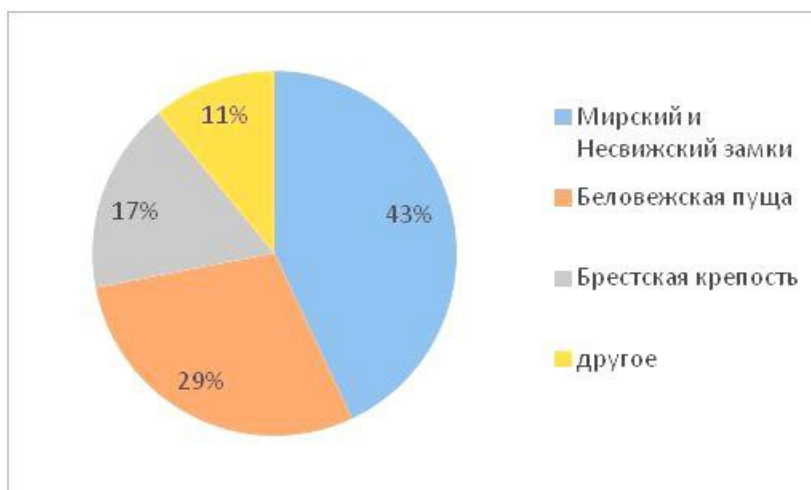


Рисунок 2 – Туристический бренд Беларуси

Завершающим этапом исследования было выявление направлений брендинга территории, способствующих привлечению внимания иностранцев к Беларуси. Результаты представлены на рисунке 3. Брестчане выделили туризм (31%), необычную рекламу (22%), увеличение экспорта белорусских товаров (18%), значимые международные события (15%), благоприятные условия ведения бизнеса (8%), культурно-массовые мероприятия (4%) и 2% респондентов назвали свой вариант.

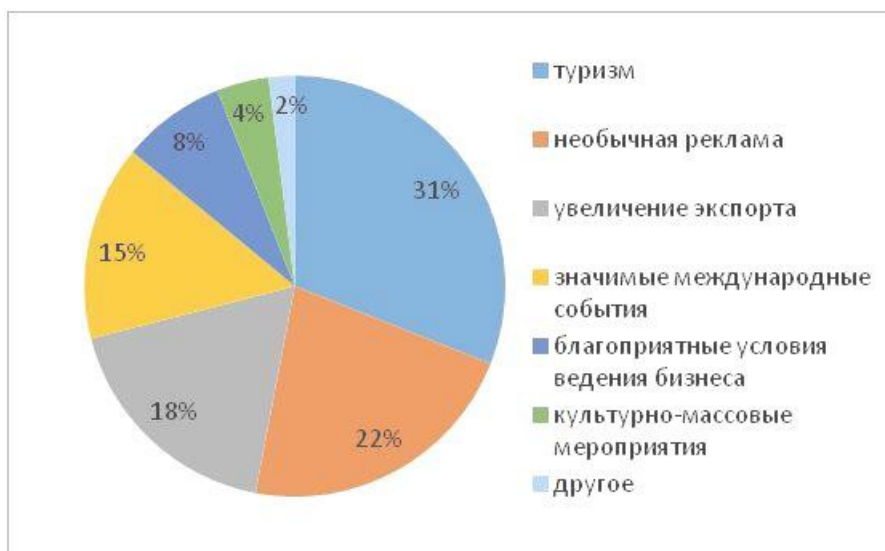


Рисунок 3 – Приоритетные направления брендинга

Исходя из полученных данных, можно сделать вывод, что Беларусь является достаточно привлекательной страной для туристов. Беларусь богата природными ресурсами и различными достопримечательностями и может сделать упор на развитие туризма.

2. Необычная реклама. Следующим за туризмом направлением развития брендинга Беларуси, по результатам опроса, была названа необычная реклама. К примеру, совсем недавно белорусская фирма Mark Formell выпустила рекламный ролик, в котором полуобнаженные мускулистые парни шьют партию кружевного белья. Узнаваемость бренда благодаря появлению ролика значительно выросла, т. к. о нем написали СМИ в 12 странах мира. Это Россия, Литва, Латвия, Польша, Германия и другие[3].

Проведение подобных рекламных кампаний имеет большое значение не только для данной фирмы, но и для Беларуси в целом. Как было сказано ранее, о белорусской фирме Mark Formell начали писать в СМИ и другие страны. Реклама произвела так называемый эффект «Вау!». Поэтому данное направление развития брендинга также можно считать подходящим для страны. Создание такого плана роликов, которые рассказывают о белорусских предприятиях, о стране в целом, способно привлечь внимание не только потребителей к данному товару, но и потенциальных иностранных инвесторов в Республику Беларусь.

3. Экспорт. Также респонденты выделили такое направление, как увеличение экспорта. Более 50% производимых в стране товаров поставляется на экспорт. Это – калийные удобрения (более 3,8 млн тонн), химические волокна и нити (152,2 тыс. тонн), аммиак (107,9 тыс. тонн), тракторы (около 30 тыс. штук) и другое. Основным торговым партнером Беларуси является Россия, на ее долю приходится около 40% белорусского экспорта. Второе место в товарообороте Беларуси занимает Европейский союз, на долю которого приходится около 30% белорусского экспорта. К числу европейских стран, с которыми Беларусь имеет наиболее развитые торгово-экономические отношения, относятся Украина, Казахстан, Великобритания, Германия, Литва, Нидерланды,

Польша, Латвия, Италия, Бельгия, Чешская Республика. Можно сказать, что экспорт в Беларуси развивается. Однако за последние годы, по данным Белстат, оборот внешней торговли снижается: экспорт падает, а импорт растет [4]. Для того чтобы снизить темпы падения экспорта, Беларуси необходимо наращивать торговые отношения с большим количеством стран, находить но-

вых экономических партнеров, а также увеличивать конкурентоспособность производимой продукции.

4. Международно-значимые события. Как одно из направлений развития брендинга Беларуси, были выделены международно-значимые события. Так, например, в 2014 году в Республике Беларусь проходил Чемпионат мира по хоккею. Во время и после мероприятия поисковой запрос в «Google» «Беларусь» был на наивысшем уровне. Это говорит о том, что все же большое количество стран не знают, что такое Беларусь, где она находится и что в ней есть интересного и уникального. Проведение Чемпионата мира по хоккею стало отличной возможностью для осуществления брендинга территории. Чемпионат мира по хоккею в Минске оказался самым посещаемым в истории, всего на 64 играх присутствовали около 650 тысяч болельщиков. Большой популярностью пользовались минские рестораны, бары, отели, достопримечательности, что способствовало продвижению белорусской культуры за рубеж и расширению туризма.

5. Благоприятные условия ведения бизнеса. Также респонденты выделили, что развитию брендинга способствуют благоприятные условия ведения бизнеса. Можно отметить, что в Беларуси большая часть малого бизнеса сосредоточена в торговле и общественном питании. Остальные направления либо малоразвиты, либо не развиты вообще. Можно сделать упор в развитии таких отраслей, как образование, культурно-развлекательная отрасль, предоставление медицинских услуг и в отрасли строительства.

6. Культурно-массовые мероприятия. Одной из основных составляющих развития брендинга территории являются культурно-массовые мероприятия. В Беларуси ярким примером этому служит проводимый каждый год фестиваль «Славянский базар», выступление в городах Беларуси звезд мировой эстрады и слет байкеров, который проводится каждый год и собирает большое количество участников из многих стран-соседей Беларуси и стран западной Европы.

Все же стоит отметить, что Беларусь уже вступила в стадию разработки собственного бренда и продвижения территории. Всё больше и больше видео можно найти о красотах белорусской природы, интернет-сайтов об истории, культуре и бизнесе в Беларуси, туристических предложений и др. Брендинг территории только начинает развиваться, в то время как другие страны его активно практикуют и используют. То есть можно на примерах других стран разрабатывать собственные стратегии и планы по применению брендинга в Беларуси. Это необходимо для повышения узнаваемости страны, роста интереса со стороны туристов и иностранных инвесторов. Это поможет привлечению капитала в страну, увеличению экспорта и развитию страны в целом.

Список цитированных источников

1. Абросимов, Д.С. Как создать новый бренд?. – Р. н/Д.: Феникс, 2007.
2. Саймон Анхольт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/Анхольт,_Саймон. – Дата доступа: 02.04.2017.
3. Mark Formelle: Наш ролик вызвал WOW-эффект и поработал на общебелорусский имидж [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://marketing.by/mnenie/mark-formelle-nash-rolik-vyzval-wow-effekt-i-porabotal-na-obshchebelorusskiy-imidzh/> – Дата доступа: 07.04.2017.
4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 09.04.2017.

МЕТОДОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПРОЕКТАМИ SCRUM

Для разработки программного обеспечения используется большое количество различных подходов. Долгое время классическим подходом разработки являлась каскадная методология. При каскадной модели работа осуществляется пошагово, постепенно продвигаясь к цели – получения конкретного результата и далее передачи его заказчику. При таком подходе процесс разработки шёл очень медленно и за частую приводил к разочарованию заказчика. На каждый заказ подразумевалась разработка плана, который не мог быть дополнен или изменен до его создания, что не позволяло гибко и быстро реагировать на изменения рынка. На смену каскадной методологии пришла гибкая методология Agile. В переводе с английского языка «Agile» означает «живой, подвижный», но переводят его чаще как «гибкий». В отрасли разработки программного обеспечения этот термин появился в начале 2000-х годов. С тех пор под «Agile» понимают набор подходов по «гибкой» разработке программного обеспечения [1].

Основной идеей в Agile является то, что каждый может остановить процесс разработки и внести свои рациональные предложения, это позволяет понять, что все участники команды работают ради одной и той же конечной цели – качественный и современный продукт для заказчика.

Многие компании перешли к гибкой разработке и используют один из самых популярных подходов семейства Agile – Scrum.

Scrum считается самой гибкой и структурированной методологией из семейства Agile, он сочетает в себе элементы классического процесса и идеи гибкого подхода к управлению проектами. В итоге, получилось очень сбалансированное сочетание гибкости и структурированности. Следуя заветам Agile, Scrum разбивает проект на части, которые сразу могут быть использованы Заказчиком для получения ценности, называемые заделами продуктов (product backlog).

Согласно исследованиям Agile Survey о популярности гибких методологий, Scrum используется чаще всех остальных методологий, одной из причин его популярности является простота.



Рисунок 1 – Популярность гибких методологий [2]

В методологии Scrum выделяют три главные роли:

1. Владелец продукта(Product Owner) – это человек, отвечающий за разработку продукта. Как правило, это продукт менеджер для продуктовой разработки, менеджер проекта для внутренней разработки и представитель заказчика для заказной разработки. Product Owner – это единая точка принятия окончательных решений для команды в проекте, именно поэтому это всегда один человек, а не группа людей.

2. Скрам мастер (Scrum Master) отвечает за успех Scrum в проекте. По сути, Скрам Мастер является интерфейсом между менеджментом и командой. Важно подчеркнуть, что Скрам Мастер не раздает задачи членам команды. В Agile команда является самоорганизующейся и самоуправляемой.

3. Команда(Scrum Team). Команда берет на себя обязательства по выполнению объема работ на спринт перед Product Owner. Работа команды оценивается как работа единой группы. В Scrum вклад отдельных членов проектной команды не оценивается, так как это разрушает самоорганизацию команды. Размер команды ограничивается размером группы людей, способных эффективно взаимодействовать лицом к лицу. Команда в Scrum кросс функциональна, в нее входят люди с различными способностями. Нет заранее определенных и поделенных ролей в команде, ограничивающих область действий членов команды [4].

Основная структура процессов Scrum вращается вокруг 5 основных встреч:

1. Встреча по управлению беклогом (Product Backlog) – это приоритезированный список имеющихся на данный момент бизнес-требований и технических требований к разработке продукта.

2. Планирование спринта(Sprint Planing). Планирование проводится в начале Sprint, после Встречи по упорядочиванию Product Backlog его длительность определяется выбранным подходом в компании, и обычно Sprint длится от 2 до 4 недель. После того, как Владелец продукта определил приоритеты, команда совместно решает, что же конкретно они будут делать во время грядущего Sprint.

Результатом Sprint является готовый продукт, который можно передавать заказчику (по крайней мере, система должна быть готова к показу заказчику).

3. Ежедневный митинг(Daily Scrum Meeting). Этот митинг проходит каждое утро в начале дня. Он предназначен для того, чтобы все члены команды знали, кто и чем занимается в проекте. Длительность этого митинга строго ограничена и не должна превышать 15 минут.

Во время митинга все члены команды делятся информацией:

– что было сделано вчера?

– что будет сделано сегодня?

– с какими проблемами столкнулись?

4. Подведение итогов спринта (Demo). Команда демонстрирует обновленный продукт или его часть, созданный за последний спринт. Product Owner, менеджмент, заказчики, пользователи в свою очередь его оценивают. Команда рассказывает о завершённых задачах и их преимуществах; так же часть изменений может быть показана.

5. Ретроспектива спринта (Retrospective Meeting). Она проводится сразу после подведения итогов спринта(Demo) и до планирования следующего спринта. На нём команда выясняет, насколько чётко и слаженно проходил процесс реализации этапа. Обследованию подвергаются возникшие проблемы в работе, методологии и взаимодействия. Именно этот этап позволяет команде провести следующий спринт эффективнее.

В настоящее время гибкая методология Scrum повсеместно заменяет классические подходы, тем самым позволяя быстро реагировать на изменения рынка.

Список цитированных источников

1. Топ-7 методов управления проектами: Agile, Scrum, Kanban, PRINCE2 и другие [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.pmservices.ru/project-management-news/top-7-metodov-upravleniya-proektami-agile-scrum-kanban-prince2-i-drugie/>

2. Scrum (скрам) и гибкие методологии разработки — зачем заказчику знать такие непонятные слова? [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://blog.sibirix.ru/2011/11/30/what-is-scrum/>

3. Agile/Scrum для начинающих. Что такое гибкая методология? [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.pmooffice.by/blog/agile/agile-approach.html>

4. Методология Scrum. Как управлять проектами? [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.chelpachenko.ru/effektivnoe-obuchenie/metodologiya-scrum-kak-upravlyat-proektami.html>

УДК 338.48«313» (476)

Захарова А.А.

Научный руководитель: Четырбок Н.П., Скопец Г.Г.

ХАРАКТЕРИСТИКА ТРАНЗИТНОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Актуальность работы: Республика Беларусь имеет развитую инфраструктуру и, располагаясь в центре Европы, является государством, по территории которого проходят кратчайшие пути, соединяющие страны Евросоюза с Россией, Казахстаном, Китаем, Японией и другими странами. Благодаря этому открываются широкие возможности для осуществления транзита пассажиров, грузов, транспортных средств, электроэнергии по территории страны, а соответственно, для притока значительных валютных поступлений. Все это выдвигает транзит в ряд основных государственных приоритетов. Однако, современное состояние отечественной транспортной системы не позволяет национальной экономике полноценно использовать имеющиеся возможности, снижает эффективность транспортной деятельности. Поэтому задача совершенствования использования транзитного потенциала Беларуси является актуальной.

Цель работы: выявить пути повышения использования транзитного потенциала Республики Беларусь.

Задачи: проанализировать текущий уровень и перспективы развития транзитного потенциала Республики Беларусь, а также сформулировать комплекс мероприятий, направленных на повышение транзитной привлекательности транспортной инфраструктуры в Беларуси.

В условиях глобализации транспорт выступает основой формирования не только внутренних, но и международных рынков. На современном этапе развития международных экономических отношений повышение транзитной привлекательности государства призвано стать одним из приоритетов в планировании его транспортной политики. Выгодное экономико-географическое и геополитическое положение Республики Беларусь, обусловленное проходящими по ее территории двумя международными транспортными коридорами: **Критский коридор II: (Берлин (Германия) – Варшава (Польша) – Минск (Беларусь) – Москва (Россия) – Нижний Новгород (Россия), соединяющий Западную Евро-**

пу, Польшу, Беларусь и Россию) и **участок IX Критского коридора** (№9 – «граница Российской Федерации – Витебск – Гомель – граница Украины» и №9В – «Гомель – Минск – Вильнюс – Клайпеда»), соединяющий Финляндию, Литву, Россию, Беларусь, Украину, Молдову, Румынию, Болгарию, Грецию), а также формирование общей границы стран Таможенного союза **ЕАЭС** определяют повышение транзитного потенциала страны и создают возможности для роста экспорта транспортных услуг.

Понятие «транзитный потенциал» означает совокупность возможностей данной страны (региона) по оказанию транспортно-логистических и иных сопутствующих услуг в целях обслуживания международных транзитных потоков грузов и пассажиров, следующих по ее территории. При этом критерием отнесения перевозки к транзиту выступает нахождение пунктов отправления и назначения за пределами национальной границы.

В структуре объема осуществляемых транзитных перевозок через территорию Беларуси наибольший удельный вес имеют железнодорожный и автомобильный транспорт, на долю которых приходится около 87 % транзитных грузов без учета транспортировок магистральным трубопроводным транспортом. В силу универсальности и присущих только ему достоинств особое место в организации и осуществлении международных транзитных перевозок занимает автомобильный транспорт. Его широкое использование, в том числе и в международном сообщении, обусловлено экономико-географической компактностью территории Республики Беларусь.

При общей тенденции к росту объема транзитных перевозок автомобильным транспортом в Беларуси в 2009–2015 гг. его темпы, тем не менее, постепенно замедляются (наблюдаемый прирост: 20,7 % в 2010 г., 18,7 % в 2011 г., 12,3 % в 2012 г., 8,1 % в 2013 г., 4,2% в 2014 г., 1,2% в 2015 г.). В 2016 году произошло снижение объема транзита, на транзит грузов повлияло падение на 19,3% объемов перевозок каменного угля, на который приходится более половины всего транзита, нефти и нефтепродуктов – на 31,7%, удобрений – на 21%.

Наибольшая часть транзита грузов автотранспортом (порядка 94 %) проходит через территорию республики в направлении Запад — Восток: в основном это грузы в/из Российской Федерации. В направлении Север — Юг через Беларусь ежегодно проходит около 5–7 % общего объема автомобильного грузового транзита: главным образом, это грузы в/из Украины, России и Прибалтики. В целом за последние 15 лет объемы транзитных перевозок автотранспортом через территорию республики увеличились в 4 раза. Следует подчеркнуть, что в перспективе прирост объемных и финансовых показателей по международным перевозкам будет определяться конкурентоспособностью белорусских автомобильных перевозчиков. При осуществлении транзита по территории Республики Беларусь необходимо конкурировать с автомобильными перевозчиками стран Евразийского экономического союза (далее – ЕврАзЭС), при этом важнейшую роль играет систематическое обновление парка подвижного состава автомобильного транспорта страны.

Динамика характеризуется постепенным возрастанием структурной доли новых и наиболее экологически безопасных автотранспортных средств, работающих по процедуре МДП (книжка Международных дорожных перевозок). Всего на 1.01.2014 г. количество автомобилей, соответствующих экологическим требованиям стандартов Евро-3, Евро-4 и Евро-5, составило 8600 единиц (71,2 % от общего количества), в том числе Евро-4 и Евро-5 — 6811 еди-

ниц (56,4 %).

В структуре транзитных автоперевозок Республики Беларусь продолжают преобладать транзитные грузы, перевозимые российскими автоперевозчиками. Второе место по объемам перевозок занимают польские автомобильные перевозчики, причем их структурная доля растет: в 2015 г. она составила 24,4 % против 21,8 % в 2012 г. Что касается направлений перевозок, при безусловном преобладании грузов, перевозимых в/из России, чаще других странами назначения транзитных грузопотоков через территорию Беларуси являются Польша, Германия, Литва, Украина, Бельгия, Нидерланды, государства Средней Азии и Кавказского региона. В целом автомобильный транспорт республики, обслуживая практически все виды международных экономических отношений, является важнейшим источником валютных поступлений. Согласно данным справочно-информационного издания «Транспорт и логистика Республики Беларусь 2013 и 2014 г.» услуги автотранспорта формируют 25 % положительного сальдо баланса услуг страны, или 696,0 млн долл. США в 2013 г. По итогам 2013 г. поступление иностранной валюты от экспорта услуг автомобильного транспорта Беларуси составило 1133,1 млн долл. США (что на 11,6 % больше, чем в 2012 г.), превысив аналогичные показатели железнодорожного и трубопроводного транспорта. Валютные поступления от экспорта автотранспортных услуг по перевозке грузов в том же году составили 1103,4 млн долл. США.

С целью проведения эффективной диагностики развития логистики в государствах мира Всемирным банком в 2007 г. была разработана методика, позволяющая оценить текущее состояние логистической отрасли страны. Она заключается в расчете Индекса эффективности логистической системы (Logistics Performance Index — LPI), который определялся 1 раз в два года. Результаты исследования публиковались в 2007, 2010, 2012 и 2014, 2016 гг. Следует отметить, что Республика Беларусь не была включена в рейтинг 2010 г. В настоящее время LPI включает учет по пятибалльной шкале шести оценочных критериев и расчет на их основе среднего значения индекса по каждой стране.

Действующая методология LPI включает следующие оценочные критерии:

- эффективность процесса оформления таможенными органами;
- качество логистической транспортной информационно-технологической инфраструктуры;
- простота и доступность международных поставок;
- уровень компетентности логистического обслуживания;
- возможность отслеживания международной поставки;
- своевременность полного завершения поставок.

Из представленных индексов Беларусь за последние два года снизила свое положение по следующим критериям: «инфраструктура» (86-е место, снижение значения с 2,78 до 2,55), «качество и компетентность» (116-е место, снижение с 2,65 до 2,46), «отслеживание прохождения грузов» (113-е место, снижение с 2,58 до 2,51). В то же время Беларусь улучшила позиции по таким показателям, как «таможня» (87-е место, рост значения с 2,24 до 2,50), «международные перевозки» (91-е место, рост с 2,58 до 2,74), «своевременность поставок» (93-е место, рост с 2,87 до 3,05). Стабильный рост в течение всех семи лет наблюдался только по показателю «международные перевозки».

Для сравнения в странах, граничащих с Республикой Беларусь, значения индекса LPI в 2014 г. оказались значительно выше и составляют соответственно: в Польше — 3,49 (31-е место), в Литве — 3,40 (36-е место), в Латвии

— 3,18 (46-е место), в Украине — 2,98 (61-е место), в России — 2,69 (90-е место). Относительно низкое для выгодного географического расположения Беларуси значение индекса LPI свидетельствует о необходимости увеличения темпов развития транспортной логистики в нашей стране и повышения ее транзитной привлекательности для международных перевозчиков.

Для наращивания транзитной привлекательности Беларуси стоит рекомендовать следующие направления:

1) сближение норм белорусского законодательства с требованиями актов Европейского союза в сфере транспортировки грузов;

2) реконструкция и модернизация автомобильных дорог и иной дорожной инфраструктуры, необходимой для осуществления транзита по территории страны;

3) сокращение времени проведения контрольных процедур в пунктах пропуска;

4) увеличение объемов оказания услуг придорожного сервиса за счет строительства гостиниц, кафе, автозаправочных станций, станций технического обслуживания, пунктов экстренной помощи на дорогах, а также их доведение до уровня международных стандартов по придорожному обслуживанию;

5) дальнейшее создание мультимодальных многофункциональных транспортно-логистических центров, включая трансграничные терминалы;

6) развитие системы электронной таможни и электронного документооборота.

Подводя итог работы, стоит отметить, что Республика Беларусь обладает значительным транзитным потенциалом, который можно расширить при условии дальнейшего развития транспортно-логистической сети.

Список цитированных источников

1. Статистика - [Электронный ресурс] // Транспорт и связь Республики Беларусь 2016 – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/transport/>

2. Колесник, К.А. Перспективы Беларуси как транспортно-логистического центра / К.А. Колесник, Е.Г. Господарик.

3. Доклад МСАТ [Электронный ресурс] // Состояние автомобильного транспорта в Едином экономическом пространстве 2014 – Режим доступа: <http://www.eurasiancommission.org/ru/act/energetikaiinf/transport/SiteAssets/ДТИ%20автомобильный%20транспорт/Доклад%20МСАТ%20IRU%20О%20состоянии%20автомобильного%20ранспорта%20в%20Едином%20экономическом%20пространстве.pdf>

УДК 339.5

Ильич А.В.

Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г.

УПРАВЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТАМИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Введение. Актуальность научной работы обусловлена тем, что внешнеэкономическая деятельность является приоритетным направлением развития экономики Республики Беларусь, а также является стимулом для международного экономического сотрудничества нашего государства с остальными странами, выраженного в торговых, политических, экономических и культурных связях.

Внешнеэкономическая деятельность становится все более важным фактором развития народного хозяйства и экономической стабилизации республики. Сейчас нет практически ни одной отрасли в промышленно развитых странах, которая не была бы вовлечена в сферу внешнеэкономической деятельности.

Основная часть. Анализируя экономику государства, одним из ключевых факторов, по мнению правительства, выступает снижение экспорта продукции и услуг. А выгодно ли экспортеру наращивать величину экспорта в условиях постоянно меняющегося валютного курса? Этот вопрос вызывает значимый интерес у многих субъектов хозяйствования, которые осуществляют внешнеэкономическую деятельность.

При анализе динамики изменения экспорта в Республике Беларусь за 2010-2015 гг. экспорт имеет циклическое изменение, но по сравнению с 2010 годом экспорт в 2015 году имеет тенденцию к увеличению [1].

Несмотря на положительный рост экспорта все же по Республике Беларусь наблюдается рост убыточных предприятий, в том числе предприятий, работающих на экспорт.

Постоянная динамика изменения курса национальной валюты является результатом динамического развития экономики Республики Беларусь, которая имеет направления увеличения или уменьшения.

Динамика валютных курсов оказывает самое непосредственное влияние на результаты деятельности предприятий, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность. Поэтому, для обеспечения устойчивого положения предприятия, необходимо тщательно отслеживать валютную динамику.

Если говорить об официальном курсе белорусского рубля по отношению к доллару за 01.01.2014–01.01.2017 гг., то наблюдается постоянное колебание курса белорусского рубля [2].

Проанализировав ряд предприятий, было выявлено, что чем меньше доля экспорта предприятий, тем на меньшую долю предприятию необходимо увеличивать экспорт при укреплении белорусского рубля для получения запланированной прибыли. Так же чем на меньшую долю происходит изменение курса, тем на меньшую долю предприятию необходимо увеличивать долю экспортируемой продукции (Таблица 1).

Таблица 1 – Взаимосвязь экспортируемой продукции и изменения курса

Курс	Доля изменения курса	Доля экспортируемой продукции						
		60%	50%	40%	30%	20%	10%	5%
1,93/1,92	0,52	0,30	0,26	0,21	0,16	0,10	0,05	0,03
1,93/1,91	1,05	0,62	0,52	0,42	0,31	0,21	0,10	0,05
1,93/1,90	1,58	0,93	0,78	0,62	0,47	0,31	0,16	0,08

Источник: разработка автора

Для того, чтобы предприятие смогло эффективно и рационально принять решения в области внешнеэкономической деятельности, необходимо изменить долю экспорта в сторону уменьшения или увеличения по разработанной мной формуле:

$$\Delta ex = dex \cdot \frac{K_1}{K_0},$$

где dex – удельный вес экспорта в выручке предприятия;

K1, K0 – валютный курс в период времени K1, K0.

Данная формула может использоваться в странах, где не предусмотрена

обязательная продажа части экспортной выручки. Так как по законодательству Республики Беларусь предприятиям в обязательном порядке необходима продажа экспортной выручки в размере 20%, следовательно, необходимо в данной формуле еще учесть и 20%.

Проанализировав ряд показателей, было определено, что изменение экспорта необходимо откорректировать на процент изменения валютных курсов, по которым будет учтена обязательная продажа валюты:

$$\Delta ex = \left[dex \cdot \frac{K_1}{K_0} \right] + \left[\frac{K_3}{K_2} \cdot 20\% \right],$$

где K1, K0, K2, K3 – валютный курс в период времени K1, K0, K2, K3.

Использование данных расчетов позволит предприятиям-экспортёрам получить запланированную прибыль путем корректировки удельного веса экспорта продукции.

Данные формулы могут иметь место, однако могут возникнуть следующие проблемы:

- существует значительный временной разрыв между датой отгрузки и датой поступления денежных средств;
- поиск специалиста, который будет отслеживать постоянное изменение курса;
- сложно спрогнозировать курс в условиях Республики Беларусь [3, 4].

В связи с чем, для получения запланированной величины прибыли мы предлагаем осуществить хеджирование с помощью использования производных ценных бумаг.

Хеджирование дает возможность застраховать предприятие от возможных потерь к моменту ликвидации сделки на срок.

Производные ценные бумаги – это такие ценные бумаги, механизм выпуска и обращения которых связан с правом на приобретение или продажу на протяжении срока, установленного договором, ценных бумаг, других финансовых и/или товарных ресурсов. Среди таких бумаг выделяют фьючерсы и опционы.

Но в Республике Беларусь производные ценные бумаги не развиты. Однако Республика Беларусь не является изолированным государством, то есть предприятия осуществляют экспорт, мы предлагаем выйти на одну из бирж ближайших государств, таковой является Московская биржа.

До начала торговли необходимо научиться оценивать ситуацию на рынке, выработать четкий план действия, определиться с типом предстоящих операций.

Для того, чтобы выйти на Московскую биржу, необходимо:

- выбрать брокера;
- заключить договор с брокером;
- открыть счёт (торговый счёт);
- установить программу для торговли – торговый терминал;
- открыть демосчёт;
- открыть гарантийный депозит.

Мы предлагаем заключать опцион на покупку, поскольку опцион дают право, но не обязательство у предприятия есть два хода решения: исполнять условия, указанные в контракте в определенный срок либо же нет. Для выбора решения необходимо знать: базис (сумма сделки в иностранной валюте), курс, стоимость опционной сделки, себестоимость и прибыль. При

ослаблении белорусского рубля – не требуется исполнение опциона, а при укреплении белорусского рубля – требуется исполнение опциона.

Таким образом, предприятие себя страхует от возможности недополучения запланированной величины прибыли.

Исходя из вышеуказанной информации осуществление внешнеэкономической деятельности всегда должно приносить прибыль, то есть предприятие не должно оказаться в убытке. Но далеко не все предприятия осуществляют внешнеэкономическую деятельность в силу отсутствия знаний процедуры осуществления внешнеэкономической деятельности. И поэтому мы предлагаем порядок действий при осуществлении внешнеэкономической деятельности:

1. При экспорте товара на границе перевозчик должен:

– предоставить документы таможенному органу в зависимости от вида транспорта. К документам, предоставляемым таможенному органу при международной перевозке автомобильным транспортом, относятся: документы на транспортное средство международной перевозки; транспортные (перевозочные) документы; документ, сопровождающий международные почтовые отправления при их перевозке, определенный актами Всемирного почтового союза; имеющиеся у перевозчика коммерческие документы на перевозимые товары;

– пройти таможенное оформление. К документам, которые необходимы для таможенного оформления, относятся: Контракт, Регистрация сделки в банке, Счет-фактура, СМР-накладная и другие;

– уплатить таможенную пошлину и сбор за таможенное оформление экспорта.

2. Экспортер до отгрузки товаров либо их поступления, либо проведения платежей по каждому внешнеторговому договору, обязан оформить паспорт сделки и зарегистрировать его в банке, обслуживающем счёт экспортера.

3. Экспортер или грузоотправитель должен предоставить не позднее 7 рабочих дней с даты отгрузки товаров либо их поступления статистическую декларацию в центр статистического декларирования товаров.

4. Получатель производит оплату за полученный товар и перечисляет деньги на транзитный счет экспортера.

5. Затем производится обязательная продажа валютной выручки в размере 20%.

6. После чего происходит перечисление белорусских рублей, полученных от осуществления обязательной продажи, на текущий счёт в белорусских рублях.

7. Завершающее действие – перевод оставшихся инвалютных средств после обязательной продажи на текущий счет в иностранной валюте.

Мы считаем, что использование данного алгоритма позволит предприятиям облегчить осуществление внешнеэкономической деятельности.

Список цитированных источников

1. Сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 15.03.17.

2. Сайт Национального Банка Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.nbrb.by. – Дата доступа: 15.03.17.

3. Внешнеэкономическая деятельность предприятий: экономика и управление: учеб. пособие / С.Л. Соркин. – Минск: Современ. шк., 2006. – 283 с.

4. Прокушев, Е.Ф. Внешнеэкономическая деятельность: учеб. / Е.Ф. Прокушев. – 4-е изд., испр. и доп. – М.: Дашков и Ко, 2007. – 452 с.

ПРОБЛЕМЫ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Введение. Предпосылкой успешной деятельности каждого предприятия является хорошо продуманная, четко определенная организационная и функциональная структура и рациональная система управления, как в целом предприятия, так и внешнеэкономического направления деятельности. Основным направлением совершенствования внешнеэкономической деятельности Республики Беларусь является максимальное наращивание экспорта по всем направлениям.

Основная часть. Внешнеэкономическая деятельность, как элемент общей экономической деятельности, характеризуется системой отношений субъектов хозяйствования, государства, складывающихся в экономических связях с нерезидентами страны, другими государствами. Внешнеэкономическая деятельность предприятий, государства проявляется в основных формах экономических связей со странами и предприятиями и предполагает определенный организационно-экономический и правовой механизм осуществления этих связей. В силу прогресса общественного разделения труда в мировом масштабе, развития интернационализации хозяйственных связей и процессов глобализации внешнеэкономическая деятельность становится одним из приоритетных направлений социально-экономического развития страны [1].

Внешнеэкономическая деятельность относится к микроуровню, то есть к уровню предприятий, организаций, фирм, и является частью их производственно-коммерческой деятельности. При этом под внешнеэкономической деятельностью предприятия следует понимать предпринимательские деловые отношения с иностранными партнерами в области международного обмена товарами, работами, услугами, информацией, результатами интеллектуальной деятельности [2].

Внешнеэкономическая деятельность оказывает положительное влияние на развитие экономики в разных аспектах:

- во-первых, благодаря получению валютной выручки от экспорта, в масштабах всей национальной экономики, внешнеэкономическая деятельность выступает важным фактором финансовой стабилизации страны: поступления от нее (таможенные сборы, НДС, акцизы, неналоговые поступления) формируют значительную долю бюджета республики;

- во-вторых, внешнеэкономическая деятельность способствует повышению технологического уровня производства за счет импорта современной техники и технологий;

- в-третьих, внешнеэкономическая деятельность помогает развитию экономики за счет долгосрочного производственного сотрудничества и стабильных связей между иностранными партнерами по совместной деятельности в производстве конкурентоспособной продукции и выходу с ней на мировые рынки [3].

Внешнеэкономическую деятельность могут осуществлять: физические лица, имеющие статус предпринимателя, и юридические лица, зарегистрированные для ведения предпринимательской деятельности.

Важнейшей частью внешнеэкономической деятельности выступает внешняя торговля, которая определяется как коммерческая деятельность, свя-

занная с куплей-продажей на внешнем рынке товаров, работ, услуг, интеллектуальной деятельности, то есть торговля одной страны со всеми странами мира [1].

Основная задача государства в области внешней торговли – помочь экспортерам вывести как можно больше своей продукции, сделав их товары более конкурентными на международном рынке, и ограничить импорт, сделав иностранные товары менее конкурентоспособными на внутреннем рынке.

Перечень проблем внешнеэкономической деятельности предприятия представлен на рисунке 1.

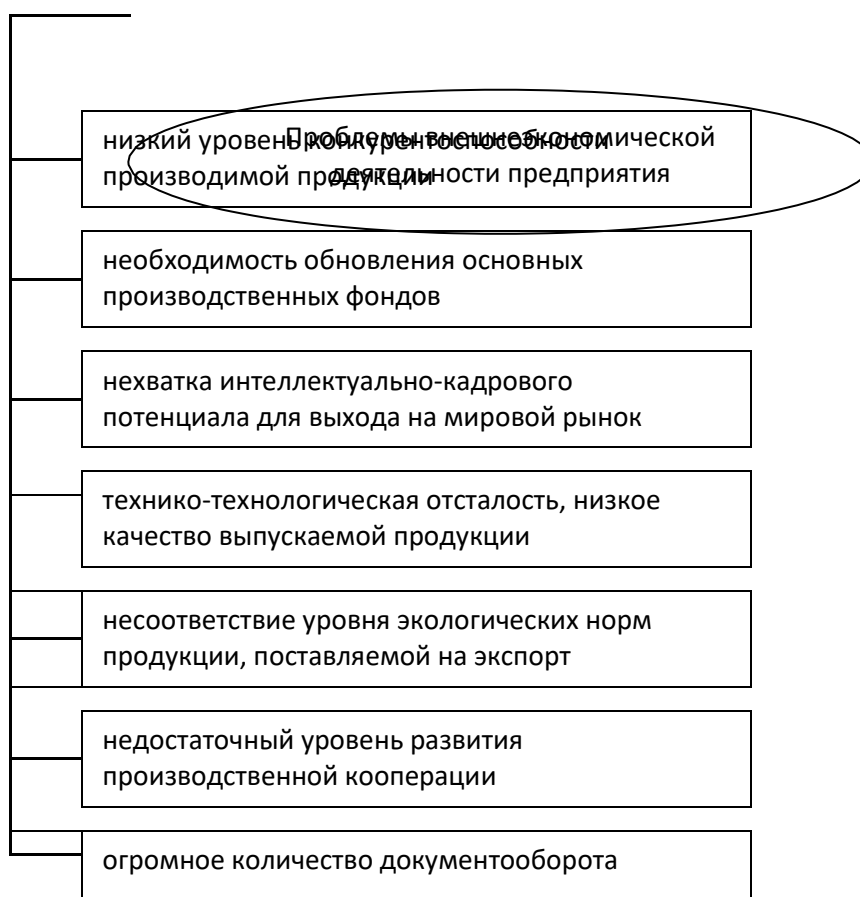


Рисунок 1 – Проблемы внешнеэкономической деятельности предприятия

Одной из первостепенных проблем белорусских предприятий с точки зрения внешнеэкономического аспекта является низкий уровень конкурентоспособности производимой продукции. Помимо того, что отечественные производители затрудняются выйти с ней на внешний рынок, они также вытесняются с внутреннего рынка.

Предприятиям Республики Беларусь также требуется обновление основных производственных фондов, по причине их физического и морального устаревания, а также обновление технологического уклада и структуры производства. Все это требует существенного объема инвестиций. А так как в стране наблюдается дефицит собственных инвестиционных ресурсов, то возникает необходимость в привлечении иностранных.

Нужно сказать, что большинство предприятий Республики Беларусь не обладают достаточным научно-техническим и интеллектуально-кадровым потенциалом для выхода на мировой рынок.

Как показывает практика, препятствия у отечественных предприятий в значительной степени возникают из-за технико-технологической отсталости, низкого качества выпускаемой продукции, несоответствия уровня экологических норм продукции, поставляемой на экспорт, недостаточного уровня развития производственной кооперации. Предприятия сталкиваются и с многочисленными формальными ограничениями, с весьма жесткими техническими и другими специальными ограничениями: международными и национальными стандартами, системой сертификации и инспекции качества продукции, требованиями по экологической, санитарно-гигиенической и ветеринарной безопасности, требованиями к упаковке и маркировке [4].

К проблемам и трудностям, с которыми сталкиваются предприятия при осуществлении внешнеэкономической деятельности, можно также отнести документальное оформление. Для грамотного оформления сделок по внешнеэкономической деятельности используется огромное количество первичных документов, подтверждающих факт осуществления сделки.

Разобраться во всех тонкостях внешнеэкономического документооборота и делопроизводства могут только специалисты работающие в области внешнеэкономической деятельности. Недостаточность специалистов, либо недостаточность теоретических и практических знаний у специалистов на предприятии в области внешнеэкономической деятельности является еще одной проблемой предприятий Республики Беларусь. Специалист должен хорошо ориентироваться в налоговом, валютном и таможенном законодательстве, содержать отчетность по внешнеэкономической деятельности в полном порядке. В Республике Беларусь к специалистам отделов внешнеэкономической деятельности предъявляются дополнительные квалификационные требования, в том числе по наличию обязательного высшего профессионального образования либо высшего образования и соответствующей переподготовки в сети государственных образовательных учреждений.

Все предприятия-экспортеры подвержены обязательной продаже части валютной выручки. С сентября 2016 года для белорусских предприятий-экспортеров размер обязательной продажи иностранной валюты был снижен с 30% до 20% от суммы выручки в иностранной валюте.

Наращивание экспортного потенциала является одной из приоритетных задач, обозначенных в Основных положениях Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016-2020 гг.

Список цитированных источников

1. Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность: учеб. пособие / М.И. Плотницкий [и др.]. – Минск: Современная школа, 2011. – 616 с.
2. Внешнеэкономическая деятельность предприятий: учеб. пособие для студентов высших учебных заведений / В.П. Пашуто, О.В. Пашуто – Минск: ИВЦ Минфина, 2009. – 360 с.
3. Финансы предприятий: учеб. пособие / Н.Е. Заяц [и др.]; под общ. ред. Н.Е. Заяц, Т. И. Василевской. – 4-е изд., испр. – Минск: Выш. шк., 2008. – 528 с.
4. Внешнеэкономическая деятельность предприятий: экономика и управление: учеб. пособие / С.Л. Соркин. – Минск: Современ. шк., 2006. – 283 с.

ИНВЕСТИЦИИ В ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ

Развитие ведущих стран мира привело к формированию постиндустриальной экономики – новой экономики знаний, инноваций, интеллектуального труда, науки и научных технологий. Основопологающим фактором развития данной экономики является человеческий капитал.

Для определения эффективности инвестиций в человеческий капитал можно обратиться к анализу «затраты - выгоды», который обычно состоит из трех этапов (рисунок 1) [1, с.65].

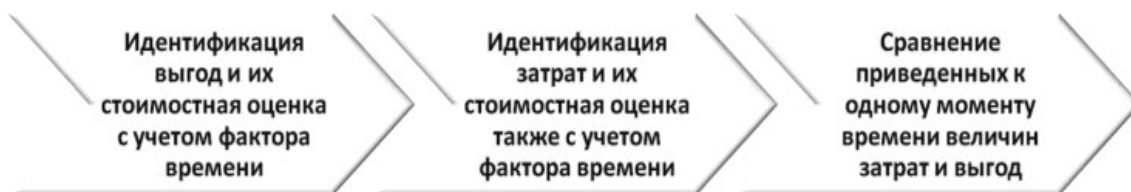


Рисунок 1 – Процесс инвестиционного анализа человеческого капитал

Инвестиции в персонал можно рассматривать в двух аспектах: для сотрудников (эффект от инвестиций будет социальным) и для самой организации (эффект от инвестиций будет экономическим). В качестве инвестиций предлагаю рассмотреть заработную плату работника. У предприятия есть два способа производить инвестиции: 1) выплата полноценной зарплаты или 2) заработная плата и социальный пакет, который и будет являться инвестициями.

Для оценки социальной эффективности инвестиций в человеческий капитал базовым показателем примем заработную плату работника: хватает ли работнику на обеспечение и поддержание всех его нужд и достаточно ли хорошо данные инвестиции влияют на его производительность труда?

Проанализировав Налоговый кодекс РБ (особенная часть №71-3) и Постановление Совета Министров Республики Беларусь 25.01.1999 № 115 (в редакции постановления Совета Министров Республики Беларусь 14.12.2013 № 1083), была сформирована таблица 1, в которой представлен список возможных услуг, включаемых в социальный пакет, которые облагаются и не облагаются отчислениями в ФСЗН и БГС, также подоходный налог и налог на прибыль.

Таблица 1 – Список социального пакета и законодательство

Список соц.пакета	ФСЗН,БГС	ПДН	Налог на прибыль
Оплата мобильного телефона	+	+	+
Оплата проезда на транспорте	+	-	+
Предоставление и оплата жилья	-	-	-
Курсы повышения квалификации	-	-	+
Медицинская страховка	-	-	+
Оплата медицинских осмотров	-	-	+
Бесплатное питание в офисе, в цехе	-	-	-
Курсы иностранных языков	+	+	-
Оплата тренажерного зала, бассейна	+	+	-
Кредиты на строительство жилья	-	-	-
Бесплатные путевки или экскурсии (детям)	-	-	-

Пример инвестиций в человеческий капитал на показателе «заработная

плата» был применен на УПТК ОАО «Строительный трест №8». Ранее предприятие выплачивало своим рабочим оклад (500 белорусских рублей) и компенсацию условий труда. Предложим предприятию выплачивать оклад, равный 300 белорусским рублям, и социальный пакет который включает следующие услуги: оплата мобильного телефона (12), транспорта (18), медицинская страховка (15), бесплатное питание (69), оплата бассейна (10) или тренажерного зала, а также по 2 путевки (200 1шт) в санаторий детям в месяц. Данный метод будет применен на администрации предприятия, которая состоит из 50 человек (таблица 2).

Таблица 2 – Результат метода

Плюсы и минусы данных выплат зп	ФСЗН,БГС	ПН	Налог на прибыль
Заработная плата	8600,00	65,00	6057,00
Заработная плата + соцпакет	5882,00	44,85	3105,00

Проанализировав таблицу 2, можно говорить об эффективности получения экономического эффекта предприятия, но не стоит забывать о социальной эффективности.

Т.к человеческий капитал (потенциал) крайне важен для обеспечения долгосрочного устойчивого развития предприятия, предлагаю оценить социальную политику с помощью принципов КСО.

Работникам предприятий было предложено оценить социальную политику. Шкала оценки показателей будет от 0 до 100, значение от 0 до 50 говорит о инвестировании предприятия на низком уровне, от 50 до 80 - на достаточном уровне, от 80 до 100 - предприятие занимается социальной политикой в полной мере.

После проведения анкетирования данные были собраны в таблицу 3.

Таблица 3 – Результаты анкетирования

Дата	Вознагр., мотивация	Профессиональная подготовка	Соц. программы	Охрана труда	Доп. стимулы для персонала	Психол. климат
Конец февраля	50	60	40	80	50	70
Конец марта	70	60	45	80	80	75
Ср. знач.	$50+70=120/3=60$	60	42,5	80	65	72,5
Уровень	Фин. привлекательность	Конкурентные преимущества		Безопасность	Стабильность	
Индекс	60	51,25		80	68,75	

Итак, человеческий капитал отнесем к ресурсам длительного использования, и предлагаю применять счет 85 «Вложения в человеческий капитал» (отвечает 3 разделу баланса «СК»). Формирование затрат будет приводить к ка-

питализации. Именно этот счет будет отражать формирование и инвестиции человеческого капитала предприятия. К этому счету предлагаю открыть следующие субсчета:

- 1) 30.1 – «Расходы на обучение, переподготовку и повышение квалификации персонала»;
- 2) 30.2 – «Социальные выплаты» - это и есть наш социальный пакет.

Список цитированных источников

1. Волгина, Н.А. Социальная политика / под общ. ред. Н.А. Волгина. – 2-е изд. – М., 2004. – 736 с.

УДК 330.36

Кирилук О.Ю.

Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г.

ВОЗМОЖНОСТЬ СОЗДАНИЯ НОВЫХ ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ ЖИЛЬЯ

Введение. Хорошее жилье – это одна из основных потребностей человека. Обеспечение себя жильем стоит во главе списка потребностей, опережая даже такие потребности, как питание. Но сейчас ситуация сложилась так, что хорошей недвижимости на рынке нет, или есть, но цена слишком высока. Обеспеченность жильем и его доступность для населения напрямую влияют на уровень жизни, сказываются на рождаемости и темпах прироста населения, отражаются на экономической культуре. Поскольку в Республике Беларусь значительно сокращены объемы льготного кредитования, решать жилищный вопрос сегодня большинству белорусских граждан приходится самим, не рассчитывая на государственную поддержку. В силу этого мы считаем, что необходимо внедрять и развивать на рынке Республики Беларусь новые альтернативные источники финансирования жилья.

Основная часть. На рынке жилья Республики Беларусь существует несколько способов финансирования жилья: покупка, аренда, кредит (Рисунок 1). Мы хотим предложить свой способ - внедрение жилищных облигаций на предприятие. Жилищная облигация является ценной бумагой, удостоверяющей внесение ее владельцем денежных средств на строительство определенного размера общей площади жилья. Жилищная облигация имеет номинальную стоимость в денежной единице Республики Беларусь и эквивалент этой стоимости, выраженный в квадратных метрах общей площади жилья. Указанный в жилищной облигации эквивалент не подлежит изменению.

Эквивалент номинальной стоимости одной жилищной облигации не может быть менее 0,1 квадратного метра общей площади жилья. Объем эмиссии жилищных облигаций в эквиваленте общей площади жилья не может превышать общую площадь жилья, на строительство которого эмитенту предоставлены права застройщика.

Законодательно закреплено, что жилищные облигации могут иметь стоимость как в белорусских рублях, так и в долларах. Однако в Беларуси такие облигации, как правило, выпускают только в белорусских рублях.

Приобретение квартиры с помощью жилищных облигаций на самом деле

выгоднее и безопаснее для покупателя, так как данный способ защищает вас от изменения стоимости квартиры по окончании ее строительства, позволяет продать жилищные облигации на вторичном рынке ценных бумаг и является дополнительным признаком надежности компании (так как перед эмиссией облигаций компания-застройщик проходит тщательную проверку госорганами).

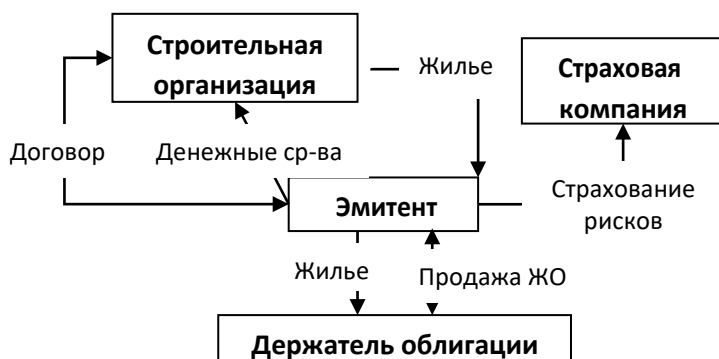


Рисунок 1 – Общепринятая схема приобретения жилищных облигаций

Жилищная облигация – это ценная бумага, обладающая доходностью в виде купона, а так как выпуском данной облигации будет заниматься предприятие, необходимо купон приравнять к величине рентабельности продаж, тем самым стимулируя работников к повышению производительности труда [1].

Рассчитаем купон на основе данных о прибылях и убытках. Купон, приравненный к рентабельности продаж, равен 2,57% годовых [2].

В таблице 1 представлены предложенные мной виды жилищных облигаций, соответствующей стоимостью и рассчитанными сроками, через которые предприятие гарантирует своим сотрудникам заселение в новые квартиры. В среднем срок строительства жилого дома 18 месяцев, то есть предприятие может пользоваться накопленными деньгами от жилищных облигаций период времени, равный разнице срока ожидания работника момента заселения и сроком строительства. Срок пользования деньгами – период времени, рассчитанный в таблице 1, в соответствии от вида облигации [3].

Таблица 1 – Виды жилищных облигаций, предложенные к выпуску ОАО «БМК»

КВАРТИРЫ	площадь кв.м.	стоимость 1 кв.м.	номинал кв.м.	номинал бел.руб.	срок ожидания (лет)	Срок пользования деньгами предприятием (лет)	сумма, полученная предприятием (бел.руб.)
	40	740	0,1	74	32,5	31,0	
		0,3	222	10,9	9,4		
		0,5	370	6,5	5,0		
		0,7	518	4,7	3,2		
		1	740	3,3	1,8		

Механизм приобретения жилищных облигаций будет выглядеть следующим

щим образом: 1- Предприятие продает выпущенные жилищные облигации по номинальной стоимости сотрудникам; 2- покупка ценной бумаги работниками ОАО «БМК»; 3- сумма денег, полученная от продажи облигаций, направляется в производство на срок пользования деньгами предприятием; 4- заключение договора на строительства жилого дома; 5- после окончания срока пользования деньгами предприятием деньги из производства направляются на строительство; 6- по истечении 18 месяцев строительная компания передает готовые квартиры предприятию; 7- обмен жилищных облигаций на готовые квартиры (Рисунок 2) [4].

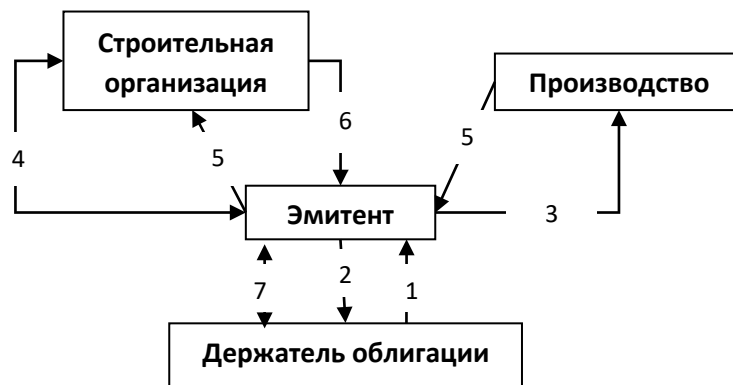


Рисунок 2 – Механизм движения денежных средств в процессе приобретения жилищных облигации

На случай экономической несостоятельности будет принято решение о создании гарантийного фонда на случай банкротства предприятий. Предполагается, что фонд будет формироваться за счет ежемесячных отчислений предприятий в размере 7,5% – данный размер эквивалентен нормативу отчислений, взимаемых банком от привлеченных депозитов для создания гарантийного фонда.

Как итог данной работы, выделим основные положительные моменты внедрения нового альтернативного источника финансирования жилья работникам на предприятии: фиксированная цена, возможность постепенной оплаты, гарантированные сроки строительства.

Исходя из вышесказанного, можно выделить также следующие плюсы для предприятия, желающего заняться выпуском жилищных облигаций для своих сотрудников:

- 1) повышение производительности труда своих сотрудников;
- 2) возможности привлечения и использования денежных средств в хозяйственный оборот предприятия (так как срок строительства и срок ожидания работников жилья не совпадают).

Список цитированных источников

1. Об утверждении инструкции о порядке выпуска и обращения жилищных облигаций: Постановление Министерства финансов РБ от 18.09.2009г. N 115.
2. Налоговый кодекс Республики Беларусь*(Особенная часть) – 2014 г.
3. Белорусский статистический комитет, [Электронный ресурс], – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/o-nachislennoy-sredney-zarabotnoy-plate-rabotnikov-respubliki-belarus-za-mart-2016-g/index.php?sphrase_id=70810 – Дата доступа: 18.04.2017.
4. Рынок ценных бумаг Республики Беларусь и тенденции развития / Т.М. Алексеева, А.Ф. Галлов, Ю.И. Енин. [и др.]. – Мн.: РИВШ БГУ, 2001. – 73 с.

СПОСОБЫ СОЗДАНИЯ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ ЖИЛЬЯ РАБОТНИКОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Введение. Жилищное строительство является одним из приоритетов социальной политики белорусского государства. Нынешнее руководство республики постоянно уделяет большое внимание строительству жилья как в городе, так и на селе. Жилищный сектор играет значительную роль в экономике, оказывает существенное влияние на общие макроэкономические пропорции, денежное обращение, инвестиционную активность. В жилищной сфере, как в никакой другой, объединяются интересы граждан и государства.

В 2017 – 2018 годах планируется построить по 7 млн кв. метров жилья, по 3,5 млн кв. метров жилья ежегодно. Предполагается, что всего в строительство жилья в 2017 году будет вложено 370 тыс. рублей (деноминированных рублей), из них: 28 тыс. рублей — средства населения, 44 тысячи — средства организаций и 25 тысяч — кредитные ресурсы банков.

Основная часть. На данном этапе экономического развития Республики Беларусь существует 4 способа финансирования жилья: наследство, покупка, кредит, аренда.

Покупка – стоит отметить, это не самый простой способ приобретения жилья. Делать собственные накопления – подходит, но пока вы соберете нужную сумму, квартира может подорожать, а деньги обесцениться.

Средняя заработная плата по Республике Беларусь за февраль 2017 года составила 717 бел. руб. По данным белорусского статистического комитета, данная сумма расходуется ее владельцами на питание, одежду, оплату различных услуг, транспорт и другие потребности граждан (рисунок 1.2) [1, 2]. В среднем месячная экономия составляет не более 31% заработной платы. Сумма денег, которую можно отложить на квартиру, колеблется в пределах 222,27 белорусских рублей в месяц.

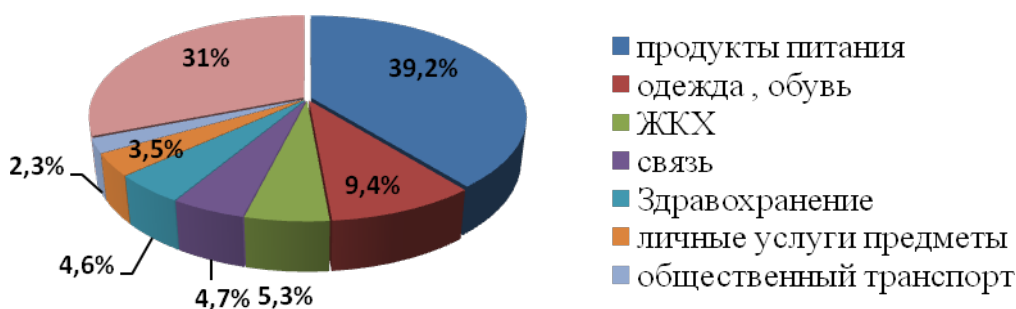


Рисунок 1 – Распределение заработной платы граждан Республики Беларусь

Хорошая квартира по республике в среднем стоит 60 000 долларов США (112 200 бел. руб. по курсу НБ РБ на 01.04.2017), используя элементарные математические вычисления можно убедиться, что срок ожидания без учета инфляции равен 37 годам.

Одним из самых рассматриваемых вариантов приобретения собственного жилья является кредит. В Республике Беларусь существует возможность, помимо обычного кредитования, льготное кредитование для граждан, предоставляемое ОАО «АСБ Беларусбанк» по Указу №13 Президента Республики

Беларусь, сроком на 20 лет под 1%, 5%, 10% или 20% в зависимости от категории граждан.

Чтобы получить льготный кредит на строительство жилья, необходимы основания для признания граждан нуждающимися в улучшении жилищных условий, которые регулируются Жилищным кодексом Республики Беларусь, Положением об учете граждан, нуждающихся в улучшении жилищных условий, и о порядке предоставления жилых помещений государственного жилищного фонда, утвержденного Указом Президента Республики Беларусь от 16.12.2013 № 563.

Если граждане Республики Беларусь не попадают в категорию нуждающихся в улучшении жилищных условий, им предоставляется возможность кредитования по плавающей процентной ставке – ставка рефинансирования плюс 3 процентных пункта, т. е. 17% по состоянию на 19.04.2017 г. сроком до 15 лет.

Рассмотрим кредитные платежи для разных категорий граждан на примере 2-комнатной квартиры площадью 40 кв. м. стоимостью 112 200 белорусских рублей (деноминированных). Ставка рефинансирования в РБ на 19.04.2017 г. 14%. Для расчета наращенной суммы (S) в теории при расчете долгосрочного кредита (свыше 1 года) используется формула сложных процентов, но в практике все же используют формулу простых процентов (формула 1) [3].

$$S = P \times (1 + n \times i), \quad (1)$$

где [P] – стоимость квартиры;
 [n] – срок предоставления кредита;
 [i] – процент по кредиту .

Расчет ежемесячного платежа на покупку жилья за счет кредитных ресурсов банка для различных категорий граждан представлен в таблице 1 (все данные представлены в таблице в деноминированных белорусских рублях).

Таблица 1 – Расчет платы за жилье при финансировании за счет банковского кредита

Категория граждан	Срок кредитования	Процент по кредиту	Сумма кредита бел.руб.	Наращенная сумма бел.руб.	Ежемесячный платеж бел.руб.
Многодетные семьи	40 лет	1%	112 200	157 080	327
Дети-сироты					
Граждане из населенных пунктов до 20 тыс. чел.	20 лет	3%	112 200	179 520	748
Молодые семьи с 2 детьми	20 лет	5%	112 200	224 400	935
Военнослужащие					
Обычная семья	15 лет	17%	112 200	398 310	2 212

Аренда жилья – по договору аренды жилья владелец квартиры передает нанимателю жилое помещение, пригодное для проживания, и обеспечивает эксплуатацию дома, в котором находится квартира, а наниматель жилья – использует квартиру только для проживания, поддерживает ее в надлежащем состоянии и вносит плату за аренду.

В настоящее время на получение арендного жилья от государства могут рассчитывать все граждане Беларуси. Но есть категории, которым, в соответствии с пунктом №77 Указа № 563, оно будет предложено в первую очередь, это:

- ✓ судьи, сотрудники прокуратуры и другие госслужащие, перечисленные в

перечне должностей, установленном Президентом;

- ✓ молодые специалисты, обучавшиеся за счет бюджетных средств, бывшие к месту работы по распределению;
- ✓ военнослужащие;
- ✓ сотрудники МВД и других силовых ведомств;
- ✓ ученые и преподаватели вузов и учреждений культуры;
- ✓ незаменимые специалисты, приехавшие в населенный пункт, в частности

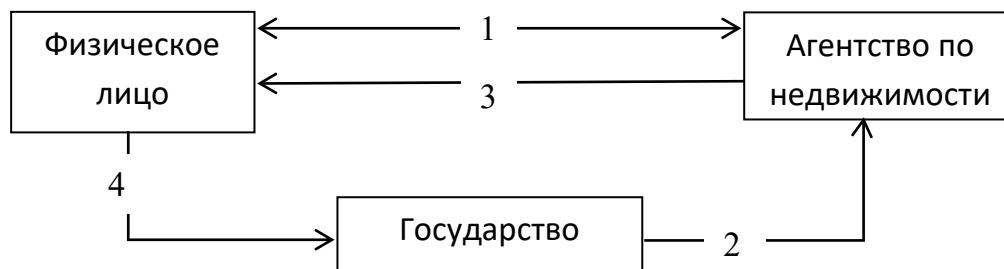
город Минск, из других мест, при условии подтверждения службой занятости того факта, что в городе не нашлось равноценной замены указанному работнику;

- ✓ другие категории граждан из списков Совета Министров [4].

Отметим, что все вышеперечисленные соискатели арендного жилья не должны иметь в указанном населенном пункте жилых помещений на праве собственности. Уже проживающие в общежитиях в список первоочередников не попадают.

В следующую очередь помещения предлагаются лицам, состоящим на учете как нуждающиеся в улучшении жилищных условий.

Для оформления государственного жилья в аренду, необходимо обратиться в агентство недвижимости, где подберут несколько подходящих вариантов квартир, находящихся в собственности государства. Физическое лицо выбирает наиболее приемлемый вариант по цене. После этого заключается договор аренды на определенный срок с оговоренной арендной платой. Схема аренды жилья представлена на рисунке 2.



- 1 – договор найма жилого помещения; 2,3 – передача квартиры, находящейся в государственной собственности;
4 – плата за временное пользование жилым помещением

Рисунок 2 – Схема аренды жилья

Ежемесячный размер платы за аренду коммерческого жилья определяется:

- исходя из размера базовой ставки платы за пользование жильем, которая составляет 0,2 базовой величины на 1 м² общей площади;
- исходя из размера коэффициентов, определяемых облисполкомами и Минским горисполкомом в зависимости от степени благоустройства и места нахождения жилых помещений.

Таким образом, ежемесячная плата (ЕП) за пользование жильем высчитывается по формуле 2 [5]:

$$ЕП = 0,2 \times БВ \times Пп \times к, \quad (2)$$

где [БВ] – размер базовой величины;

[Пп] – общая площадь жилья;

[к] – коэффициент.

Чтобы получить представление о стоимости аренды государственной квартиры общей площадью в 40 кв. м. в Минске и других городах страны, проведем расчет исходя из величины базовой величины, базовой ставки за поль-

зование жильем (0,2 для всей республики) и действующих коэффициентов для разных категорий населенных пунктов:

в Бресте: $23 \times 0,2 \times 40 \times 0,75 = 138$ рублей;

в центре Минска: $23 \times 0,2 \times 40 \times 1,5 = 276$ рублей;

на окраине Минска, например в Шабанах: $23 \times 0,2 \times 40 \times 0,5 = 92$ рубля;

в Могилеве, Бобруйске, Борисове: $23 \times 0,2 \times 40 \times 0,8 = 147,2$ рублей.

в Новогрудке, Волковыске, Слониме: $23 \times 0,2 \times 40 \times 0,3 = 55,2$ рублей.

Некоторым категориям граждан арендная плата будет начисляться с учетом понижающего коэффициента. На данный момент это: судьи, прокурорские работники, военные, молодые специалисты.

При определении платы для граждан, имеющих внеочередное право на получение арендного жилья на время трудовых или служебных отношений, а также для граждан, не приватизировавших жилье до 1 июля 2016 года, дополнительно применяется понижающий коэффициент 0,1 (для г. Минска - 0,2, для населенных пунктов Гомельской области с населением не больше 5 тысяч человек - 0,08).

Конечно, можно всю жизнь экономить, арендуя чужие квадратные метры, но, в конечном счёте, человек переплатит и в конце жизни так и останется без собственной квартиры.

Список цитированных источников

1. Национальный Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Официальный сайт Министерства финансов Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.minfin.gov.by>. – Дата доступа : 18.04.2017.

2. Национальный Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Официальный сайт ОАО «АСБ Беларусбанк». – Режим доступа: https://belarusbank.by/ru/fizicheskim_licam/kredit/financing/kredit_na_zhilye_doma_i_kvartiry – Дата доступа: 19.04.2017

3. Банковское дело: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Финансы и кредит» / Е.П. Жарковская. — 77е изд., испр. и доп. — М.: Издательство «ОмегаЛ», 2010. — 479 с.

4. О некоторых вопросах предоставления гражданам государственной поддержки при строительстве (реконструкции) или приобретении жилых помещений (п.п.1.1): Указ Президента Республики Беларусь от 06.01.2012 № 13

5. Рынок ценных бумаг Республики Беларусь и тенденции развития / Т.М. Алексеева, А.Ф. Галлов, Ю.И. Енин [и др.]. – Мн.: РИВШ БГУ, 2001. — 79 с.

УДК 338

Ковальчук Т.А.

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

АУТСОРСИНГ – НОВАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Понятие аутсорсинга встречается в некоторых нормативно-правовых актах РБ, однако никакого особого законодательного регулирования подобных взаимоотношений законодательство не содержит.

В связи с отсутствием нормативно-правового регулирования предприятия оформляют подобные сделки с некоторым опасением. Однако большое количество преимуществ аутстаффинга и аутсорсинга берет верх, и вспоминается давно известная истина: "Что не запрещено, то разрешено". В связи с тем что

вышеуказанные названия заимствованы из зарубежной лексики, рекомендуем при документальном оформлении использовать формулировку "услуга по предоставлению персонала".

Целью является рассмотрение возможности применения аутсорсинга в бухгалтерском учете, его преимуществ и недостатков.

Чем и кому выгоден бухгалтерский аутсорсинг?

Если говорить конкретно о бухгалтерском аутсорсинге, то, во-первых, это реальная экономия на расходах. Если вы полностью поручаете бухучет сторонней фирме, у вас уже нет необходимости содержать свою бухгалтерию.

Во-вторых, чаще всего такие услуги оказывают аудиторские компании. В результате бизнесмен получает не только бухгалтера, но и аудитора, консультанта по вопросам налогового учета, специалиста в области трудового законодательства, квалифицированного юриста.

В-третьих, отдать бухучет сторонней организации можно на любом этапе деятельности и в каком угодно состоянии.

В-четвертых, аутсорсинг бухгалтерских услуг зачастую удобен и выгоден компаниям, занимающимся несколькими видами бизнеса.

Преимущества бухгалтерского аутсорсинга:

- Бухгалтер на аутсорсинге – в первую очередь экономия средств. Заключая договор с бухгалтерской фирмой или ИП-бухгалтером, вы сокращаете фонд оплаты труда (ФОТ) и соответственно с сумм, перечисляемых по договору не уплачиваете подоходный налог, отчисления в ФСЗН и Белгосстрах. Бухгалтерская компания и ИП самостоятельно уплачивают налоги со своих доходов.

- Передавая бухгалтерию на аутсорсинг, вам не надо создавать рабочее место, оборудовать его оргтехникой, постоянно тратиться на канцелярию, бумагу для принтера, покупать и оплачивать обновление справочных бухгалтерских программ.

- Если вы прибегаете к услугам бухгалтерской компании, то вы не столкнетесь с такими явлениями, как бухгалтер ушел в декретный отпуск, бухгалтер заболел и т. п. При работе с бухгалтерской фирмой, где в штате порядке 5-10 бухгалтеров – всегда найдется специалист, который сможет подменить отсутствующего работника, и работа над бухгалтерией вашей компании не остановится.

- Аутсорсинг – это гарантия высокого качества и строгой конфиденциальности.

Недостатки бухгалтерского аутсорсинга:

- Качество услуг компании-аутсорсера может оказаться ниже необходимого заказчику уровня.

- Используя бухгалтерский аутсорсинг, услуги вам оказывает сторонняя компания, а не ваш работник. В данном случае будет намного сложнее вменить в обязанности выполнение какой-то посторонней работы, чем часто грешат работодатели и на что так часто сетуют бухгалтера (возложение функций кадровика, юриста, а порой и секретаря). За каждое дополнительное задание – аутсорсинговая компания попросит от вас дополнительную оплату.

- Цена услуг при бухгалтерском аутсорсинге. Во многих случаях, при сопоставимом объеме бухгалтерской работы – заработная плата штатного бухгалтера будет ниже, чем цена по договору с аутсорсинговой компанией [1].

Риски аутсорсинга. Самый главный риск — вы открываете все сведения о своей деятельности посторонним лицам. Поэтому, если предприниматель опасается, что данные о его компании могут попасть в руки конкурентов, ему лучше заранее проверить благонадежность и порядочность внешних бухгалтеров. Конечно, конфиденциальную информацию можно получить и из других

источников, но в случае с аутсорсингом такие материалы бизнесмен передает в чужие руки добровольно.

Еще один аргумент против использования внешней бухгалтерии — отсутствие контроля за деятельностью фирмы или специалистов, предоставляющих бухгалтерские услуги. Счетовода, который состоит в штате компании, руководитель может полностью проверить и организовать его работу так, как ему удобно. Через предпринимателя проходят все бухгалтерские документы. И пусть даже бизнесмен не всегда хорошо разбирается в отчетности, но то, что он лишний раз проконтролирует своего сотрудника, пойдет всем только на пользу. А вот при использовании внешней бухгалтерии предприниматель практически изолирован от подготовки и сдачи отчетности, что может повлечь за собой самые неприятные последствия.

Вот что рассказал один из клиентов аутсорсинговой организации: «У нас была небольшая фирма, осуществлявшая экспорт продукции со склада в Республике Беларусь. Офис был очень маленький, там работали всего трое сотрудников. Иметь собственную бухгалтерию было просто невыгодно. Из двух вариантов — бухгалтер-надомник или фирма — выбрали второй. Услуги чуть дороже, но мы думали, что фирма — более надежный вариант. И заключили договор, согласно которому еженедельно представляли все наши первичные документы. Каково же было удивление, когда мы узнали, что в течение полугода от нашего имени в налоговую инспекцию шли нулевые отчеты! У нас прошла выездная налоговая проверка, которая выявила кучу нарушений».

По этой причине настоятельно рекомендуем периодически запрашивать у аутсорсинговой организации отчеты о деятельности вашей фирмы, например, по форме, разработанной вами с учетом специфики деятельности.

Впрочем, подобных проблем можно избежать. Заключая договор с компанией, оказывающей аутсорсинговые услуги, разумно передавать документы по описи или просто предоставлять копии.

Когда все оформлено по правилам и бизнесмен пользуется услугами специализированной компании, следует урегулировать порядок возмещения вреда. Если фирма недобросовестно подошла к выполнению своих функций, в результате чего вашей компании был нанесен ущерб, она должна возместить потери — платит тот, кто «напортачил». К слову, ответственность фирмы-исполнителя перед заказчиком предусмотрена гражданским законодательством.

И последнее. Когда предприниматель заключает договор, компания обещает, что ваш учет будут вести «специалисты самой высокой квалификации». Но на практике небольшие фирмы, оказывающие аутсорсинговые услуги, привлекают кадры с весьма сомнительной квалификацией — они дешевле. Вести отчетность и весь бухгалтерский учет поручается не аудиторам, а тем же самым бухгалтерам-надомникам. Результаты могут быть плачевными. И если возникнет конфликтная ситуация, существует опасность просто не найти концов. Привлечь к ответственности нерадивого бухгалтера невозможно — скорее всего, с фирмой его не связывают договорные отношения.

С целью развития аутсорсинга в РБ считаем возможным **устранить ряд препятствий**, таких как:

- сократить документооборот: в Беларуси организации вынуждены составлять большой массив документов, зачастую дублирующих друг друга. К ним предъявляются высокие требования по оформлению, невыполнение которых подлежит административному наказанию;
- создать аутсорсинговые организации в рамках государственной формы собственности [2].

В современных условиях использование аутсорсинга предоставляет много

возможностей для бизнеса, экономики и общества. И несмотря на отсутствие нормативно-правового регулирования подобных взаимоотношений, не стоит забывать о гибком подходе к управлению предприятием. Важно, не нарушая действующее законодательство, использовать любые возможности оптимизации бизнес-процессов [3].

Итак, аутсорсинг выгоден тем, кто только начинает свой бизнес, инвесторам, заинтересованным в независимом контроле за ходом инвестпроекта, а также предпринимателям, которым необходимо восстановить бухгалтер или сократить свои расходы.

Следует отметить, что за каждым заказчиком закрепляется персональный главный бухгалтер. При этом клиент аутсорсинговой компании при наличии спорной (сложной) ситуации может обсудить за «круглым столом» наиболее важные вопросы, выслушать мнения нескольких высококвалифицированных специалистов, что поможет принять правильное решение.

Каждая компания, предоставляющая услуги аутсорсинга, стремится быть лучшей, постоянно совершенствуя качество оказываемых услуг, находить общий язык даже с самыми трудными клиентами, искать неординарные решения поставленных задач, ориентируясь на выявление и удовлетворение действительных нужд и пожелания клиента. Самое главное для аутсорсинговой компании — ее деловая репутация перед партнерами и госорганами, которая не может ставиться под сомнение никогда.

Список цитированных источников

1. Беларусь – идеальное место для аутсорсинга в сфере IT // [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <https://www.belhard.com/ru/component/content/article/60-press/284>. – Дата доступа: 14.05.2017.
2. Преимущества и недостатки передачи работ на аутсорсинг / Д. Новицкий // [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <http://probusiness.by/opinion/648-preimushchestva-i-nedostatki-peredachi-rabot-na-outsorsing-2-tablicy.html>. – Дата доступа: 14.05.2017.
3. IT-аутсорсинг: где точки роста? / Э. Ершова // CNews.ru [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: http://www.cnews.ru/articles/itautsorsing_gde_tochki_rosta_ – Дата доступа: 10.05.2017.

УДК 657

Козлова С.А.

Научный руководитель: старший преподаватель Черноокая Е.В.

УЧЁТ ЗАТРАТ НА КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ

Целью настоящей работы является исследование взаимосвязи затрат на обеспечение качества и стоимости некачественных товаров (брака).

Проблема повышения качества продукции актуальна для любого предприятия. Обеспечение качества уже долгое время остаётся одной из самых сложных задач, с которыми предприятия сталкиваются при производстве какой-либо продукции. Качество продукции играет важную роль в повышении эффективности производства и обеспечивает её конкурентоспособность.

Качество – это совокупность свойств объектов, обуславливающих их пригодность удовлетворять определённые потребности в соответствии с их назначением [1]. Обеспечение качества продукции связано с определёнными затратами. Они образуются на всех стадиях жизненного цикла товара: от раз-

работки, затем изготовления и дальнейшего использования продукции.

Рассмотрим, как в настоящее время отражаются потоки, связанные с управлением качеством (рисунок 1).

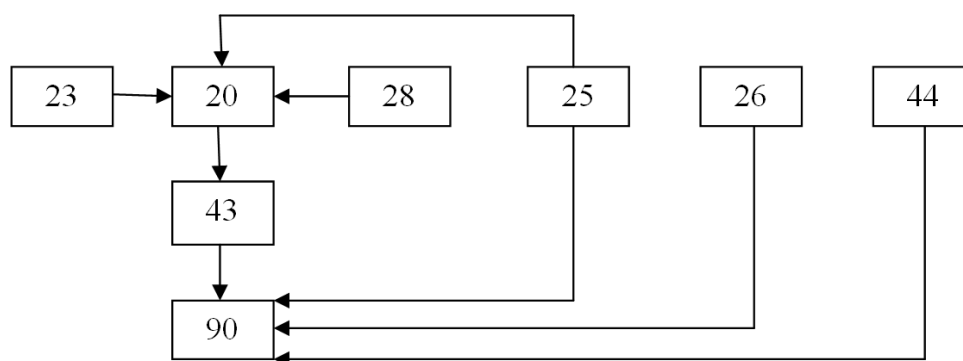


Рисунок 1 – Денежные потоки по управлению качеством на счетах бухгалтерского учета

Это то, что мы видим в учёте на сегодняшний день, однако для эффективного учёта затрат на качество продукции этого недостаточно. Чтобы усовершенствовать этот участок учёта, я предлагаю следующую схему учёта затрат на качество (рисунок 2):



Рисунок 2 – Схема учёта затрат на качество

На схеме представлено параллельное распределение общих затрат на качество по стадиям жизненного цикла товара и по целевому назначению.

Классификация затрат на качество – это одна из главных задач, от правильного решения которой зависит определение их состава и требования к организации учёта, анализа и оценки [2].

Обобщенная классификация затрат на качество:

1. по целевому назначению:

1.1. на обеспечение качества (все затраты, произведенные для удовлетворения установленных потребителем требований к качеству продукции или услуг);

1.2. на улучшение качества (затраты, направленные на удовлетворение предполагаемых требований потребителя);

1.3. на управление качеством (затраты на разработку и реализацию корректирующих и предупредительных мер, необходимых для устранения выявленных или предотвращения потенциальных несоответствий продукции (услуг) предъявляемым или предполагаемым требованиям к ней);

1.4. на предотвращение возможности возникновения дефектов (затраты, связанные с какой-либо деятельностью, которая снижает или полностью

предотвращает возможность появления дефектов или потерь);

1.5. на контроль (затраты на определение и подтверждение достигнутого уровня качества).

В бухгалтерском учёте мы явно не видим взаимосвязи между затратами на качество продукции и потерями от бракованной продукции. Поэтому я предлагаю аналитическую матрицу расчёта затрат на качество продукции (таблица 1).

Таблица 1 – Аналитическая матрица расчёта затрат на качество продукции

Использование	Декларация о соответствии продукции				Страховка
Изготовление		Модернизация, автоматизация	З/п специалиста с опытом работы в этой сфере	Улучшение условий труда, премии сотрудникам	Контролёр качества, его з/п и налоги с з/п
Разработка	Сертификация продукции		Консультационные услуги у высококвалифицированных специалистов	Диагностика и плановое обслуживание оборудования	
	Обеспечение качества	Улучшение качества	Управление качеством	Предотвращение брака	Контроль качества

Эта матрица отражает, какие затраты по целевому назначению могут быть распределены по стадиям жизненного цикла. Она разработана и является обоснованием для аналитического учёта по счёту, на котором будут учитываться затраты на качество продукции.

Для обобщения информации о затратах на качество и потерях от бракованной продукции предлагаем открыть в управленческом учёте счёт 30 «Затраты на качество продукции» (таблица 2). А также предлагаю открыть некоторые субсчета по следующим признакам: по видам продукции, по стадиям жизненного цикла товара и по целевому назначению.

Таблица 2 – Счёт 30 «Затраты на качество»

По видам продукции	По стадиям ЖЦТ	По целевому назначению
30.Х	30.Х.Х	30.Х.Х.Х
30.1 – затраты на продукцию 1	30.Х.1 – затраты на продукцию Х на стадии разработки	30.Х.Х.1 – затраты на продукцию Х на стадии Х, направленные на обеспечение качества
30.2 – затраты на продукцию 2 и т. д.	30.Х.2 – затраты на продукцию Х на стадии изготовления	30.Х.Х.2 – затраты на продукцию Х на стадии Х, направленные на улучшение качества
	30.Х.3 – затраты на продукцию Х на стадии использования	30.Х.Х.3 – затраты на продукцию Х на стадии Х, направленные на управление качеством
		30.Х.Х.4 – затраты на продукцию Х на стадии Х, направленные на предотвращение брака
		30.Х.Х.5 – затраты на продукцию Х на стадии Х, направленные на контроль качества

Таким образом, по счёту 30 «Затраты на качество продукции» мы сможем сформировать стоимость качества продукции по видам продукции, по стадиям

жизненного цикла товара и по целевому назначению. Данная классификация поможет правильно распределить все затраты на качество продукции по этим трём признакам и в дальнейшем правильно распределить расходы по каждой продукции. Просчитать, на какую продукцию и на какой стадии приходится больше затрат и определить методику улучшения учёта и анализа затрат на качество.

Список цитированных источников

1. Ребин, Ю.Н. Управление качеством: учебное пособие. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2004.
2. Карлик, Е.М. Затраты на обеспечение и повышение качества продукции, их классификация / Е.М. Карлик, Д.С. Демиденко // Стандарты и качества. – 1977.

УДК 339.162.4 (476)

Коломийцева А.И.

Научный руководитель: ассистент Добринец С.С.

ЛАТЕРАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК АЛЬТЕРНАТИВНАЯ ИННОВАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ БЕЛОРУССКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В настоящее время эффективность работы традиционных инструментов маркетинга снижается, что вынуждает компании разрабатывать инновационные технологии воздействия на рынок. Рост инноваций во многом обусловлен идентичностью большинства продукции. Поэтому компании стремятся создать такой уникальный продукт или услугу, который стал бы первым в своем роде и был сложен для подражания. Это обеспечивает предприятию наличие конкурентных преимуществ и увеличивает шансы на победу в борьбе за потребителя. Вопросы разработки такого уникального продукта решает сравнительно новое явление – латеральный маркетинг, который уже становится ключевой рыночной концепцией XXI века.

В соответствии с определением основоположников латерального маркетинга, Филипа Котлера и Фернандо Триаса де Беза, «латеральный маркетинг — это методика поиска нестандартных рыночных решений» [1]. Суть латерального маркетинга заключается в предложении рынку такого продукта или услуги, которого ещё не было, и который, естественно, будет востребован потребителями. Таким образом, в основе латерального маркетинга лежит «латеральное мышление», при котором рассмотрение проблемы под разными углами позволяет найти ее наилучшее решение.

Методика латерального маркетинга состоит в том, что за основу берется шаблонная стандартная идея и делаются всевозможные попытки ее креативной трансформации. Классический вариант построения алгоритма латерального подхода в маркетинге включает в себя:

- выбор фокуса. Это может быть продукт или услуга, которую нужно трансформировать во что-либо новое, например, цветы вянут;
- латеральное замещение, т. е. создание какой-либо новой идеи, например цветы не вянут.
- создание новой связи, например искусственные цветы.

При этом, изменения будут производиться не в вертикальном порядке, а горизонтальном, что и дало второе название латеральному маркетингу

«боковой». Выбор фокуса обычно находится на одном из трех уровней: уровень рынка, уровень оставшейся части маркетинга-микс «3Р», уровень товара.

Латеральный маркетинг на уровне рынка

Наиболее простой и эффективный латеральный ход – замена одного измерения рынка другим, которое ранее не принималось во внимание. Австрийская компания «Ред булл» открыла новую категорию – энергетические напитки. Энергетики служат новой потребностью и создают новый рынок. Это рынок людей, занимающихся спортом и заинтересованных в восстановлении энергии.

Латеральный маркетинг на уровне маркетинг-микса

Покрутив латеральными методами товар или услугу (product), можно обратиться и к остальным трем «Р» классического маркетинг-микса 4Р – цене (price), месту (place) и продвижению (promotion).[2] При этом не модифицируется суть товара, а изменяется представление и преподнесение его потребителям. Например, цена может преподноситься как отсрочка платежа, предоставление кредита, а обычные занятия в аудиториях могут заменяться на занятия в режиме онлайн через видеовещание.

Латеральный маркетинг на уровне продукта

Для применения латерального маркетинга на уровне продукта, нужно использовать одну из 6 техник проведения латерального замещения.

Замена. Изменение одного или нескольких элементов товара. К примеру, таким образом был создан снегоход (мотоцикл с лыжами).

Комбинация. Добавление одного или нескольких элементов к товару, сохраняя все остальное неизменным. Яркий пример: создание «Киндер Сюрприза». Итальянская фирма Ferrero совместила два любимых занятия детей: играть и кушать.

Переворот. Добавление частицы «не» к товару. Например, свежеприготовленная пицца превратилась в не-свежеприготовленную. Холодильники по всему миру заполняют замороженные пиццы.

Удаление. Удаление элемента товара. Например, идея телефона без провода привела к беспроводным телефонам.

Гиперболизация. Она заключается в преувеличении или преуменьшении одного или нескольких элементов товара или услуги в изображении совершенного товара. Так, например, простой карандаш, который никогда не закончится – механический карандаш со сменным грифелем.

Изменение порядка. Оно заключается в изменении порядка или последовательности элементов товара или услуги. Например, идея упаковки еще не приготовленного попкорна привела к созданию попкорна для микроволновок.

Исходя из примеров, видно, что созданный продукт в результате латерального сдвига не сегментирует рынок глубже, а создает новый, который открывает для компании новый источник получения дохода.

При этом латеральный маркетинг подвергается критике, и, как любое кардинальное новшество, латеральный маркетинг имеет свои недостатки:

- усталость потребителей от инновационных товаров;
- дробление рыночных ниш;
- нельзя научить мыслить творчески или по схеме.

Однако, несмотря на недостатки, применение латерального маркетинга может стать лучшим помощником как в выходе из кризиса, так и в условиях жесткой конкуренции. Это особенно важно для предприятий Республики Беларусь.

Автором статьи был проведен опрос, целью которого было выявление степени известности латерального маркетинга в РБ.

Опираясь на результаты проведенного опроса, можно сказать, что подавляющее большинство опрошенных не знают о существовании такого вида маркетинга (рис. 1).

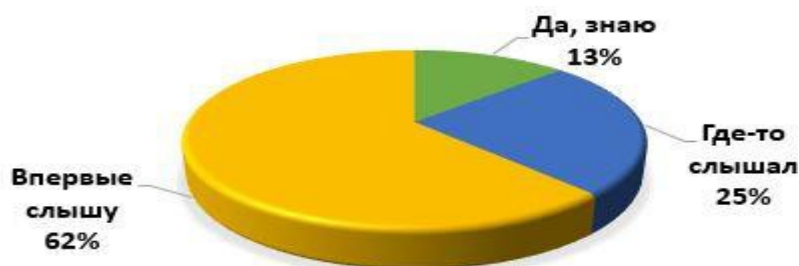


Рисунок 1 – Знаете ли Вы, что такое латеральный маркетинг?

Согласно мнению респондентов, осведомленных о существовании латерального маркетинга, наиболее применимыми областями данного вида маркетинга в РБ являются пищевая промышленность – 70% опрошенных, туризм – 20%, алкогольная промышленность – 10% (рис. 2).

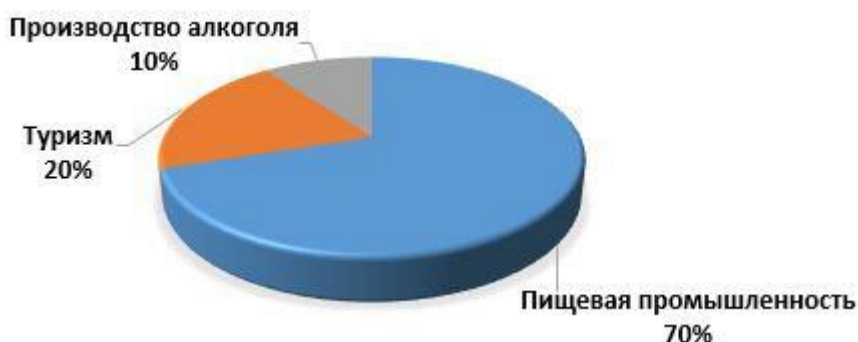


Рисунок 2 – Отрасли применения латерального маркетинга в РБ

Автор работы разделяет позицию исследователей о возможности применения латерального подхода в одной из самых консервативных отраслей – виноделие [3].

В качестве примера реализации концепции латерального маркетинга в указанной отрасли является создание безалкогольного вина ЗАО «Минский завод виноградных вин».

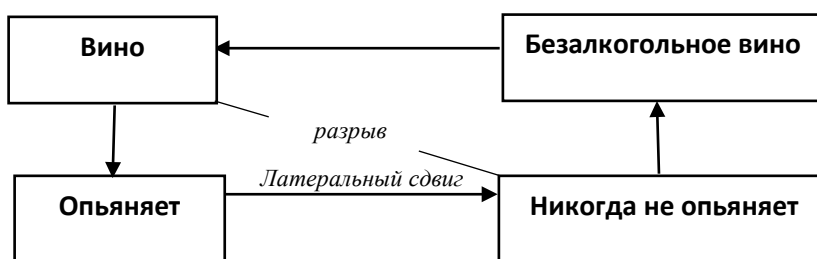


Рисунок 3 – Безалкогольное вино

Виноградное вино, содержащее этиловый спирт, не должно оказывать опьяняющего воздействия, а, следовательно, необходимо исключить из его химического состава этиловый спирт, но сохранить при этом все присущие вину вкусовые качества. В результате – совершенно новый продукт. Для со-

вершенно новой группы потребителей.

Также вино можно использовать совсем в других целях, например, в качестве лечебного средства.

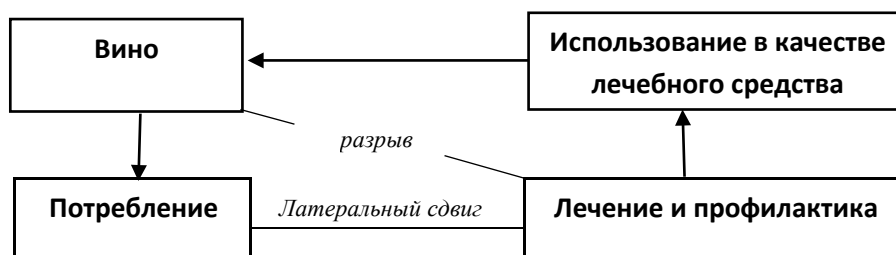


Рисунок 4 – Вино в качестве лечебного средства

В данном случае латеральным сдвигом является изменение мотива потребления. Основным мотивом является расслабляющее действие вина. В то же время данный продукт обладает рядом полезных для здоровья человека свойств, которые можно использовать при его продвижении на рынке. Красное натуральное виноградное вино обладает прекрасными радиопротекторными свойствами, что особенно важно для нашей страны, подвергшейся радиационному загрязнению. В данном случае происходят как трансформация потребности – лечение, так и использование нетрадиционного места потребления.

Если рассматривать применение латерального маркетинга в РБ в такой отрасли, как туризм, то в пример можно привести агротуризм. Отели в сельской местности стали смещением, породившим новую форму отдыха — сельский туризм. Белорусское общественное объединение «Отдых в деревне» предлагает отдых в различных агроусадебках страны.

Применение латерального подхода получило распространение при создании продуктов питания белорусскими предприятиями. Так, например, рынок сухих завтраков уже насыщен различными вариантами продуктов каждой категории. Но некоторые производители нашли новую идею! Идея заключалась в том, чтобы продавать их не как еду для завтрака, а как легкую закуску, не привязанную к определенному времени суток. В итоге получили новый товар - зерновые батончики: к ситуациям потребления изделий из злаков, считавшихся ранее только едой для завтрака, добавляется «легкий перекус». Еще один пример завоевания покупательского предпочтения демонстрирует ОАО «Могилевская фабрика мороженого», которая производит сырки на палочке. Творожный сырок на палочке, который можно есть как мороженое.

Автором статьи предлагается несколько идей создания новых товаров в РБ, путем применения латерального маркетинга.

- Книжки, создаваемые читателями. Основой книжки являются сюжеты созданные сотнями людей, которые пишут друг за другом по одной странице будущей книжки. Каждая очередная страница выкладывается на web-сайте в Интернете, и его посетители голосуют, утверждать эту страницу или нет. Созданный таким способом роман будет прочитан тысячами людей еще до выхода.

- Республика Беларусь богата торфяными ресурсами. Данные ресурсы можно использовать наиболее полно и рационально. Традиционно торф используется в сельском хозяйстве для подстилки животных. Однако торф можно использовать в качестве наполнителей лотков домашних животных. Этот

инновационный натуральный наполнитель, по мнению специалистов, обладает хорошей сыпучестью, не пылит, не прилипает к лапкам животных, легче своих импортных аналогов, нейтрализует неприятные запахи и может впитывать в себя в пять раз больше жидкости, чем весит сам. Рынок потребления этой продукции является круглогодичным и постоянно расширяется.

- В последние годы для борьбы с гололедицей на пешеходных дорожках и тротуарах используют песок, мраморную или гранитную крошку. Данные средства являются экологически безопасными и достаточно эффективными. Однако весной возникают сложности с их уборкой. Также любые твердые частицы забивают коллекторы, что наносит большой ущерб. Предлагается новое средство, которое изготавливается из продуктов глубокой переработки торфяного сырья. Оно обладает антикоррозионными свойствами, усиливает эффект плавления льда.

- Кофе обычно пьют по утрам. Некоторые любят пить его и вечером, но даже кофе без кофеина не дает им заснуть. Явная возможность создания нового товара: кофе «перед сном», не мешающий спать.

И это далеко не единственные области возможного применения латерального маркетинга. В условиях жесткой конкуренции, существующие в настоящее время маркетинговые технологии становятся малоэффективными, а потребители ждут неординарных решений от производителей. Конечно, новые продукты, полученные с помощью латерального маркетинга, часто требуют значительных инвестиций в производство. Но экономический эффект может оказаться намного больше, нежели в случае с новинками, полученными традиционным путем.

Список цитированных источников

1. Котлер, Ф. Латеральный маркетинг: технология поиска революционных идей / Ф. Котлер, Ф. Бес. – М.: Эксмо, 2010.
2. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник для студентов высших учебных заведений по экономическим специальностям. – Минск: Вышэйшая школа, 2010. – 524 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе / Ф. Котлер, Х. Картаджая, А. Сетиаван. – М.: Эксмо, 2011.

УДК 338.5

Коломийцева А.И.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Надеина Н.Г.

ВЛИЯНИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ В ЦЕНООБРАЗОВАНИИ

Целью настоящей работы является исследование влияния психологических факторов при установлении цены.

Психологическое ценообразование – тактика, использующая эмоциональную реакцию клиента на конкретные цены для повышения продаж. Она устанавливает необычные цены на товары или услуги, чтобы они выглядели намного дешевле, чем на самом деле.

Психологическое воздействие определяется, прежде всего, тем, что цена служит для многих потребителей основным показателем качества продукции. Так, покупатель может предпочесть более дорогую вещь, поскольку цена обещает ему нечто особенное.

Среднестатистический потребитель, пытаясь установить характер связи между стоимостью товара и его потребительной ценностью, рассматривает цену как надежный индикатор товарных качеств при следующих субъективных обстоятельствах:

1. Покупатель не знаком с данным товаром или имеет поверхностное представление о нем.

Автор статьи предлагает проанализировать покупку увлажнителя для воздуха в магазине «Корона Техно». В Республике Беларусь данный товар не слишком востребован. Это может объясняться уровнем жизни населения, доходом среднестатистического жителя Беларуси или тем, что увлажнитель для воздуха – это не тот товар, который жизненно необходим потребителю.

Однако, покупая данный товар, потребитель выберет увлажнитель с более высокой ценой, так как она гарантирует качество.

2. Оцениваемый товар слишком сложен технически или технологически, чтобы потребитель смог самостоятельно разобраться в его достоинствах.

Согласно постановлению Совета Министров Республики Беларусь, технически сложными товарами считаются холодильники, снегоходы, телевизоры, видеокамеры, персональные компьютеры.

Среднестатистический потребитель, заинтересованный в покупке такого товара, опирается на цену, в этом случае цена гарантирует лучшие технические и технологические свойства товара.

3. Высокий риск при покупке товара.

Риск при покупке автомобиля или квартиры очень высок. Покупая такие товары, потребитель хочет быть уверен в их высоком качестве. А высокая цена в таком случае - гарант качества.

4. Уникальные свойства товара

Чем более уникален товар, тем менее покупатели чувствительны к цене.

В этом случае автор статьи в пример приводит покупку оригинальной картины или раритетного товара. На рынке картин и предметов искусства в целом, неизбежно встречаются недобросовестные его участники. Поэтому при покупке данного товара высокая цена будет являться подтверждением оригинальности этого товара.

5. Эмоциональные мотивы

Чем острее нужда покупателя в товаре, тем менее он будет чувствителен к цене. Проанализируем покупку меховой шубы летом и зимой. Летом на этот товар действуют сезонные скидки и приобрести шубу можно по сниженной цене. Но как будет действовать потребитель, если захочет приобрести шубу зимой? Совершит покупку, поскольку нужда заставляет мириться с данным уровнем цены.

Кроме того, при установлении окончательной цены учитывают следующие основные психологические факторы:

1. Ценовые пороги.

Это такие уровни цен, при пересечении которых объемы продаж существенно возрастают или снижаются. Полагают, что психологически лучше воспринимается чуть заниженная цена. Например, на ценнике можно увидеть не 400, а 399. Покупатель воспринимает такую цену как более близкую к 300, нежели к 400. В городе Бресте такой прием очень популярен. Автором статьи было проведено исследование, целью которого было

выявить, на какие цифры заканчиваются ценники в магазине «Алми». В исследовании было задействовано 1500 товаров.

Результаты исследования оказались следующими:

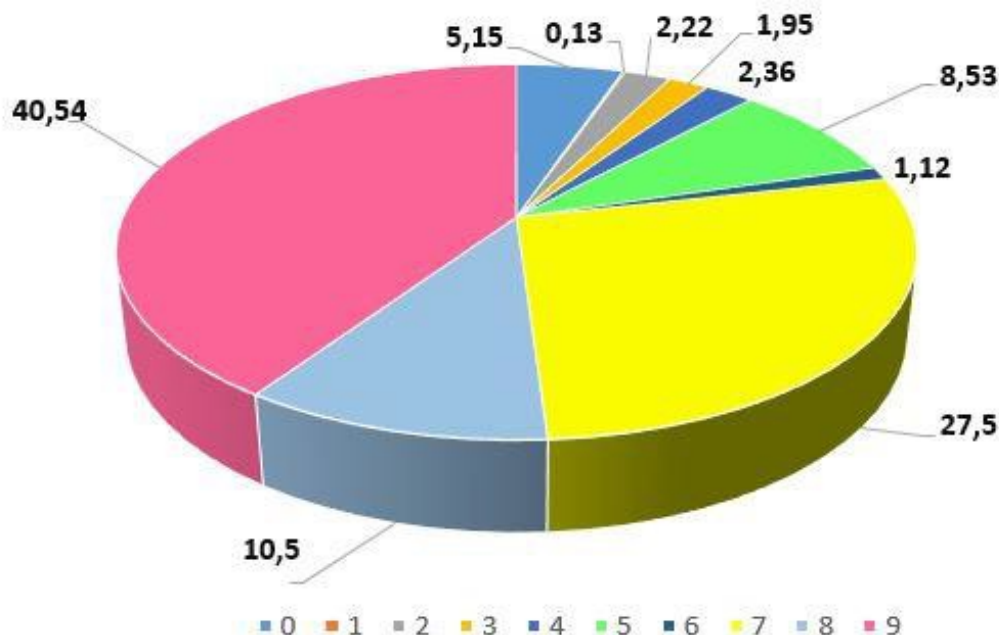


Рисунок 1 – Удельный вес вариантов психологических цен

По результатам исследования видно, что чуть ли не половина цен товаров заканчивается на 9. Также можно сделать вывод, что потребители психологически лучше воспринимают цены, заканчивающиеся на 7.

2. Торговая марка как показатель качества. Нередко продавцы воздействуют на психологию покупателя, сопоставляя довольно высокую цену на свою продукцию с еще более высокими ценами какой-либо широко известной продукции. Цены продукции-аналога называют справочными или якорными. Автор статьи сравнивает два продукта: сникерс и его аналог, произведенный в РБ - твикерс. Проголодавшийся покупатель, увидев два недалеко лежащих товара, воспримет цену на товар «сникерс» завышенной, а цену товара «твикерс», как золотую середину. И сделает свой выбор в пользу батончика «твикерс», даже не подозревая о том, что подвергся приему психологического ценообразования.

3. Страна – производитель. Очень многое при покупке зависит от страны-производителя. Так как такие страны, как Япония, Швейцария, Германия, Франция гарантируют потребителю качество. Такой прием встречается практически во всех магазинах города Бреста. Автор статьи предлагает проанализировать покупку стиральной машинки в торговой сети «Корона Техно» немецкой фирмы Bosch и белорусской фирмы Атлант.

Белорусская фирма Атлант уступает немецкой фирме Bosch по техническим и технологическим свойствам производимой продукции. Завышенная цена стиральной машинки, произведенной в Германии, будет восприниматься психологически легко, и скорее всего потребитель, нацеленный на качество при покупке стиральной машинки, сделает свой выбор в пользу машинки фирмы Bosch.

4. Впечатление от рекламы.

Исследование одного известного журнала Parade показало, что лишь 13 %

респондентов признали, что реклама оказывает «сильное влияние» на их собственный выбор при покупке продовольственных товаров, 48 % уверены, что она оказывает сильное влияние на других. Другими словами, люди считают, что реклама оказывает влияние, но себя считают относительно невосприимчивыми.

Потребителей можно убедить в необходимости совершения покупки при помощи одного рекламного ролика, но только при условии, что он эффективен.

В нашей стране хорошие рекламные кампании проводит СП ООО «Санта Бремор», после просмотра качественного рекламного ролика этой компании у многих потребителей сразу же возникает желание попробовать этот товар.

5. Уровень качества обслуживания.

Очень многое при покупке товара зависит от профессионализма персонала, уровня обслуживания, вежливости, внимания и приветливости.

Знания техник эффективного общения и продаж позволяют обеспечить потребительские предпочтения клиентов, создать устойчивую систему отношений с ними и повысить продажи.

6. Соответствие моде, стилю.

Мода имеет цикличность, для нее необходима относительная новизна. На рынке чуть ли не каждый сезон появляется новый товар, который в полной мере соответствует моде и стилю. Цена на данный товар может быть неоправданно велика, но потребитель психологически воспримет такую цену нормальной и купит товар, соответствующий модным тенденциям.

7. Снижение дискомфорта для потребителя в результате приобретения товара

Инновационные товары облегчают жизнь потребителю в результате их приобретения, несмотря на высокие цены.

Например, бесшумный робот-пылесос экономит время и снижает дискомфорт потребителя.

Расческа-выпрямитель для волос делает два дела одновременно: расчесывает волосы и делает их прямыми и гладкими.

Наличие новых функций у товара позволяет увеличивать цены. Изменение форм и размеров товара также привлекает покупателя, а усталость потребителя от надоевшего продукта вызывает снижение спроса.

На восприятие и оценку цены товара покупателем влияет как характеристики товара, так и состояние покупателя и ситуация покупки, а также прежний опыт покупателя. В настоящее время многие процессы, определяющие реакции потребителей на цены, еще не изучены, психология ценовых ожиданий и оценок сейчас является предметом разнообразных исследований.

Список цитированных источников

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга. - М.: Эксмо, 2010. – 736 с.
2. Емельянова, Т.В. Ценообразование: учебное пособие для студ. экономических специальностей вузов. – 4-е изд., испр. – Минск: Вышэйшая школа, 2008. – 304 с.
3. Табачный, Е.Н. Стратегия ценообразования в маркетинговой политике. – М.: Инфра – М, 2005. – 441с.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МАЛОГО БИЗНЕСА БЕЛАРУСИ И ПОЛЬШИ

Целью настоящей работы является исследование состояния развития малого бизнеса в Республике Беларусь по сравнению с другими странами, в частности с Республикой Польша.

Малое предпринимательство, другими словами, малый бизнес — предпринимательство, опирающееся на деятельность небольших фирм, малых предприятий, формально не входящих в объединения[1].

Для малого бизнеса характерно:

- юридическая независимость;
- небольшие размеры по основным показателям деятельности субъекта хозяйствования: уставный капитал, величина активов, объем оборота (прибыли, дохода);
- численность персонала.

Малое предпринимательство в странах с развитой рыночной экономикой играет существенную роль. Оно является стимулятором экономического развития, влияет на рост экономики стран. Отличается большой мобильностью в перераспределении финансовых средств по различным отраслям, в состоянии быстрее реагировать на потребности потенциальных клиентов заполнять те ниши, которые не выгодны крупным предпринимателям. Это способствует установлению равновесия в некоторых сегментах рынка. Малый бизнес выполняет функцию социального стабилизатора, то есть обеспечивает самозанятость разных слоев общества, снимая во многом проблему безработицы.

К субъектам малого предпринимательства относятся:

- индивидуальные предприниматели,
- микроорганизации со средней численностью работников за календарный год до 15 человек включительно;
- малые коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год от 16 до 100 человек включительно.

Авторами рассмотрена ситуация развития малого бизнеса по количеству организаций по областям Республики Беларусь. Наибольшее сосредоточение представлено в Минской области, затем идут Брестская, Гомельская, Витебская, Могилевская и Гродненская области.

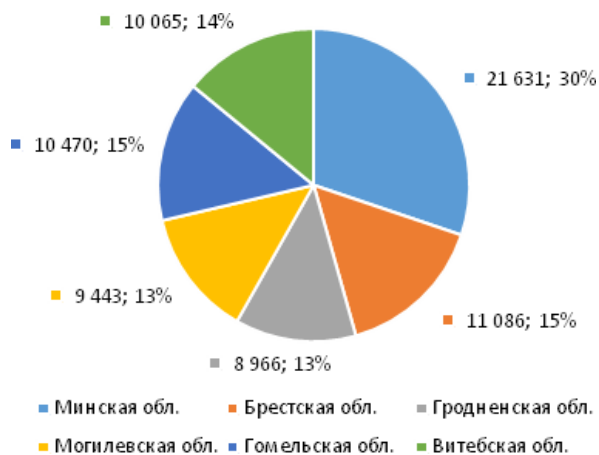


Рисунок 1 – География развития малого бизнес в областях РБ

Ежегодно Всемирный банк составляет рейтинг государств по лёгкости ведения бизнеса. В 2016 году в рейтинг Doing Business вошло 189 государств мира. Согласно этому рейтингу наиболее благоприятные условия для ведения бизнеса в Новой Зеландии. Беларусь в рейтинге Doing Business занимает 37 место, Польша – 24 место, Российская Федерация – 40 место, Латвия – 14 место [3].

Поэтому представим сравнительную характеристику основных экономических показателей деятельности субъектов малого предпринимательства в Республике Беларусь и в Республике Польша за 2014-2015 гг.

Таблица 1 – Динамика основных экономических показателей

	Беларусь		Польша	
	2014	2015	2014	2015
Количество организаций	111 112	114 208	372 012	378 201
Средняя численность работников, занятых в малом бизнесе, тыс. чел	1 237,9	1 200,6	3 237,9	3 380,6
Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг, трлн руб.	648,8	716,7	980,1	984,7
Объем производства продукции (работ, услуг), трлн руб.	282,9	322,8	510,9	521,5
Доля в объеме ВВП, %	15,1	15,9	70	71,5

Приведенные показатели характеризуются положительной динамикой, т. е. растет общий объем производимой продукции и услуг, создаваемых малыми предприятиями. Однако, исходя из полученных данных, можно однозначно сказать, что наибольшее развитие малый бизнес получил в Польше. Значительная доля малого предпринимательства в экономике Республики Польша обусловлена многими факторами, среди которых стоит назвать сохранение предпринимательства на протяжении всего периода и права на частную собственность.

При всех исторических различиях страны сформировали близкую структуру малого бизнеса в Беларуси и Польше по видам экономической деятельности.

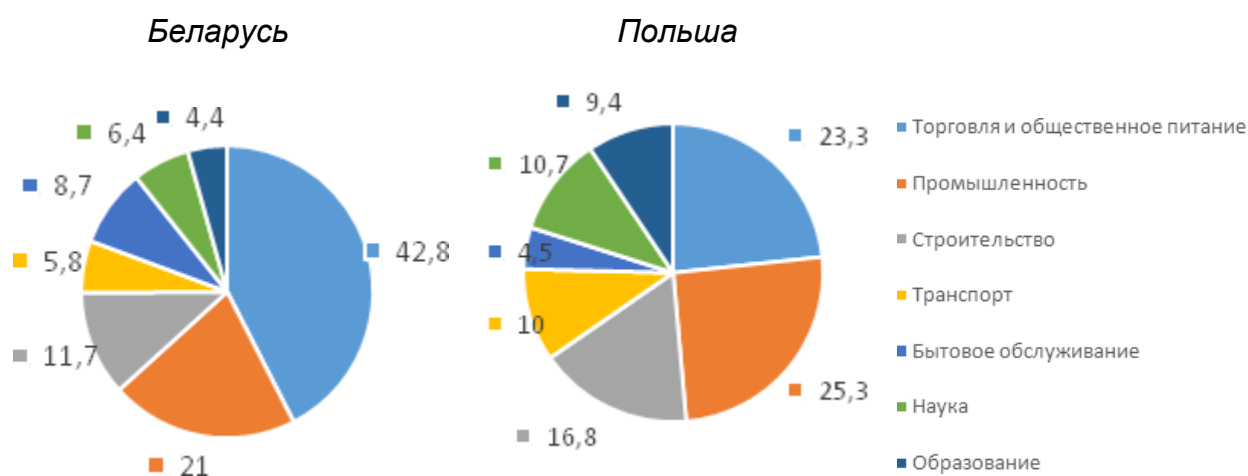


Рисунок 2 – Число малых предприятий по видам экономической деятельности в 2015 г.

Структура малого бизнеса двух стран очень близка. Однако о значимости малого бизнеса в стране говорит показатель плотности бизнеса на 1000 человек населения. В Польше этот показатель равен 35, а в Беларуси всего лишь 2,6 [2].

Сравнительный анализ малого и среднего бизнеса в Беларуси и Польше выделяет ряд недостатков и преимуществ ведения бизнеса.

Таблица 2 – Недостатки и преимущества ведения бизнеса в Беларуси и Польше

	Беларусь	Польша
Недостатки	<ul style="list-style-type: none"> • Недостаточное финансирование; • Система налогообложения 	<ul style="list-style-type: none"> • Отток рабочей силы в более развитые страны; • Достаточно высокие налоги; • Возможность изменения иммиграционной политики
Преимущества	<ul style="list-style-type: none"> • Выгодное географическое положение; • Экономическая стабильность; • Благоприятный инвестиционный климат; • Промышленно развитая экономика 	<ul style="list-style-type: none"> • Простота открытия и регистрации фирмы; • Низкие требования по входу на рынок; • Лояльная политика государственных контролирующих органов; • Минимальное количество разрешений; • Доступность кредитов

Авторы охарактеризовали проблемы ведения малого бизнеса в Республике Беларусь.

1. Недостаточное финансирование. Получение кредита, согласно рейтингу Doing Business, является самой слабой стороной ведения бизнеса в Беларуси (109 место из 189)[3] . К числу наиболее актуальных проблем при кредитовании субъектов малого и среднего бизнеса можно отнести: высокие процентные ставки по кредитам, отсутствие отсрочки по процентным платежам.

2. Система налогообложения. Налогообложение субъектов хозяйствований в Республике Беларусь характеризуется крайне высокой общей налоговой ставкой, увеличением удельного веса косвенных налогов, что приводит к повышению конечной стоимости товара для потребителя.

Главными недостатками ведения бизнеса в Польше являются:

1. Отток рабочей силы в более развитые страны (как правило, молодежи), ввиду экономической интеграции.

2. Достаточно высокие процентные ставки налогообложения.

3. Возможность изменения иммиграционной политики.

Наряду с недостатками малого бизнеса в Беларуси можно выделить и положительные факторы. Так, например:

1. Выгодное географическое положение. Основной торговый маршрут между Европой и СНГ проходит через Беларусь.

2. Благоприятный инвестиционный климат. В Беларуси созданы все необходимые меры для введения инвестиций.

3. Промышленно развитая экономика. Промышленность Беларуси обеспечивает около трети ВВП страны.

Основными преимуществами открытия и ведения бизнеса в Польше являются:

1. Простота открытия и регистрации фирмы. Польское законодательство позволяет открывать фирмы быстро и практично, лично и отдалённо.
2. Низкие требования по входу на рынок. Уставной фонд компании формы ООО составляет всего 5000 злотых, которые не обязательно вносить сразу же после регистрации.
3. Лояльная политика государственных контролирующих органов. Политика польского государства запрещает государственным органам совершать проверки на протяжении становления компании.
4. Минимальное количество разрешений. Лицензионные виды деятельности сведены к минимуму, а их требования просты и не двусмысленны.
5. Доступ к дешевым кредитам и всесторонняя помощь государственных и международных организаций.

Подводя итоги исследования однозначно можно сказать, что внедрение польской структуры ведения бизнеса в белорусскую практику возможно и имеет перспективы в будущем. Как оказалось, белорусская и польская концепция ведения бизнеса имеет ряд положительных и отрицательных факторов, что способствует получению и передачи опыта в этой сфере. Для Беларуси польский опыт устранения недостатков и улучшения достоинств малого бизнеса полезен, актуален и применим в настоящем и будущем.

Список цитированных источников

1. Германович, Г.В. Критерии малого и среднего бизнеса: опыт зарубежных стран и предложения по его оценке в Республике Беларусь // Белорусская экономика: анализ, прогноз, регулирование. – 2003. – № 12. – С. 13-23.
2. Белецкая, М. Состояние и перспективы развития малого бизнеса // Белорусская думка. – 2003. – №11. – С. 15-19.
3. Doing Business. Measuring Business Regulations. Belarus [Электронный ресурс] // World Bank Group, 2016 – Режим доступа: <http://www.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/belarus>–

УДК 338.5:159.9

Купрысь А.Н.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Надеина Н.Г.

ПСИХОЛОГИЯ ВЛИЯНИЯ ЦЕН НА ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЯ О ПОКУПКЕ

Целью данной работы является анализ действий потребителей с учетом влияния психологического ценообразования.

Закон спроса предполагает, что цена является основной детерминантой количества проданного товара. Также в нем утверждается, что покупатели будут покупать больше по более низким ценам и меньше по более высоким при условии равенства других переменных. Эти оба утверждения находились бы в равновесии, если бы на принятие решения о совершении покупки не влияли другие переменные, такие как доход покупателя, его вкусы и предпочтения, ожидания в отношении цен и собственного бюджета в будущем, цены конкурентов, сезонность, усилия по рекламе и т. д.

Уже давно существует понятие «психологическое ценообразование», как одна из разновидностей психологического воздействия на покупателя, где каждый из нас – объект воздействия.

Большинство людей не знают точных цен повседневных товаров независимо от того, знакомы они на практике с этими ценами или нет. Предполагаемая ими цена — это показатель того, сколько они собираются заплатить за данный продукт или какова ценность продукта. Когда покупатели идут за покупкой, они приносят с собой ожидаемую цену. Данная цена в маркетинге определяется как справочная (или якорная) цена. Она определяет, сколько покупатель считает справедливым заплатить за данный товар [1].

Справочная цена иногда может не совпадать с реальной ценой. Однако она существенно влияет на принятие решения о покупке и является внутренним стандартом оценки других цен. Покупатель, приходя в магазин, обычно имеет какие-то представления и ожидания по поводу того, сколько ему придется заплатить за те или иные товары. Эти ожидания опираются на предыдущий опыт покупок, общее понимание уровня цен в магазинах своей страны или данного региона и воспринимаемую «справедливость» определенного уровня цены. При этом можно выделить 2 типа справочных цен:

- внутренние цены опираются на прошлый опыт покупок конкретного покупателя, т. е. это цены, запечатлевшиеся в его памяти;
- внешние цены задаются окружающим данного ритейлера конкурентным окружением: рекламными сообщениями или ценами в других магазинах, или на другие товары в том же магазине.

Говоря о справочных ценах, особенно о внутренних справочных ценах, надо понимать, что покупатели необязательно помнят все цены. Они запоминают только некоторые из них, обычно на наиболее часто покупаемые товары [2].

Также необходимо отметить, что справочная цена – величина непостоянная, она все время изменяется в сознании потребителей и является уникальной для каждого уровня качества товара внутри продуктовой линии или категории. Однако справочная цена за продукт также находится под влиянием контекста внешней среды покупки. Например, цена, которую покупатель может заплатить за бутылку лимонада, отличается по уровню при ее покупке на футбольной игре, в ресторане, магазинчике при заправке, гостинице или на культурно-массовом мероприятии.

Клиенты выходят на рынок не только со справочной ценой. В их голове «сидит» также ценовой диапазон, определяемый двумя точками. Верхняя точка — это тот предел, за которым цена считается слишком высокой по сравнению с данной ценностью продукта, нижняя точка — предел, за которым качество товара ставится под подозрение.

В статье автор проводит собственное исследование для того, чтобы выявить, как действуют потребители в момент приобретения товаров. Было опрошено 150 человек в возрасте от 18 до 35 лет на тему покупки смартфонов (полученные результаты будут представлены в процентах). Почему именно смартфоны? Потому что смартфон стал неотъемлемой частью жизни почти каждого и люди уже не представляют своей жизни без данного устройства. Периодически в телефоне либо что-то ломается, либо просто устаревает модель, либо производитель выпускает новый продукт, который необходимо купить. Вот об этом будет идти речь в опросе: как потребители принимают решение о покупке и какую роль при этом будет играть цена.

В начале исследования был задан вопрос: что для Вас наиболее важно при выборе и покупке смартфона? Полученные результаты представлены на рисунке 1.

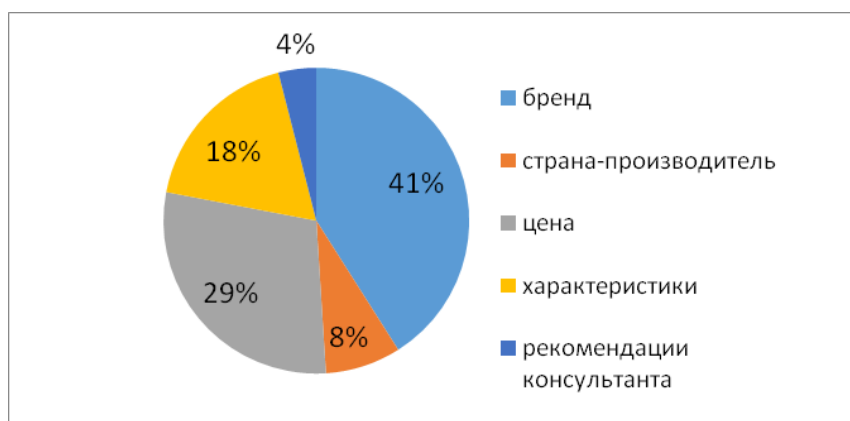


Рисунок 1 – Основные критерии выбора потребителем смартфонов

Согласно результатам, люди в первую очередь обращают внимание на бренд, а в последнюю – на рекомендации консультанта. Следует отметить, что цена также является одним из важнейших факторов в принятии решения о покупке.

Далее автор разделил респондентов на 2 группы: 18-25 лет и 26-35 лет и определил, что из этого является наиболее важным для каждой из этих групп. В результате были получены следующие данные: более половины респондентов (59%) в возрасте от 18 до 25 отметили, что бренд, т. е. то, что сейчас в моде, далее внимание обращается на цену (21%), затем на технические характеристики смартфона (10%) и остальные критерии (10%). Для группы людей в возрасте от 26 до 35 лет наиболее важным показателем является цена (37%), далее характеристики телефона (27%), затем бренд (23%) и 13% на остальные показатели.

Раз цена является для обеих групп значимым показателем, интересно узнать, что является справочной ценой при покупке смартфона. Были получены такие ответы (см. рис. 2):

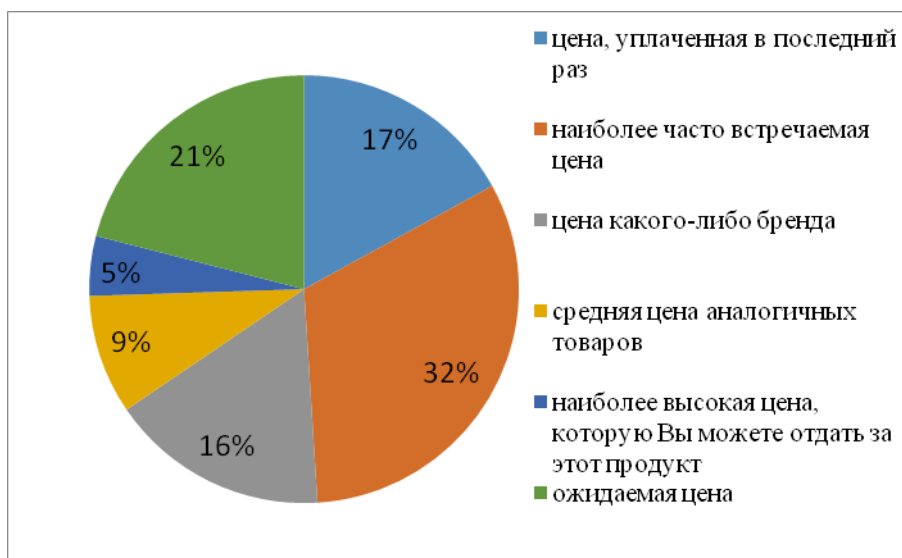


Рисунок 2 – Удельный вес ответов респондентов по определению справочной цены

Большинство (32 % опрошенных) ответили, что это та цена, которая довольно часто встречается, 21 % ответили, что справочная цена – это ожидаемая цена, почти одинаковый процент респондентов ответили, что это либо цена, уплаченная ими в последний раз при покупке, либо цена какого-либо известного бренда.

Затем автор предложил респондентам представить такую ситуацию. Вы купили телефон по приемлемой для Вас цене, а затем обнаружили этот же

смартфон по более низкой цене в другом магазине. Сталкивались ли Вы с такой ситуацией? Результаты заключительного этапа исследования оказались очевидными (см. рис. 3).

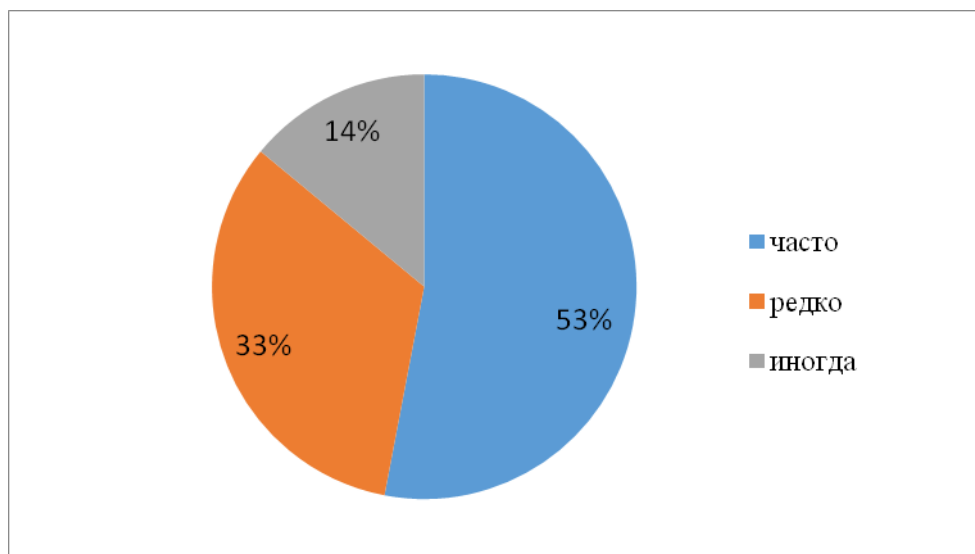


Рисунок 3 – Оценка потребителя ситуации после совершения покупки

По данным можно сделать вывод, что в огромном количестве магазинов практика проведения психологического ценообразования активно используется. Однако для потребителя, который купил товар в одном магазине и видит его в другом по более низкой цене, – это определённая психологическая травма. Автор предлагает несколько советов, которые помогут избежать данной ситуации. Во-первых, перед покупкой необходимо проанализировать цены в разных магазинах и выбрать наиболее оптимальную. Во-вторых, если все же покупка была совершена по более высокой цене, то лучше уже не смотреть цены на данный товар в другом магазине, чтобы лишний раз себя не расстраивать. И в следующий раз совершать покупки более рационально и продуманно.

В итоге можно сказать, что цена является важным фактором в принятии решения о покупке. Цены, составленные с учетом психологии, лучше воспринимаются покупателями и влияют на скорейшее совершение покупки.

Список цитированных источников

1. Психология ценообразования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elitarium.ru>. – Дата доступа: 03.04.2017.
2. Липсиц, И. Управление ценами в ритейле: современные подходы и методы, решение конкретных практических задач / И. Липсиц, О. Рязанова. – Москва: Эксмо, 2008.

УДК 657.1

Курашик Н.Н.

Научный руководитель: доцент Слапик Ю.Н.

ПРОБЛЕМА ФРОДА С БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТЬЮ И БУХГАЛТЕРСКИЙ КОМПЛАЕНС

Мошенничество – понятие абсолютно не новое. На протяжении многих веков совершенствовались разнообразные способы, придуманные человечеством с тем, чтобы получить противоправную имущественную выгоду себе или третьему лицу, путем обмана, хитрости, злоупотребления доверием, сокрытия правды.

В связи с большим разнообразием этих средств возникает необходимость предотвращения, обнаружения и исследования мошенничества (фрода) в организации, для того, чтобы обезопасить различные группы пользователей предоставляемой информации от принятия нецелесообразных решений.

Целью данной работы является определение направлений предотвращения или минимизации последствий мошеннического искажения бухгалтерской отчетности.

На данный момент существует множество определений понятия «фрод». В общем фрод представляется, как преднамеренные действия или бездействие лиц, с целью введения физического и/или юридического лица в заблуждение, что может привести к некоторой несанкционированной выгоде для физического лица или организации, или какой-либо другой стороны [1, с. 6].

В связи с быстрым развитием современных технологий разнообразие фрода как вида мошенничества с каждым годом все увеличивается. Однако чаще всего компании разделяют все виды фрода на четыре основные группы:

- ✓ неправомерное использование/присвоение имущества компании;
- ✓ злоупотребление должностным положением;
- ✓ фрод в сетях связи;
- ✓ искажение финансовой отчетности.

Злоупотребление должностным положением является разновидностью корпоративного мошенничества. Корпоративное мошенничество представляет собой преднамеренное действие лица или группы лиц, входящих в руководящий состав организации, или третьих сторон, для получения незаслуженного вознаграждения или незаконной выгоды. Корпоративное мошенничество может представлять собой мошенничество сотрудников или руководства. Данный сговор может быть как в пределах организации, так и вне ее, с участием третьих лиц.

Фрод в сетях связи представляет собой вид фрода, связанный с умышленной деятельностью лиц в сетях связи, по неправомерному получению услуг и использованию ресурсов оператора связи без надлежащей их оплаты, а также по неправомерному доступу к любой конфиденциальной информации, а также иные действия, направленные на причинение убытков и иного вреда оператору [1, с. 7].

Вопрос манипулирования финансовой отчетностью в последние годы приобретает все большую актуальность для бизнеса во всем мире, так как может оказать воздействие на принятые менеджментом и другими пользователями отчетности управленческие и инвестиционные решения.

К основным типам существенных искажений в учете и финансовой отчетности предприятия относятся непреднамеренные и преднамеренные искажения. Ошибка - непреднамеренное искажение финансовой информации.

Профессор Соколов считает, что преднамеренные искажения могут быть двух видов: вуалирование и фальсификация. О вуалировании идет речь, если в процессе трансформации отчетности в определенных целях требования нормативных документов выполняются. Если же «учетные приемы» выходят за рамки, допускаемые нормативными документами, то это уже фальсификация [2, с. 383-384].

Потенциально возможно искажение почти любого показателя финансовой отчетности. Согласно классификации Ассоциации сертифицированных экспертов по борьбе с мошенничеством, основными схемами искажения финансовой отчетности являются: завышение выручки; занижение расходов и, соот-

ветственно, увеличение операционной и чистой прибыли; некорректная оценка активов или обязательств; другие общеизвестные области для манипулирования [3, с. 146].

Завышение выручки может осуществляться посредством:

– использования агентских схем. Причем распространение получили схемы, при которых понесенные затраты не отражаются в бухгалтерском учете. Например, для того чтобы выполнить такую операцию, не выходя за рамки действующих бухгалтерских стандартов, фирмы стремятся отражать доходы в собственном бухгалтерском учете, а часть расходов производить за счет подконтрольных им компаний;

– отражения выручки от фиктивных продаж.

Занижение расходов и, следовательно, увеличение операционной и чистой прибыли возможно:

– при некорректной капитализации расходов за счет отображения их на балансе в качестве активов. Например, могут капитализироваться проценты по заемным средствам, привлеченным не для приобретения основных средств, а для покрытия оборотного капитала;

– при недостаточном отражении расходов (обязательств) или отражении в неверном периоде.

Некорректная оценка активов или обязательств может осуществляться за счет:

– изменения оценочных данных (сроков полезного использования);

– отражения активов, которые необходимо списать (неликвидных или просроченных товаров, просроченной дебиторской задолженности и т. д.).

Например, занижение актива и завышение обязательств позволяют искусственно уменьшить размер прибыли и, следовательно, понизить величину собственного капитала, и наоборот.

К **другим общеизвестным областям для манипулирования** относят:

– некорректное раскрытие информации об обязательствах;

– некорректное раскрытие информации о связанных сторонах;

– проведение и отражение сложных экономических операций с использованием:

○ компаний, основанных для специальных целей и находящихся под контролем данной организации;

○ «сомнительных» контрагентов.

– завышение обязательств во время позитивного развития или использование «сохраненного разрыва» в будущем для покрытия снижающейся выручки;

– сокрытие информации о событиях, произошедших после отчетной даты;

– манипулирование правилами бухгалтерского учета.

С целью раскрытия умышленных искажений на операционном уровне и на уровне формирования учетных данных наиболее эффективным является создание результативной системы внутреннего контроля и постоянный мониторинг операционной среды компании, то есть профилактика. А на уровне выявления наиболее действенным способом раскрытия махинаций с финансовой отчетностью является контроль так называемых аналитических симптомов событий, выходящих за рамки нормальной практики [4, с. 69].

С возникшими в результате профессиональной деформации неумышленными искажениями следует бороться посредством организации бухгалтерского комплаенса. Данный термин означает способность действовать в соответствии с инструкциями, правилами и специальными требованиями.

Применение в системе внутреннего контроля метода бухгалтерского комплаенса является многоуровневым, что подразумевает наличие трех уровней выполнения данного способа: собственники организации, орган управления организации, менеджмент. Механизм данного метода должен обеспечить ответственность менеджмента перед органами управления организацией, органа управления - перед владельцами, владельцев перед контролирующими органами, организации перед сотрудниками и контрагентами, а также обществом в целом. Использование этого способа должно быть акцентировано на том, чтобы все эти уровни выполняли свои функции по соблюдению нормативных, профессиональных и этических стандартов, с целью сведения к минимуму правовых и репутационных рисков при сохранении баланса интересов между ними.

В организациях бухгалтерский комплаенс может выполняться на двух уровнях: макро- и микроуровень.

Макроуровень представляет собой соответствие внешним бухгалтерским стандартам (национальным или международным), которые обязана выполнять организация в целом, и обнаружение фактов неоднозначности, сложности, нерациональности и невозможности их использования на уровне органов государственного регулирования бухгалтерского учета.

Микроуровень рассматривает соответствие требованиям системы внутреннего контроля, которые устанавливаются с целью обеспечения выполнения внешних требований (бухгалтерских стандартов) и обнаружение фактов неоднозначности, сложности, нерациональности и невозможности их использования на уровне органов управления организаций или специалистами, занимающимися внутренним контролем.

Основной проблемой бухгалтерского комплаенса на микроуровне является обеспечение создания в компании системы внутреннего контроля, которая правильно измеряет и управляет рисками, с которыми компания сталкивается при применении норм бухгалтерского законодательства.

Следовательно, бухгалтерский комплаенс, рассматриваемый с точки зрения предотвращения искажения показателей бухгалтерской отчетности, представляет собой процесс управления рисками искажения финансовой отчетности из-за появления конфликтов профессиональных суждений в сфере применения положений нормативных документов по бухгалтерскому учету [4, с. 70].

Методика бухгалтерского комплаенса подразумевает реализацию тех действий, которые предусмотрены самой системой внутреннего контроля компании.

Первый этап предполагает осуществление анализа действующей в организации контрольной среды и контрольных процедур по бизнес-процессам организации:

- анализ бизнес-процессов;
- оценка действующих контрольных процедур;
- оценка процедур обеспечения соблюдения организацией требований нормативно-правовых актов;
- обнаружение рисков.

Второй этап предполагает документирование бизнес-процессов, процедур и механизмов контроля. Он включает:

- документирование бизнес-процессов;
- введение прозрачной схемы компании управления бизнес-процессами;
- взаимодействие структурных подразделений на базе утвержденных единых стандартов, правил и способов;
- отслеживание процедур контроля.

Достоинства наличия комплаенс-контроля состоят в том, что грамотный комплаенс-контроль способен формировать добавленную стоимость. Выстроенный контроль в области комплаенс – это в свою очередь лояльность покупателей, заинтересованность и доверие акционеров, доверие общества в целом. При выходе на мировые рынки капитала наличие комплаенс-функции в компании рассматривается в положительном ключе как международными регуляторами и инвестиционными финансовыми компаниями, так и институциональными инвесторами. Для потенциальных инвесторов эффективно функционирующий комплаенс-контроль безусловно увеличивает уровень инвестиционной привлекательности и благонадежности компании. Более того, действующее законодательство многих европейских государств неукоснительно требует от зарубежных партнеров наличия эффективно функционирующего комплаенс-подразделения в структуре компании.

Список цитированных источников

1. Костров, Д.Г. Фрод – реальность современного бизнеса / Д.Г. Костров // Information Security/ Информационная безопасность. – 2010. – № 5. – С. 6-7.
2. Соколов, Я.В. Основы теории бухгалтерского учета. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 462 с.
3. Сардарова, Б.М. Манипулирование финансовой отчетностью — схемы и симптомы, способы выявления /Б.М. Сардарова // ЭТАП. - 2009. - № 1. - С.142-156.
4. Михеев, М.В. Бухгалтерский комплаенс как метод предотвращения искажений в бухгалтерской отчетности строительных организаций / М.В. Михеев // Аудит и финансовый анализ. – 2013. - № 2. – С. 69-73.

УДК 657.6

Курашик Н.Н.

Научный руководитель: доцент Слапик Ю.Н.

АУДИТОРСКИЕ ПРОЦЕДУРЫ ВЫЯВЛЕНИЯ УМЫШЛЕННОГО ИСКАЖЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Финансовая отчетность компании представляет собой главный информационный канал взаимодействия бизнеса и общества. В условиях неустойчивого экономического развития, кризисного состояния экономики значительно увеличивается рискованность ведения хозяйственной деятельности экономическими субъектами. В сложившихся условиях у пользователей финансовой отчетности появляются значительные риски принятия экономических решений на основе недостоверной отчетности, которая будет преднамеренно искажена.

Необходимость в выявлении мошенничества в финансовой отчетности в последнее время все более увеличивается вследствие увеличения числа компаний, привлекающих капитал через публичные размещения своих ценных бумаг, а также при сокращении налогов на прибыль. Кроме того, растет необходимость в получении на основании отчетных данных информации о вероятном банкротстве организации. Умышленное искажение отчетных характеристик формирует опасность для объективности принимаемых на основе данной финансовой отчетности решений.

Искаженная финансовая отчетность и другая учетно-экономическая информация может быть результатом ошибок и/или мошенничества. Искажения, имеющие место в финансовой отчетности, классифицируют по следующим признакам:

- а) существенные искажения;

- b) несущественные искажения;
- c) искажения, совершенные умышленно;
- d) искажения, совершенные неумышленно.

Согласно Международному стандарту аудита 450 «Оценка искажений, выявленных в ходе аудита» [1], искажения могут возникать вследствие:

- a) неточности в сборе или обработке данных, на основе которых готовится финансовая отчетность;
- б) пропуска в суммах или раскрытии информации;
- в) неправильной учетной оценки из-за игнорирования или явного неправильного трактования фактов;
- г) суждения управленческого персонала в отношении учетных оценок, которые аудитор считает неприемлемыми, или выбор и применение учетной политики, которую аудитор считает неприемлемой.

К основным типам существенных искажений в учете и бухгалтерской отчетности компании относятся ошибка и мошенничество (которое включает манипуляцию; фальсификацию; неверное отражение; необычные операции).

Отличие между мошенничеством и ошибкой состоит в том, что аудитору необходимо удостовериться, преднамеренно либо случайно выполнено действие, которое приводит к искажению.

Ошибка - непреднамеренное искажение экономических данных в следствии арифметических или логических ошибок в учетных записях и расчетах, упущения в соблюдении полноты учета, неверного отображения в учете фактов хозяйственной деятельности, наличия состава имущества, требований и обязательств, несоответствующее отражениям записей в учете [2].

Манипулированием бухгалтерской отчетностью является намеренное использование ошибочных (некорректных) бухгалтерских проводок либо сторнированных записей с целью искажения сведений учета и отчетности [2].

Фальсификация бухгалтерской отчетности представляет собой умышленное искажение либо упущение величин или раскрытий информации в бухгалтерской отчетности с целью обмана или введения в заблуждение внутренних и внешних пользователей [2].

Фальсификация финансовой отчетности – это сложная проблема бухгалтерского учета, которой подвергаются даже компании стран с развитой рыночной экономикой. Можно отметить следующие характерные особенности, присущие фальсификации:

- фальсификация финансовой отчетности, как и любое мошенничество, – это предумышленное действие по обману другого человека;
- фальсификация финансовой отчетности наносит пользователям отчетности определенный ущерб;
- фальсификация финансовой отчетности – чаще всего действие или бездействие, суть которого заключается или в применении бухгалтерских стандартов формально, а не по существу, или в уклонении от применения бухгалтерских стандартов при подготовке финансовой отчетности.

«Приукрашивание» (или «вуалирование») отдельных показателей для внешнего пользователя без влияния на общий результат – один из видов манипулирования финансовой отчетностью. Вуалирование – это недостоверное отражение информации в финансовой отчетности в основном в пределах методологии бухгалтерского учета. Вуалирование в бухгалтерском балансе и других формах отчетности не всегда является умышленным. Зачастую это происходит в силу незнания соответствующих методических положений бух-

галтерского учета и правил составления бухгалтерской отчетности или в связи с преобладанием требований налогового законодательства [3].

Неправильное отображение записей в регистрах учета – непреднамеренное или преднамеренное отражение экономической информации в системе счетов в неполном объеме, в оценке, которая отличается от принятых норм [3].

Необычные операции – сделки и хозяйственные операции, платежи, которые по усмотрению аудитора лишние, неуместные или чрезмерные при определенных обстоятельствах.

Рассматривая процесс выявления недобросовестных действий в отношении бухгалтерской отчетности, можно выделить следующие основные стадии: установление цели; наблюдение фактов хозяйственной жизни и сбор доказательств; оценка собранных доказательств.

Первая стадия заключается в определении критериев, относительно которых будет осуществляться сбор фактов недобросовестного составления финансовой отчетности руководством экономического субъекта. Исходя из определения понятия «недобросовестное составление финансовой отчетности», данного в международных стандартах аудита, довольно сложно распознать недобросовестные действия руководства в отношении составления финансовой отчетности, цель этих действий и установить критерии доказывания, поэтому на предприятии необходимо определить алгоритмы, которые позволят установить недобросовестность составления финансовой отчетности.

Недобросовестное составление финансовой отчетности, во-первых, представляет собой процесс, который ведет к включению руководством экономического субъекта в нее недостоверных показателей состояния доходов и расходов, активов, обязательств, капитала и другой раскрываемой в финансовой отчетности информации. Во-вторых, подразумевает недобросовестные действия руководства в отношении отчетности, которые представляются в виде манипулирования этой отчетностью, выражающейся в воздействии на решения, принимаемые пользователями финансовой отчетности путем предоставления ложной информации в финансовой отчетности с целью извлечения им незаконных выгод. В-третьих, может являться результатом намеренно неправильного применения принципов бухгалтерского учета [4].

В ходе недобросовестного составления финансовой отчетности руководство экономического субъекта может преследовать различные, но основной является извлечение незаконных выгод. Так руководство стремится к извлечению:

1. Личной выгоды и (или) выгоды для третьих лиц против интересов собственников;
2. Выгоды для третьих лиц против интересов собственников;
3. Выгоды для собственников против интересов государственных органов, налоговых органов, инвесторов, кредитных учреждений или прочих сторонних лиц.

Таким образом, сбор в ходе проверки фактов недобросовестного составления финансовой отчетности означает доказательство того, что действия руководства экономического субъекта, которые привели к существенному искажению финансовой отчетности, носят преднамеренный характер, а именно имеют своей целью извлечение руководством незаконных выгод путем искажения финансовой отчетности; направлены против интересов собственников, государственных органов, налоговых органов, инвесторов, кредитных учреждений или прочих сторонних лиц.

На второй стадии происходит оценивание степени подверженности финансовой отчетности искажениям в результате недобросовестных действий руководства и сбор аудитором доказательств недобросовестного составления финансовой отчетности. Оценить степень подверженности отчетности искажениям в результате недобросовестных действий можно в процессе ознакомления аудитора с деятельностью экономического субъекта и средой его функционирования, а также оценки системы внутреннего контроля. В ходе таких процедур производится выявление и оценка факторов риска недобросовестных действий, а также осуществляется тестирование процесса составления и представления финансовой отчетности на факт выявления и регистрации признаков недобросовестных действий. При выявлении признаков недобросовестных действий руководства при составлении финансовой отчетности производится сбор аудитором доказательств, то есть установление того, свидетельствуют ли эти признаки о факте недобросовестного составления отчетности или они вызваны только непредумышленной ошибкой или другими факторами. Основными обстоятельствами, свидетельствующими о преднамеренности искажения финансовой отчетности, являются:

- экономическая нецелесообразность сделок с точки зрения цели и характера деятельности экономического субъекта, означающая их совершение в целях получения руководством личной выгоды;

- учет хозяйственных операций не в соответствии с их действительным экономическим смыслом;

- невозможность реального осуществления экономического субъекта хозяйственных операций в силу временного фактора или отсутствия других условий;

- совершение экономического субъекта операций с недобросовестными контрагентами, то есть действия без должной осмотрительности и осторожности.

Оценки аудитора также могут быть подкреплены доказательствами, полученными в результате процедур оценки риска средств контроля, если они свидетельствуют, например, о высокой вероятности обхода руководством установленных средств контроля, особенно в отношении процесса подготовки и предоставления финансовой отчетности.

На третьей стадии производится исследование и оценка собранных доказательств в отношении недобросовестного составления финансовой отчетности. Надлежащий характер и достаточность аудиторских доказательств умышленных действий относительно финансовой отчетности в целом определяются адекватностью аудиторских процедур (процедур оценки рисков, тестов средств контроля, процедур проверки по существу).

Следовательно, в ходе выявления недобросовестных действий руководства экономического субъекта относительно финансовой отчетности необходимо выяснить, что те действия, которые привели к существенному искажению финансовой отчетности, носят преднамеренный характер, направлены против интересов собственников, государственных органов, налоговых органов, инвесторов, кредитных учреждений или прочих сторонних организаций и лиц. Произвести оценку степени подверженности отчетности искажениям в результате недобросовестных действий руководства экономического субъекта и собрать аудиторские доказательства недобросовестного составления финансовой отчетности. Исследовать, произвести анализ и оценку собранных доказательств в отношении недобросовестного составления финансовой отчетности.

Список цитированных источников

1. Международный стандарт аудита 450 «Оценка искажений, выявленных в ходе аудита».
2. Заббарова, О.А. Бухгалтерская (финансовая) отчетность организации / О.А. Заббарова. – М.: Эксмо, 2009.
3. Полисюк, Г.Б. Бухгалтерская (финансовая) отчетность: проблемы выявления искажения информации / Г.Б. Полисюк, Л.М. Корчагина // Экономический анализ: теория и практика. – 2012. - 46 (301).
4. Бычкова, С.М. Выявление искажений бухгалтерской отчетности / С.М. Бычкова, Е.Ю. Итыгилова // Бухгалтерский учет. – № 14-15. – 2009.

УДК 368.036.1

Курович А.Н.

Научный руководитель: доцент Потапова Н.В.

ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ДОСТОВЕРНОСТИ И СУЩЕСТВЕННОСТИ ИНФОРМАЦИИ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ

Актуальными вопросами в условиях нестабильной среды функционирования являются достоверность учёта и отчётности, анализ причин несоответствия этой отчётности и реальной картины экономического субъекта, а также контроль эффективности финансово-хозяйственной деятельности.

Достоверность бухгалтерской отчетности – важнейшая качественная характеристика бухгалтерской отчетности, при достижении которой представление и раскрытие информации в ней позволяет пользователю такой отчетности делать выводы о финансовом положении компании, финансовых результатах ее деятельности и изменениях в финансовом положении и принимать основанные на этих выводах экономические решения.

Мнение аудитора о достоверности бухгалтерской отчетности выражает оценку аудитором соответствия этой отчетности во всех существенных аспектах принятым национальным (международным) стандартам ведения бухгалтерского учета и подготовки бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Аудитору необходимо рассмотреть возможность искажений в отношении сравнительно небольших величин, которые в совокупности могут оказать существенное влияние на бухгалтерскую отчетность. Например, ошибка в процедуре, проводимой в конце месяца, может указывать на возможное существенное искажение, которое возникнет в том случае, если такая ошибка будет повторяться каждый месяц.

К проблемам оценки достоверности и существенности в бухгалтерском учёте относятся:

1. Субъективное мнение аудитора о критериях существенности - Корректное представление учетных данных зависит от компетенции бухгалтера. Непрофессиональные бухгалтерские суждения и, как следствие, некорректное отношение к существенности увеличивают риск формирования и представления недостоверных учетных данных в финансовой отчетности. На бухгалтера возлагается ответственность за профессиональное отношение к определению границы существенности информации. Такая свобода субъективности, предоставленная отдельному бухгалтеру, может приводить к недоразумениям.

2. Некачественный внутренний контроль – насколько бухгалтерская отчётность является достоверной, во многом зависит от внутренних контролей, ко-

торыми сопровождается процесс учёта и составления отчётности. Эффективное привлечение капитала зависит от достоверности бухгалтерской отчётности компании. Достоверность бухгалтерской отчётности, в свою очередь, зависит от эффективности внутренней системы контроля над процессом подготовки бухгалтерской отчётности. Разработка и внедрение контролей может быть сложным процессом, требующим времени и внимания менеджмента компании.

3. Неполное отражение хозяйственных операций в учёте – на практике бухгалтерская отчетность не всегда является достоверной. Более того, жесткие условия бизнеса диктуют свои правила, при которых многим компаниям трудно остаться на плаву, используя только «белую» отчетность. Поэтому на сегодня повышение достоверности данных отчетности является ключевой задачей реформирования системы учета.

4. Нет единой методологии определения существенности – неточности в бухгалтерской отчетности могут возникнуть по разным причинам, например, из-за математической ошибки, неправильного применения стандарта отчетности либо по причине намеренного искажения или мошенничества. Система внутреннего контроля над финансовой отчетностью должна решать данные проблемы.

В практике аудита достоверной считают ту бухгалтерскую отчетность, которая не содержит существенных искажений и которая соответствует предпосылкам подготовки показателей бухгалтерской отчетности. Существование, возникновение, полнота, точность, оценка, права и обязательства, представление и раскрытие, в отношении которых аудитор проводит в ходе аудита аудиторские процедуры.

Информация об отдельных активах, обязательствах, доходах, расходах и хозяйственных операциях, а также составляющих капитала считается существенной, если ее пропуск или искажение может повлиять на экономические решения пользователей, принятые на основе бухгалтерской отчетности. Существенность зависит от величины показателя бухгалтерской отчетности и (или) ошибки, оцениваемых в случае их отсутствия или искажения. Существенность нарушений и отклонений, допущенных клиентом, является для аудитора критерием того, может ли он подтвердить достоверность бухгалтерской отчетности проверяемой организации.

Соблюдение принципа существенности означает, что факты хозяйственной деятельности должны быть зарегистрированы только в том объеме, который позволяет оказывать управленческое воздействие на хозяйственные процессы и принятие экономических решений. Следовательно, учетные данные будут являться не абсолютно точными, а относительно точными. При этом пользователи не будут введены в заблуждение по поводу интересующей их информации.

Таким образом, можно сделать вывод, что существенность не предполагает обязанности аудитора проверить бухгалтерскую отчетность организации и дать заключение о ее достоверности с точностью до единицы измерения, в которой эта отчетность составлена:

существенность – это параметр возможного изменения информации, способного повлиять на мнение ее компетентного пользователя;

существенность не может выражаться в постоянно существующей абсолютной цифре;

в каждом конкретном случае, для каждой организации существенность может быть различной;

критерием оценки существенности может быть лишь то предельное значение возможной ошибки в бухгалтерской отчетности, которая может изменить ее до состояния, не позволяющего квалифицированному пользователю сделать на ее основе правильные выводы и принять экономически обоснованные решения.

Без соблюдения принципа существенности информация может потерять свою экономичность и рациональность.

В наиболее общем случае уровень существенности определяется по базовым показателям бухгалтерской отчетности (дедуктивным способом), согласно которому аудиторы, прежде всего, рассматривают финансовые отчеты в целом, а затем, на основании этого, планируют проверку каждого счёта.

Некоторые аудиторы предпочитают, количественно определяя существенность, использовать индуктивный подход, при котором определяют планируемую границу существенности ошибки отчётности, как суммарное значение границ существенности, установленных к значимым статьям бухгалтерского баланса.

Недостатком дедуктивного подхода является стандартный уровень существенности в процентах к статьям бухгалтерского баланса, что не позволяет учитывать риски системы внутреннего контроля, значение которых, на разных участках учёта может колебаться.

Бухгалтерская отчетность играет важнейшую роль при принятии различных управленческих решений, является официальным доступным источником информации о финансовом состоянии компании для различных групп пользователей. Этот факт также подчеркивается в МСФО, в котором говорится, что «финансовая отчетность — это отчетность, предназначенная для удовлетворения потребностей тех пользователей, которые не имеют возможности получить отчетность, подготовленную специально для удовлетворения их особых информационных нужд».

Бухгалтерский баланс широко используется для оценки имущественного положения и платежеспособности предприятия. Для получения объективных результатов такого анализа необходимо оценить и устранить влияние искажений его отдельных статей. Можно выделить наиболее подверженные ошибкам такие статьи баланса, как нематериальные активы, финансовые вложения, расходы будущих периодов, задолженность по кредитам.

Для лучшего понимания существенности требуется рассмотреть классификацию искажений бухгалтерской отчётности. По степени влияния на достоверность отчетности искажения выделяют существенные и несущественные. Ошибку можно признать существенной, если она в отдельности или в совокупности с другими ошибками за один и тот же отчетный период может повлиять на экономические решения пользователей финансовой отчетности.

Несущественной признается ошибка, не влияющая на финансовое состояние и финансовые результаты деятельности организации и на принимаемые пользователями управленческие решения. При этом существенность ошибки организация определяет самостоятельно, исходя как из величины, так и характера соответствующей статьи бухгалтерской отчетности.

Аудитор, в свою очередь, устанавливает приемлемый уровень существенности с целью выявления существенных (с количественной точки зрения) искажений. Можно представить следующим образом: если факт нарушения может повлечь за собой уголовную ответственность или если штрафы и пени приведут к финансовым или иным трудностям для объекта проверки, то такое нарушение следует отнести к категории существенных.

Наиболее важным, на мой взгляд, остаётся требование достоверности. Достоверность – залог того, что на основе данных бухгалтерской отчётности будут приниматься экономические решения.

Чтобы отчётность была достоверной и обеспечивала получение реальных показателей для оценки деятельности предприятия, она должна удовлетворять ряду требований:

- отражать полноту в учёте всех хозяйственных операций;
- иметь ясность и гласность;
- основываться на единой методологии;
- своевременно предоставляться соответствующим органам;
- составлять по единым формам бухгалтерской отчётности, установленным для всех организаций данной отрасли;
- обрабатываться при помощи средств автоматизации и механизации.

С данной целью мною разработаны предложения по формализации процесса контроля достоверности бухгалтерской информации в оперативном режиме и в рамках аудиторской проверки. Для этого предложено проводить проверку существенности бухгалтерской информации по дедуктивному способу, а затем для получения достоверных выводов индуктивным способом по методике основанной на взаимосвязи уровня существенности и аудиторского риска. Проводить проверки по индуктивному и дедуктивному способу с разграничением ответственности, чтобы ни один человек не имел контроля над целым процессом. Сговор между двумя людьми менее вероятен, чем неправомерные действия отдельного человека. Разграничение ответственности также основано на меньшей вероятности того, что два человека допустят одинаковую ошибку в отношении учета операций. Так же предлагаю разработать в 1с систему, которая автоматически будет проверять уровень существенности, что уменьшит количество математических ошибок тем самым увеличит уровень достоверности отчётности.

Для того чтобы пользователь бухгалтерской отчётности имел достоверную информацию о деятельности субъектов хозяйствования, на мой взгляд, необходимо:

- проводить работу по совершенствованию национальных стандартов бухгалтерского учёта
- разработать эффективную методику проведения аудиторских проверок бухгалтерской отчётности
- применять систему внутреннего контроля, включающую в себя проведение периодической инвентаризации, анализ показателей отчётности, тестирование бухгалтерских записей, самоконтроль при составлении отчётов.
- обеспечить внеплановую инвентаризацию наряду с плановой.

УДК 338.47

Кучко К.В.

Научный руководитель: старший преподаватель Вакулич Н.А.

КОНЦЕПЦИЯ VMI - УПРАВЛЯЕМЫЕ ПОСТАВЩИКОМ ЗАПАСЫ

В процессе развития бизнеса и логистики снабженческая деятельность претерпела существенные изменения. Планирование потребности в сырье, система современного производства, новый акцент на качество и производительность потребовали пересмотра традиционных концепций закупок. Разви-

тие новых областей экономики и всё более разнообразное предложение товаров на рынках усложнили функции сферы закупок материальных ресурсов.

Значительную часть потребительской ценности, создаваемой в цепи поставок, на сегодняшний день обеспечивают поставщики. В настоящее время компании тратят в среднем примерно 60% своих доходов на закупку необходимых товаров и услуг. Снижение их стоимости, в конечном счете, приведет к существенному повышению рентабельности предприятия.

На ранних стадиях развития рынка от функции снабжения требовалось только одно – постоянное наличие необходимых ресурсов. Позднее появилось требование обеспечить закупку по минимальной цене. В настоящее время процесс выбора поставщика следует рассматривать как совокупность стоимостных и качественных параметров, оказываемых поставщиками услуг. Налаживание стратегических связей с поставщиками в конечном итоге сможет улучшить обслуживание клиентов и тем самым увеличить доходы компании.

С учетом высокой степени влияния уровня производственных запасов на образование и использование дохода предприятия и современных экономических условиях, основное внимание уделяется периодичности и надёжности поступления партий продукции от поставщиков, определяющих необходимый уровень производственных запасов. Это во многом зависит от обоснованного выбора хозяйственных связей, становящегося неотъемлемым элементом планирования закупок, основанного на логистических принципах.

Традиционно существует практика, при которой заказчики размещают заказы у поставщиков. Несмотря на то, что данный процесс является весьма типичным для снабжения, ему присуща низкая эффективность. Поставщику приходится делать весьма большие страховые запасы в связи с отсутствием предварительной информации о заказах. Также поставщик зачастую сталкивается с явлением непредвиденного колебания спроса на товар, которое приводит к изменению потребляемого ассортимента, графиков доставки продукции и, в результате, к дополнительным логистическим издержкам. Окончательным результатом такой ситуации является ухудшение обслуживания потребителей и неизбежное повышение уровня цен [1].

В связи с этим на современном этапе развития бизнеса и логистики появился альтернативный подход к управлению запасами у потребителя. Он, вместо того, чтобы оформлять заказы на закупку, просто обменивается информацией с поставщиком. Эта информация затрагивает вопросы фактически существующего спроса или продаж продукции, наличие соответствующих запасов у поставщика, осуществление любой маркетинговой деятельности потребителя. На основе данной информации поставщик берет на себя ответственность за пополнение материальных запасов потребителя. Система с приемом заказов трансформируется в новую систему, когда потребителям выдается информация о низших и высших пределах запасов, которые им разрешается иметь в наличии. Поставщик же несёт ответственность за поддержание необходимого количества запасов у потребителя.

Данная логистическая концепция управления пополнением запасов получила название VMI (Vendor Managed Inventory). В ходе её применения происходит тесное сотрудничество между заказчиком и поставщиком, а процедура управления запасами становится совместной. Для потребителя в данном случае выгодно, что уровень запасов может быть значительно уменьшен, в то время как риск дефицита снижается. Преимущества для поставщика заключаются в получении доступа к информации о реальном спросе, благодаря которой появляется возможность точнее планировать график производства [2].

Согласно концепции VMI, поставщик получает электронные данные по системам связи и информации EDI (Electronic Data Interchange), которые отражают объёмы продаж заказчика и его уровня запасов. Поставщик может видеть всю картину по остаткам по всей номенклатуре, а также реальную картину о спросе конечных потребителей. Производитель несёт ответственность за планирование и выполнение планов по уровню запасов. Поставщик же осуществляет расчет необходимых запасов для поставки заказчику.

В настоящее время концепция VMI реализуется в основном на двух уровнях:

1) дистрибьютор управляет запасами производителя. При этом производитель владеет товарно-материальными запасами (ТМЗ) несмотря на то, что заказ на пополнение осуществляется производителем;

2) производитель управляет уровнем запасов на складах дистрибьютора. Таким образом он владеет ТМЗ несмотря на то, что заказ на пополнение осуществляется производителем.

Концепция VMI основана на убеждении в том, что производитель занимает лучшие позиции для управления ТМЗ, так как имеет больше информации относительно производственных возможностей и сроков. Кроме того, передача производителю функции управления ТМЗ дистрибьютора сокращает логистическую цепочку, увеличивая прозрачность поставок и уменьшая общий уровень запасов. Для управления поставками в соответствии с VMI-подходом производителю на регулярной основе требуются данные по продажам, передаваемые дистрибьютором посредством EDI, другим электронным способом, либо через традиционных агентов. На основании полученных данных производитель видит актуальную картину по остаткам продукции на складах дистрибьютора, динамике спроса конечных потребителей и рассчитывает объем заказа для отгрузки дистрибьютору [2].

Представим далее основные и необходимые условия реализации концепции.

– Высокая компетентность поставщика.

– Вложенные серьезные инвестиции в налаживание процесса обмена информацией.

– Подтвержденное согласие заказчика с нормами запасов, предлагаемых поставщиком.

– Согласованная частота пополнения запасов обеих сторон.

– Проверенная корректность данных, предоставленных по системе EDI.

– Предоставленные данные являются отражением реальной картины спроса.

Следует учесть, что данная схема наиболее оптимально функционирует в рамках одной организации, когда поставщики являются дочерними компаниями. В остальных случаях зачастую возникают проблемы. Поэтому наиболее целесообразно создавать совместные предприятия либо кластеры с поставщиками для более свободного обмена информацией и повышения контроля.

Также целесообразно проводить совместные проекты с поставщиками и обмениваться передовой практикой.

Рассмотрим возможность применения концепции VMI на примере взаимодействия компаний в области реализации товаров повседневного спроса (рисунки 1).

Данная категория товаров характеризуется следующими чертами:

– высокая частота обновления ассортимента;

– большое число розничных точек продаж;

– сильная конкуренция; сезонность продаж;

– невысокая цена.

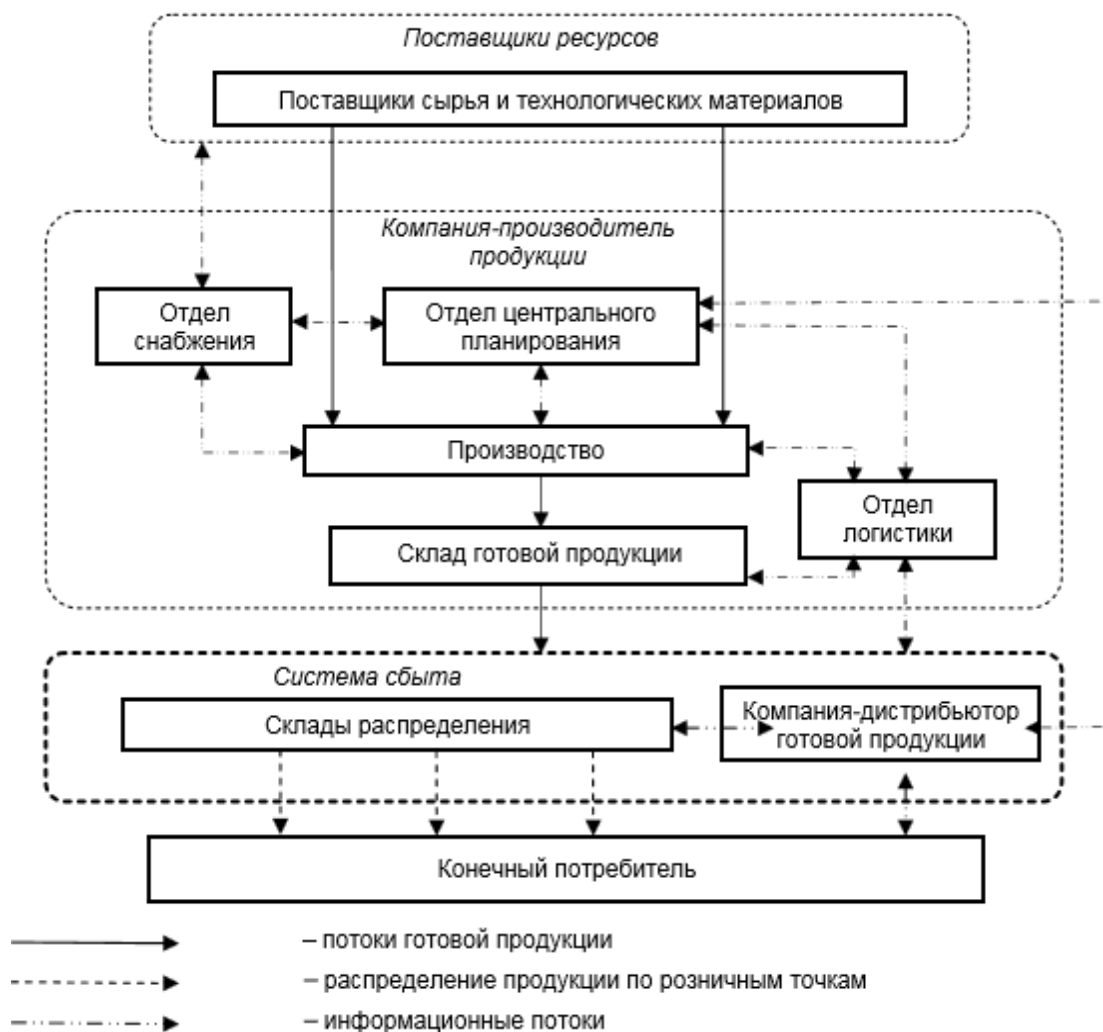


Рисунок 1 – Модель цепи поставок в рамках концепции VMI

Получить конкурентные преимущества в этих условиях возможно за счет снижения потребительской стоимости, ускорения реакции на изменение картины спроса, а также за счет хорошо налаженной сети сбыта. Этого можно достичь за счет совершенствования взаимодействия производителя и дистрибьютора в области обмена информацией по процедуре пополнения запасов.

Реализуя данный подход, дистрибьютор по каналу EDI предоставляет стратегическую информацию о потребительском спросе и планы по продажам в отдел центрального планирования предприятия-производителя, которое будет являться поставщиком в данной схеме. Исходя из полученной информации, отделом планирования формируются производственные графики и расписания. График производства рассчитывается таким образом, чтобы минимизировать уровень запасов на собственных складах, экономя тем самым оборотные средства. Отдел логистики предприятия-производителя координирует отгрузку, транспортировку и пополнение запасов готовой продукции на складах распределения дистрибьютора. Склады распределения могут быть в собственности дистрибьютора, либо предоставляться сторонними фирмами (3-PL провайдерами). Товарный запас может предоставляться на условиях покупки дистрибьютором, либо на условиях ответственного хранения, когда расчеты производятся только после реализации продукции конечному потребителю.

Благодаря постоянному электронному обмену информацией между производителем и дистрибьютором:

- 1) значительно сокращается время на подготовку заказа;
- 2) повышается надежность доставки;
- 3) запасы на складах дистрибьютора регулируются самим производителем;
- 4) пропадает необходимость в больших страховых запасах;
- 5) сокращаются затраты на закупку и управление запасами;
- 6) появляется возможность более точно прогнозировать спрос;
- 7) оптимально выстраивать графики производства;
- 8) наблюдать потенциальную потребность дистрибьютора еще до того, как заказ сделан;
- 9) производитель способен повысить отпускную цену за счет повышения рентабельности предприятия-дистрибьютора [3].

Таким образом, в результате совместного планирования и постоянного обмена информацией налаживаются долгосрочные стратегические связи между компаниями, а дистрибьютор и производитель начинают действовать как единая команда.

Данную схему можно расширить за счет налаживания отношений в рамках концепции VMI между производителем и поставщиками сырья и технологических материалов. Поставщики должны будут обеспечивать пополнение запасов необходимых материалов, ориентируясь на информацию, предоставленную отделом снабжения и отделом логистики предприятия-производителя. Данная информация, в свою очередь, будет являться отражением тех данных, которые предоставил дистрибьютор. Таким образом, все участники данной цепи в конечном итоге будут заинтересованы в повышении качества обслуживания конечного потребителя. Весь поток – от создания до реализации – становится полностью скоординированным, позволяя предприятиям, участвующим в данной цепи, оптимизировать свои внутренние процессы и функционировать наиболее эффективно. Компании, участвующие в данном процессе, образуют мощнейший механизм, в котором достоверность предоставляемых данных и скорость обмена информацией будут играть ключевую роль [2].

К сожалению, на белорусском рынке концепция VMI используется весьма ограниченно. В основном она находит применение в компаниях с иностранным капиталом. Причиной тому является недоверие со стороны российских компаний и нежелание делиться стратегической информацией о своем бизнесе. Тем не менее, концепция VMI имеет большой потенциал. Для успешного ее внедрения на белорусском рынке отечественным компаниям необходимо изменить тактику взаимодействия с поставщиками в области обмена информацией, а также осознать необходимость применения комплексного подхода к их выбору. Необходимо в полной мере оценить преимущества долгосрочного партнерства с проверенным и надежным поставщиком, что возможно только за счет установления доверительных отношений.

С развитием экономических отношений в Беларуси, как и во всех странах с развитой экономикой, будет приобретать все большее значение получение прибыли за счет снижения издержек производства, а также снижения риска получения прибыли, то есть должно возрастать число устойчивых деловых связей между партнерами, основанных на логистических принципах.

Повышение способности логистики снабжения наилучшим образом реаги-

ровать на все более жесткие требования конкуренции представляет собой один из важнейших способов обеспечения долгосрочных отношений между потребителем и поставщиком. Это обстоятельство особенно отчетливо просматривается в сферах перемещения товаров и послепродажного обслуживания, где качество услуги способствует обеспечению постоянных контактов с потребителями и росту доходов предприятия. Одной из важнейших задач, решаемых логистикой снабжения, при этом становится организация таких логистических связей между поставщиками и потребителями продукции, которые приводят к рационализации транспортных процессов и выбору правильных форм и методов закупок, а также установлению и укреплению взаимовыгодных партнерских отношений с поставщиками.

В целом концепцию VMI следует рассматривать как один из мощнейших инструментов управления цепями поставок при взаимодействии с поставщиками, однако важно правильно определить области ее применения, а также возможности и опасности, которые возникают при ее внедрении.

Список цитированных источников

1. Логистика: учеб. / В.В. Дыбская, Е.И. Зайцев, В.И. Сергеев, А.Н. Стерлигова; под ред. В.И. Сергеева. М.: Эксмо, 2009. – 944 с. (Полный курс MBA).
2. VMI (Vendor Managed Inventory) – запасы, управляемые поставщиком [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bsc-consulting.ru/company/analytics/vmi>. – Дата доступа: 21.04.2017.
3. Эффективное управление запасами / Джон Шрайбфедер; пер. с англ. 2-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 304 с.

УДК 657.1

Кушнерук Ю.В.

Научный руководитель: доцент Слапик Ю.Н.

КРЕАТИВНЫЙ УЧЁТ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА УЧЁТНУЮ ПОЛИТИКУ ОРГАНИЗАЦИИ

Информация о деятельности компании, которую пользователи получают из бухгалтерской отчетности, играет важную роль при принятии решений, касающихся эффективного управления и делового сотрудничества.

Различные категории пользователей заинтересованы в использовании разных моделей составления бухгалтерской отчетности, которые позволяют представить деятельность организации по-разному. В связи с этим возникает конфликт интересов при формировании данных отчетности, и встает вопрос об их приоритетах. Возможность манипулирования учетной политикой в целях «вуалирования» бухгалтерской отчетности для достижения интересов отдельных групп пользователей привело к возникновению в учетной практике понятия креативного учета [1].

Креативный учет включает в себя подготовку недостоверной финансовой отчетности и намеренное искажение или опущение существенных сумм или раскрытия информации с целью ввести в заблуждение пользователей финансовой отчетности, оказания активного влияния на показатели с целью представления финансовой отчетности в желаемом свете [2].

Четкая и всеобъемлющая регламентация бухгалтерского учета могла бы

существенно ограничить возможности различных толкований и применения различных подходов при формировании бухгалтерской отчетности. Однако введение строгого регулирования каждой конкретной ситуации привело бы к ограничению права профессиональных бухгалтеров на выражение собственного мнения (профессионального суждения).

Понятие профессионального суждения, пока еще не ставшее привычным для практики бухгалтерского учета в Республике Беларусь, широко применяется в МСФО. Оно играет важную роль при формировании учетной политики, которая предполагает закрепление для использования в учете тех методов учета и учетных оценок, которые, по мнению главного бухгалтера или финансового директора, позволят отразить информацию наиболее точно. В случае выбора неэффективных учетных инструментов может произойти искажение данных финансовой отчетности. Именно этим, на первый взгляд объективно отрицательным последствием манипулирования методами ведения учета пользуется управленческий персонал компаний [3, 4].

Таким образом, целью проводимого исследования является определение направлений влияния элементов учетной политики, а именно - ее методов и принципов, на формирование финансового результата и путей минимизации субъективного фактора по выбору учетной политики организации.

В результате анализа практической деятельности бухгалтерских служб и аудиторских компаний были выделены различные цели, которые могут преследовать организации, формируя учетную политику (табл. 1).

Таблица 1 – Цели формирования учетной политики организации

1. Снижение трудоемкости учетных работ	2. Рационализация денежных потоков	3. Сближение с МСФО	4. Повышение инвестиционной привлекательности
--	------------------------------------	---------------------	---

Различные варианты учета и оценки имеют различные последствия и приводят к формированию различных результатов. При этом влияние одних элементов будет сильнее других, кроме того, влияние одних элементов можно выявить только в промежуточной отчетности, а некоторые элементы не оказывают никакого влияния на финансовые результаты.

Все элементы учетной политики с позиции их степени влияния можно разделить по следующим группам:

- элементы, по которым невозможно дать однозначную оценку влияния;
- элементы, не оказывающие влияния на финансовые результаты и статьи отчетности;
- элементы с прогнозируемым влиянием на отчетность и финансовые результаты, которые в свою очередь делятся:
 - а) на элементы учетной политики с долгосрочным периодом воздействия на отчетность (более 12 месяцев);
 - б) на элементы учетной политики с краткосрочным периодом воздействия на отчетность (менее 12 месяцев) [5, 6].

Рассмотрим влияние элементов учетной политики по объектам учета «Производственные запасы» и «Основные средства» на финансовые результаты, статьи отчетности и показатели деятельности организации.

В таблице 2 представлена схема анализа влияния отдельных элементов учетной политики на финансовые коэффициенты.

Таблица 2 – Схема анализа влияния отдельных элементов учетной политики на финансовые коэффициенты

	Объекты влияния	
	Статьи отчета о финансовых результатах	Коэффициент автономии
Элементы учетной политики по объекту учета «Основные средства»	Себестоимость продаж	Коэффициент финансовой устойчивости
	Чистая прибыль (убыток)	Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами
	Статья бухгалтерского баланса	Коэффициент рентабельности реализованной продукции
	Основные средства	Рентабельность активов
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	Фондоотдача
		Коэффициент оборачиваемости основных средств
Элементы учетной политики по объекту учета «Производственные запасы»	Статьи отчета о финансовых результатах	Коэффициент текущей ликвидности
	Себестоимость продаж	Коэффициент автономии
	Чистая прибыль (убыток)	Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами
	Статья бухгалтерского баланса	Коэффициент рентабельности реализованной продукции
	Запасы	Рентабельность активов
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	Материалоотдача
		Коэффициент оборачиваемости оборотных активов

Изучение взаимосвязи каждого отдельного элемента методического раздела учетной политики и финансовых коэффициентов позволил классифицировать данные элементы в следующие группы (таблица 3).

Была разработана технология формирования эффективной учетной политики организации в зависимости от поставленных перед ней на данном этапе целей, основой которой является разработанная таблица.

Исследования позволили предложить следующие рекомендации по формированию методического раздела учетной политики по объекту «производственные запасы» и «основные средства»:

- при выборе элементов, не оказывающих влияния на финансовые результаты, следует руководствоваться только простотой и удобством учета, а также соответствием специфики деятельности организации;

- при выборе элементов с прогнозируемым влиянием на отчетность следует воспользоваться рекомендациями, изложенными в специальной таблице;

- прочим элементам (по которым невозможно дать однозначную оценку влияния) бухгалтер должен уделить достаточно пристальное внимание и самостоятельно просчитать последствия выбора тех или иных вариантов учета.

Таблица 3 – Виды элементов учетной политики по их влиянию на финансовые коэффициенты

Элементы, не оказывающие влияния на финансовые результаты и статьи отчетности	Элементы, по которым невозможно дать однозначную оценку влияния	Элементы с прогнозируемым влиянием на отчетность и финансовые результаты с краткосрочным периодом воздействия
Производственные запасы		
оценка приобретаемых материалов (по учетным ценам или фактической себестоимости), принятие к учету ТЗР, выбор средней оценки фактической себестоимости материалов	списание ТЗР упрощенным методом, способ оценки многооборотной тары, способ оценки возвратных отходов и метод создания резервов под снижение стоимости материальных ценностей	оценка производственных запасов при списании, порядок списания спецодежды со сроком полезного использования до 12 месяцев
Основные средства		
Вариант расчета амортизации (исходя из месячной нормы; исходя из месячной суммы)		Порядок отнесения имущества к основным средствам; способы (методы) начисления амортизации; возможность пересмотра комиссией по проведению амортизационной политики нормативных сроков службы и (или) сроков полезного использования объектов; переоценка по инициативе организации

Список цитированных источников

1. Заббарова, О.А. Балансоведение: учебное пособие [Текст] / О.А. Заббарова. – М.: КНОРУС, 2007. – 256 с.
2. Кругляк, З.И. Влияние отдельных элементов учетной политики на статьи отчетности и показатели финансового состояния / З.И. Кругляк, М.В. Калининская // Научный журнал КубГАУ. – 2014. – № 101 (07).
3. Кодекс этики профессиональных бухгалтеров [Электронный ресурс] : [кодекс : принят Международной федерацией бухгалтеров в июне 1996 года : по состоянию на 18 февр. 2017 г.] // International Federation of Accountants [портал], 2017. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ifac.org/system/files/downloads/Russian_2008_IAASB_HB_List_of_Key_Terms.pdf. – Дата доступа: 18.02.2017.
4. Креативный учет [Электронный ресурс] // Финансовый анализ. – Южная аналитическая компания [портал]. [Краснодар], 1997 - 2017. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://1-fin.ru/?id=281&t=78> (дата обращения 18.02.2017).
5. Республика Беларусь. Закон. О бухгалтерском учете и отчетности [Текст]: [закон: принят Палатой представителей 26 июня 2013 года: по состоянию на 18 февр. 2017 г.] // Консультант Плюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информации. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.
6. Семенов, С.Г. Способы и приемы формирования учетной политики организации и ее роль в максимизации прибыли / С.Г. Семенов // Вестник ОрелГИЭТ. – 2011. – № 1 (15). – С. 110-116.

АНАЛИЗ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БРЕСТСКОГО РЕГИОНА

Целью настоящей работы является изучение и анализ инновационного развития Брестской области.

В любое время инновационные технологии и инновационные проекты были одним из важнейших компонентов для развития как бизнеса, так и страны в целом, ведь чем больше в стране инноваций, тем она известнее на мировом рынке в той или иной отрасли. Это влияет как на внутриэкономические показатели, так и на внешнеэкономические. Выделяется достаточное количество средств для финансирования инновационных идей, если они признаются эффективными и полезными.

Актуальность данной темы заключается в том, что инновации в значительной степени определяют экономический рост субъектов рыночной экономики, а также являются существенным фактором социально-экономического развития региона. Поэтому решение вопросов, связанных с созданием в регионе эффективных механизмов реализации инноваций, требуют серьезного внимания и крайне важны в перспективе развития нашего региона, а также страны.

Инновационная активность в Беларуси сегодня крайне низка. По данным Министерства статистики и анализа, в прошлом году внедрением продуктовых и процессных инноваций занимались лишь 325 промышленных предприятий. При этом субъекты хозяйствования, ведущие новаторскую деятельность, распределены по регионам неравномерно. Более активными себя зарекомендовали субъекты Минска и Брестской области, (23,4% и 20,9% от общего количества). А самыми пассивными оказались предприятия Могилёвской области, где в реализации соответствующих инноваций участвовали лишь 6,5% товаропроизводителей [1].



Рисунок 1 – Структура организаций, выполнявших научные исследования и разработки по секторам деятельности в 2015г., % к итогу [1].

Ресурсная составляющая инновационного потенциала является базой для его формирования. Её оценку можно провести с помощью оценки материально-технических, информационных, финансовых, интеллектуальных и человеческих ресурсов. Объём инвестиций в основной капитал является одним из показателей, характеризующих расходы на создание, расширение, реконструкцию и техническое перевооружение основного капитала. Технологическое обновление промышленности региона характеризуют показатели затрат на технологические инновации.

Затраты на технологические инновации в Брестской области составили в последние годы 2 - 4,5 % от объёма инвестиций в основной капитал, чего явно недостаточно для технологического обновления и расширения производства принципиально новой продукции. Причём отмечается тенденция снижения данного показателя. Сопоставляя региональные показатели с общереспубликанскими, можно отметить, что негативная тенденция прослеживается и в целом по республике (таблица 1).

Таблица 1 – Индекс технологического обновления основного капитала

Объекты исследования	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Республика Беларусь	0,050	0,089	0,051	0,048	0,046	0,050
Брестская область	0,052	0,045	0,033	0,024	0,032	0,020

Источниками финансовых ресурсов, используемых промышленностью Брестской области для осуществления инновационной деятельности, являются в первую очередь собственные средства, которые в 2015 году составили 76,2 % от общего объёма финансирования затрат на инновации. Кредиты и займы в структуре источников финансирования составили 13,7%. Средства венчурных фондов не участвуют в финансировании инноваций в целом по республике [2].

В Брестской области научные исследования и разработки в 2015 году выполняли 27 организаций. Оценивая интеллектуальные ресурсы Брестской области, необходимо отметить, что численность исследователей, занятых в инновационной сфере, является одним из основных показателей, характеризующих уровень развития научного сектора в регионе, состояния и развития научной деятельности. Общая численность исследователей по областям наук за последние годы увеличилась, несущественно изменилось количество исследователей, имеющих ученую степень доктора, и наблюдается некоторое снижение исследователей, имеющих учёную степень кандидата наук (таблица 2). Наибольший удельный вес исследователей приходится на технические науки (59%).

Таблица 2 – Число организаций и исследователей в сфере научных исследований и разработок в Брестской области

Показатели	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Число организаций, выполняющих научные исследования и разработки, ед.	29	30	28	26	26	27
Численность исследователей, всего чел.	405	421	426	380	376	451
Доктора наук, чел.	4	2	2	1	1	1
Кандидаты наук, чел.	30	28	22	18	19	26

Удельный вес докторов наук в числе исследователей в 2015 году составляет 0,2 %, кандидатов наук – 5,8 %. Республиканские показатели имеют более весомую долю – 3,8 % и 16,6 % соответственно [2].

Удельный вес инновационно-активных предприятий в общем числе предприятий, а также доля инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции представляют собой основные показатели, характеризующие интенсивность инновационной деятельности исследуемого объекта.

Анализ инновационной деятельности Брестской области показывает, что число инновационно-активных предприятий промышленности в абсолютных величинах с 2011 по 2014 годы изменилось с 58 до 47 предприятий, в 2015 году число инновационно-активных предприятий достигло 42. Доля их в общем числе предприятий также снизилась. Наибольший удельный вес инновационно-активных предприятий сконцентрирован в машиностроении и металлообработке – 40%, в пищевой промышленности – 26 %, лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности – 13 %, в промышленности строительных материалов – 11 %, в легкой промышленности – 10 % [2].

В Брестской области формируется инновационная инфраструктура, координатором которой является БОКУП «Центр внедрения научно-технических разработок». В июле 2008 года Государственным комитетом по науке и технологиям Центру присвоен официальный статус научно-технологического парка. Основными направлениями деятельности технопарка являются бизнес-планирование и маркетинговые исследования.

Целью технопарка является обеспечение интеграции науки, образования и промышленности, управление процессом превращения новых научных знаний и изобретений в технологии, а технологии – в коммерческий продукт, передаваемый в промышленность [3].

Научно-технологический парк объединяет и координирует работу ряда подразделений, таких как инновационный центр и центр трансфера технологий. Концепция технопарка определяет роль и место инновационной инфраструктуры региона в развитии экономики, в том числе и малого предпринимательства.

В наше время активно развиваются проекты по поддержке и стимулированию инновационных идей и технологий. Проводятся различные конкурсы, также ведется разработка научно-технической программы «Инновационное развитие Брестской области на 2016-2020 годы», которая представляет собой комплекс увязанных по ресурсам, исполнителям и срокам выполнения заданий по проведению научно-исследовательских, опытно-конструкторских и опытно-технологических работ, завершающихся созданием новой или усовершенствованной технологии, видов товарной продукции или услуг, а также организационно-технических решений производственного, административного, коммерческого или иного характера (далее – инновации), освоением (внедрением) в производство разработанных инноваций и выпуском на этой основе вновь освоенной продукции.

В 2005 году, в рамках совместного проекта Правительства Республики Беларусь и Программы развития ООН, в Бресте создано информационное ООО «Брестский инновационный бизнес-центр». В Бресте проводятся выставки литературы «Бизнес-модели для стартапов». Издания, представленные на выставке, могут помочь понять, что делать, когда не знаешь что делать, и подсказать идею для создания молодого бизнес-проекта. Продолжается совершенствование и развитие инновационной инфраструктуры региона. Программой инновационного развития Республики Беларусь на 2016-2020 годы планируется развитие региональной сети субъектов инновационной инфраструктуры регионов (технопарков, центров трансфера технологий, венчурных организаций) и повышение эффективности их деятельности.

Развитие инновационной инфраструктуры должно обеспечить создание механизмов партнёрства государства и бизнеса, разработку системы стимулов и мотиваций для участников инновационного процесса.

На основании проведённого анализа видно, что Брестская область сегодня не обладает достаточным инновационным потенциалом. Среднестатистические показатели инновационного развития Брестской области практически по всем показателям отстают от уровня инновационного развития страны.

В перспективе основными общими направлениями развития научно-инновационного потенциала для всех регионов нашей страны станут:

- рост числа региональных научных организаций и укрепление их материально-технической базы;
- усиление кадрового потенциала научно-инновационной сферы, в первую очередь за счет роста численности высококвалифицированных кадров (кандидатов и докторов наук) и исследователей;
- увеличение бюджетных ассигнований на развитие науки и более активное привлечение инвесторов;
- сохранение положительной динамики численности организаций, создающих передовые производственные технологии, и рост числа инновационно активных предприятий, в первую очередь за счет создания благоприятного экономического климата;
- увеличение роста инновационной активности реального сектора экономики;
- использование средств инновационных (венчурных) фондов для решения региональных задач обновления основных производственных фондов коммунальных предприятий на новой технологической основе;
- приоритетное инвестирование в развитие высокотехнологичных производств;
- создание территориальных инновационных кластеров;
- дальнейшее развитие инновационной инфраструктуры, создание территориальных зон высоких технологий и инновационного предпринимательства [3].

Список цитированных источников

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]—Минск, 2016—Режим доступа: www.belstat.gov.by
2. Главное статистическое управление Брестской области [Электронный ресурс] – Минск, 2016 – Режим доступа: <http://brest.belstat.gov.by>
3. Жиц, Г.Г. Ресурсы и способности: продолжение рассуждений о методологии оценки инновационного потенциала социально-экономических систем различного уровня сложности / Г.Г. Жиц // Инновации. – 2008. – № 07 (117). – С. 69-73

УДК 338.45:69:331.101.6(476)

Левонюк В.А.

Научный руководитель: доцент Носко Н.В.

СТРУКТУРА СТРОИТЕЛЬНЫХ ОБЪЕКТОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И ЕЁ СВЯЗЬ С ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬЮ ТРУДА

Строительство является одной из ведущих отраслей народного хозяйства Республики Беларусь, которая решает важнейшую задачу обеспечения производственной и непроизводственной сферы необходимыми зданиями и сооружениями.

Назначение возводимых объектов влияет на предъявляемые к ним функциональные, технические, архитектурно-художественные и экономические

требования. Для удовлетворения данных требований выбираются соответствующие конструктивные решения, которые непосредственно влияют на производительность труда.

Возводимые здания бывают:

- 1) жилого назначения;
- 2) нежилого назначения.

Соотношение введенных в эксплуатацию жилых и нежилых зданий в Республике Беларусь за 2010-2014 гг. представлено в таблице 1 [1].

Таблица 1 – Структура возводимых зданий в Республике Беларусь за 2010-2014 гг.

Показатель	Год						
	2010	Уд.вес, %	2011	2012	2013	2014	Уд.вес., %
1	2	3	4	5	6	7	8
Число зданий, ед.	18301	100	15027	11133	14285	13779	100
в том числе:							
жилого назначения	17134	93,6	13635	9500	12794	12280	89,1
нежилого назначения	1167	6,4	1392	1633	1491	1499	10,9
Общая площадь зданий, тыс. м ²	8505,9	100	7945,8	7342,6	7830,7	8884,8	100
в том числе:							
жилого назначения	6629,9	77,9	5480,1	4482,8	5220,4	5523,1	62,2
нежилого назначения	1876,1	22,1	2465,8	2859,8	2610,3	3361,8	37,8

Заметим, что доля зданий жилого назначения значительно выше, чем нежилого, но с 2010 по 2014 год доля жилых зданий в общем числе зданий снизилась с 93,6% до 89,1%.

Видно, что строительство жилых зданий является наиболее приоритетным в Республике Беларусь. Объем возводимых жилых зданий – один из главных показателей социальной ориентированности политики государства.

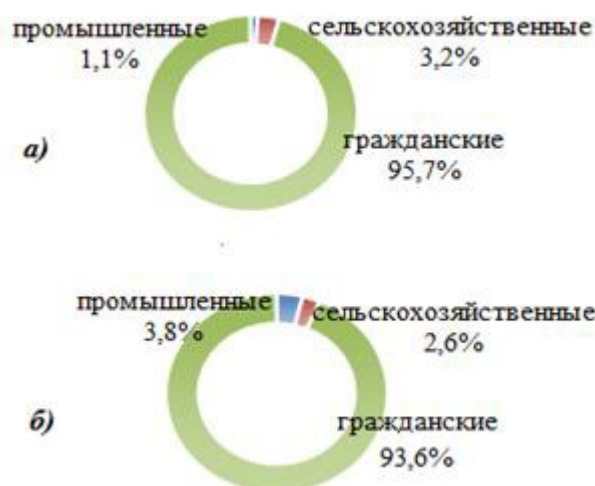
Ежегодно в статистических сборниках подводятся итоги именно по данному виду строительства. Так, можно отследить, что в 2015 и 2016 гг. объемы жилищного строительства начали падать и составили 5055,3 и 4285,7 тыс. м² соответственно.

Далее более детально разобьем здания по назначению:

- 1) на сельскохозяйственные;
- 2) на промышленные;
- 3) на гражданские (общественные и жилые).

Несмотря на то, что общественные здания относятся к нежилым, по своим конструктивным решениям они гораздо ближе к жилым, поэтому они и были объединены с жилыми в группу под названием «гражданские здания».

Оценим соотношение этих видов зданий и оформим в форме кольцевых диаграмм, представленных на рисунке 1 [1].



а) в 2010 г.; б) в 2014 г.

Рисунок 1 – Соотношение зданий в Республике Беларусь по назначению

Таким образом, гражданское строительство является наиболее приоритетным в Республике Беларусь, в нем преобладает жилищное строительство. Данный вид строительства не только наиболее распространен, его результат – жилые здания, предназначенные для постоянного проживания людей, а значит, к ним предъявляются высокие требования по долговечности, прочности, тепло- и звукоизоляции.

Конструктивные решения в жилищном строительстве достаточно разнообразны. По материалу стен здания могут быть:

- 1) крупнопанельные;
- 2) кирпичные, крупноблочные и из ячеистого бетона;
- 3) каркасные;
- 4) монолитные из бетона и железобетона;
- 5) деревянные и из других стеновых материалов.

Структура возводимых в Республике Беларусь жилых домов в зависимости от материалов стен представлена в таблице 2 [1].

Таблица 2 – Структура жилых домов, возводимых в Республике Беларусь, в зависимости от материалов стен, тыс. м²

Вид жилого дома	Год					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1	2	3	4	5	6	7
Жилые дома (без общежитий)	6376,3	5221,3	4216,8	5006,3	5294,5	4872,7
Крупнопанельный	2170,2	1758,2	1441,7	1618,6	1710,7	1490,3
Кирпичный, крупноблочный и из ячеистого бетона	3170,9	2451,7	1823,0	2171,3	2218,5	2237,7
Каркасный	254,4	279,8	347,7	340,9	464,9	236,5
Монолитный из бетона и железобетона	257,0	309,3	280,1	352,6	457,9	379,4
Деревянные и из других стеновых материалов	523,8	422,3	324,3	521,8	442,4	528,9

Видим, что для массового строительства в основном характерны кирпичные и крупнопанельные дома. Крупнопанельными являются многоэтажные

здания, а вот кирпичными могут быть как индивидуальные дома, так и многоэтажные дома высотой до 16 этажей.

Проанализируем производительность труда при строительстве данных видов зданий, а также свяжем ее с их стоимостью. Результат представим в виде рисунка 2.

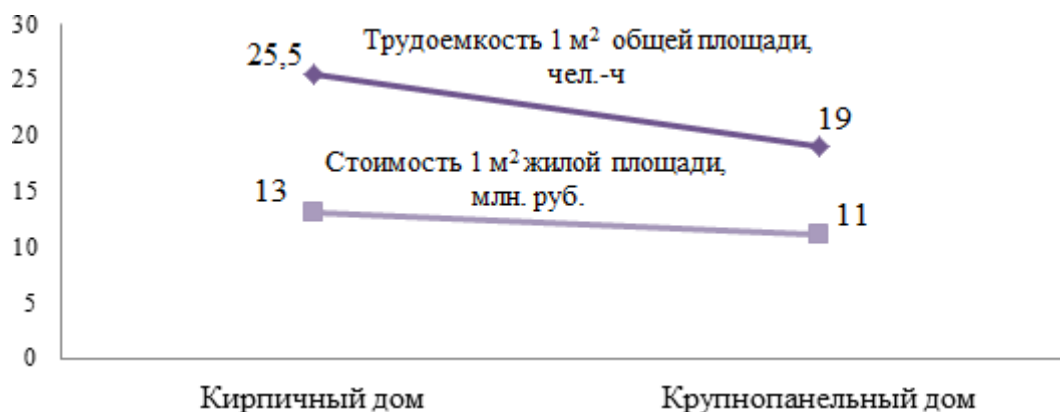


Рисунок 2 – Сопоставление трудоемкости и стоимости кирпичных и крупнопанельных домов

Видим, что выбор конструктивной системы напрямую влияет на производительность труда при строительстве объекта. Так, крупнопанельные дома являются менее трудоемкими, а значит, и их стоимость ниже. Однако у кирпичных строений качество лучше.

Кроме данных двух конструктивных систем, в жилищном строительстве все чаще используется каркасное строительство. Как видно из таблицы 2, каркасное строительство не так распространено как кирпичное и крупнопанельное, но оно обладает рядом преимуществ.

Трудоемкость каркасных домов ниже, чем у кирпичных строений, но уступает крупнопанельным домам. Поэтому в каркасах из монолитного и сборно-монолитного железобетона важно использовать быстротвердеющие бетоны и бетоны, твердеющие при низких и отрицательных температурах воздуха (до минус 10°С) без дополнительного обогрева.

В целом совершенствование технологии бетонирования позволяет достичь темпов возведения каркасного многоэтажного здания, соответствующих скорости монтажа сборного крупнопанельного дома.

Наружные стены и перегородки в каркасной конструкции воспринимают нагрузки в пределах этажа, а не собирают их от вышерасположенных этажей как в панельных и кирпичных домах, а значит, это позволяет отказаться от использования плотного кирпича и железобетонных панелей в пользу менее прочных материалов, которые одновременно способны обеспечить основные требования показателей теплозащиты и звукоизоляции помещений [2].

Еще одним преимуществом можно назвать возможность свободной планировки помещений, которая недоступна домам КПД и недостаточно развита в кирпичном домостроении.

Таким образом, необходимо, чтобы:

а) научные исследования концентрировались на приоритетном жилищном строительстве;

б) научно-технические достижения способствовали снижению трудоемкости, а значит, и стоимости более качественных конструктивных систем жилых зданий.

Список цитированных источников

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Минск, 2015. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 10.04.2017.

2. Микша, О. Преимущества каркасного домостроения очевидны / О.Микша [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nestor.minsk.by>. – Дата доступа: 17.03.2017.

УДК 338.45:69:331.101.68(476)

Левонюк В.А.

Научный руководитель: доцент Носко Н.В.

ФАКТОРЫ РОСТА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В современных условиях особое внимание необходимо уделять совершенствованию организации труда и повышению его производительности, так как они являются единственным источником экономического роста и прогресса [1].

От производительности труда во многом зависит себестоимость объектов, а значит, прибыль строительных предприятий и их конкурентоспособность. Таким образом, возникает потребность в изучении факторов роста производительности труда.

Можно выделить 4 группы основных факторов роста производительности труда предприятий, представленных в виде таблицы 1 [2].

Таблица 1 – Факторы роста производительности труда строительных предприятий

Факторы	Характеристика
1	2
Конструктивно-материальные	Применение новых эффективных материалов и конструкций, совершенствование проектных решений (в частности применяемых рациональный выбор конструктивных систем)
Организационно-технические	Развитие механизации и автоматизации производственных процессов, улучшение технических и эксплуатационных характеристик машин и их использования
Совершенствование организации труда и управления	Развитие специализации и кооперации, повышение квалификации кадров, организация рабочего места
Социально-экономические и социально-психологические	Материальное и моральное стимулирование, укрепление дисциплины, создание благоприятного психологического климата в коллективе, улучшение условий труда и быта

Данные факторы будут рассмотрены для всех строительных предприятий Республики Беларусь и в частности для «Строительного управления №32» ОАО «Строительный трест №8».

Конструктивно-материальные факторы. Одним из основных решений при строительстве зданий является выбор конструктивной системы, от которой во многом и зависит трудоемкость строительства и его продолжительность.

Именно конструктивная система определяет материалы, конструкции и технологии, используемые при возведении объекта. Она определяется на этапе проектирования и позволяет снизить трудоемкость возведения здания.

В зависимости от вида и этажности домов применяются различные конструктивные системы.

Так, если предприятие занимается индивидуальным строительством, то оно будет использовать бескаркасную (стеновую) систему. В настоящее время наиболее распространены индивидуальные дома из кирпича, дерева, панелей, блоков. Минусом кирпичных домов может стать высокая трудоёмкость строительства. В среднем сроки возведения составляют 6-12 месяцев. В этом случае возможно лучше использовать ячеистые бетонные блоки. Срок возведения таких домов 7-9 месяцев, но важным недостатком является необходимость лицевой отделки.

Также достаточно широко применяется монолитный бетон. Современные опалубочные системы позволяют бригаде из 7-9 человек ежедневно бетонировать одну блок-секцию на две квартиры трехэтажного дома [3].

Если же предприятие крупное, то оно занимается строительством многоэтажных зданий. Это могут быть крупнопанельные, кирпичные и каркасные дома.

Крупнопанельным домостроением (КПД) в Республике Беларусь преимущественно занимаются домостроительные комбинаты (ДСК), обладающие необходимыми для этого условиями. Такой вид строительства быстрый, но важно совершенствовать серии крупнопанельных жилых домов, чтобы они соответствовали современным требованиям.

ОАО «Строительный трест №8» в основном возводит кирпичные и монолитно-каркасные жилые здания. При возведении монолитно-каркасных зданий важно снизить трудоемкость выполнения бетонных работ.

Для снижения трудоемкости установки/разборки опалубки на предприятии применяется современная опалубочная система «Перри». Также несъемная опалубка уменьшает трудоемкость таких работ за счет полного исключения процесса разборки опалубки.

Арматурные работы являются достаточно трудоемкими с высоким процентом ручных операций (около 60%). Поэтому предприятие использует сетки заводского производства, которые свариваются непосредственно на строительной площадке, что значительно снижает трудоемкость арматурных работ.

Для облегчения конструкций целесообразно применять высокомарочные цементы и бетоны, использование для несущих конструкций стали повышенной прочности.

Снижению трудоемкости работ способствует применение бетонной смеси с пластифицирующей добавкой С-3 для ускорения схватывания бетона и сокращения срока выдерживания его в опалубке.

Каркасные системы не так распространены в жилищном строительстве как стеновые (из кирпича, КПД), однако они могут быть рациональными как для крупных, так и для небольших строительных организаций отрасли. Они менее трудоемки и материалоемки по сравнению с кирпичными зданиями, обеспечивают свободную планировку помещений. Представленные выше мероприятия помогут приблизить данную конструктивную систему по трудоёмкости к крупнопанельному домостроению.

Правильный выбор конструктивной системы – это возможность сократить трудоемкость строительства еще до начала работ.

Организационно-технические факторы. Кирпичную кладку не удаётся механизировать столетиями. В то же время процесс возведения монолитных

железобетонных конструкций достаточно механизирован. Для доставки бетонной смеси используются автобетоновозы и автобетоносмесители, для бетонирования конструкций используются автобетононасосы, вибраторы – для отделки конструкций.

Для строительной отрасли характерно большое разнообразие различных машин и механизмов. Важным показателем использования основных фондов является их износ. Несмотря на высокую оснащенность исследуемого предприятия необходимыми основными фондами, отметим, что износ растет, как видно из рисунка 1.

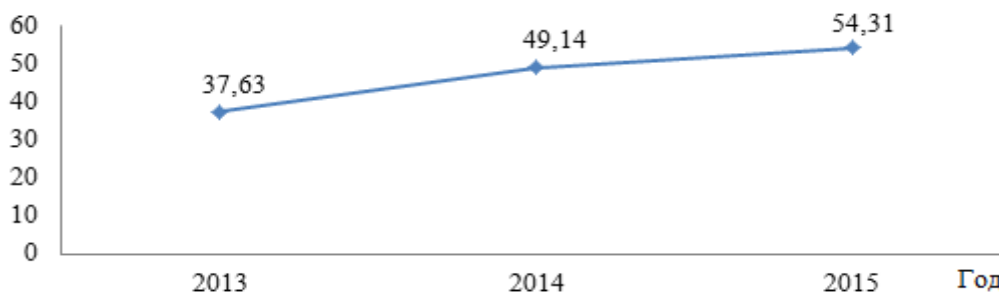


Рисунок 1 – Динамика коэффициента износа основных производственных фондов «СУ №32» ОАО «Строительный трест №8» за 2013-2015 гг., %

Если на строительном предприятии существует такая проблема, должны реализовываться следующие мероприятия:

- 1) приобретение новых машин и механизмов;
- 2) ремонт основных производственных фондов;
- 3) продажа неэффективной техники;
- 4) сдача в аренду неиспользуемых основных фондов.

Совершенствование организации труда и управления. Генподрядные организации в основном специализируются на производстве общестроительных работ. В специальных работах задействованы субподрядчики.

Однако некоторые крупные предприятия обеспечивает замкнутый цикл строительства – от проектирования до сдачи готовых объектов. Например, «Брестжилстрой» и «Полесьежилстрой».

Генподрядные строительные управления треста выполняют общестроительные работы, однако, СУ №158 начало выполнять и сантехнические работы, что говорит о желании расширить свои возможности на рынке строительных работ, что непосредственно повлияет на производительность.

К тому же можно отметить то, что большинство крупных строительных предприятий формируют собственные производства строительных конструкций и материалов, что даёт возможность контролировать объем, качество и сроки поставок, а это непосредственно влияет на производительность труда и качество работ. На УПТК треста производят железобетонные конструкции, арматурные изделия, окна ПВХ и остекления лоджий и цемент.

Для небольших предприятий формирование собственных производств строительных конструкций и материалов недоступно и нерационально, поэтому им стоит внимательно относиться к вопросу выбора поставщика.

Предприятиям к тому же не стоит забывать о повышении квалификации и переподготовке кадров и правильной организации рабочего места.

Социально-экономические и социально-психологические факторы. Одним из основных направлений повышения производительности является материальное стимулирование, которое представляет собой заработную плату, премии, участие в прибылях, дополнительные выплаты.

Соотношение заработной платы предприятия за 2013-2015 гг. со средней заработной платой по строительной отрасли представлено в виде рисунка 1 [4].

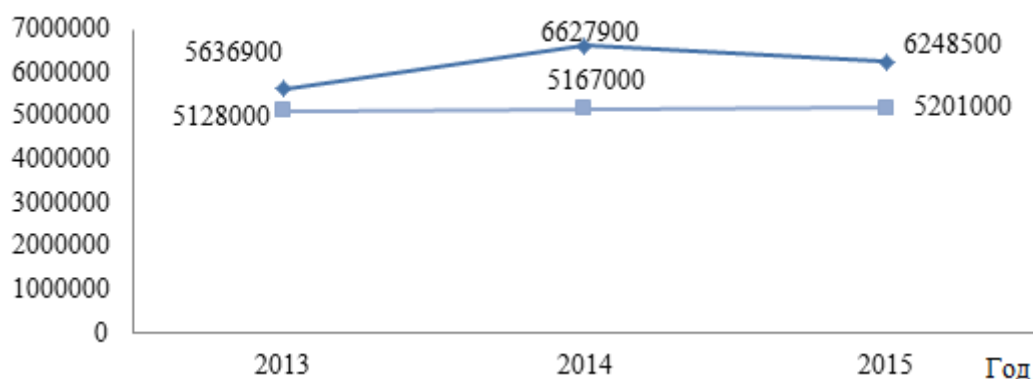


Рисунок 2 – Соотношение средней заработной платы по предприятию и среднеотраслевой заработной платы по Брестской области за 2013-2015 гг., руб.

Видим, что заработная плата предприятия в среднем на 18 % ниже среднеотраслевой по Брестской области. Разумное повышение уровня оплаты труда работников будет способствовать повышению производительности (то есть темп роста заработной платы не должен превышать темп роста производительности).

Премирование работников производится из фонда заработной платы, включаемого в себестоимость строительно-монтажных работ, или за счет прибыли, оставшейся в распоряжении организации.

Система премирования на данном предприятии достаточно проработана, однако в связи с убыточной работой часть выплат прекращается, что снижает стимулирующий эффект.

Также дополнением к материальному стимулированию станет моральное стимулирование, создание комфортных условий труда и быта, улучшение психологического климата в коллективе.

Таким образом, все указанные факторы оказывают воздействие на производительность труда, и каждое предприятие может и должно их исследовать и адаптировать общие принципы к конкретным условиям своей деятельности.

Наиболее существенными можно назвать конструктивно-материальные факторы, так как совершенствование принимаемых проектных решений дает возможность сократить трудоемкость возведения зданий еще до начала строительства объектов. Но совершенствование управленческих решений, технической оснащенности, системы стимулирования работников предприятия будет значительно дополнять данные факторы.

Список цитированных источников

1. Экономика строительства: учебник / под общей ред. И.С. Степанова. – М.: Юрайт-Издат, 2007. – 620 с.
2. Севян, И.К. Повышение производительности труда в строительстве. / И.К. Севян [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.scienceforum.ru>. – Дата доступа: 15.12.2016.
3. Лещенко, П.И. Анализ состояния и развития объектов жилищного строительства в Республике Беларусь / П.И. Лещенко [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. – Дата доступа: 20.03.2017.
4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Минск, 2015. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 10.04.2017.

АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ВАЛЮТНОГО КУРСА ДЛЯ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Введение. Мировое хозяйство постоянно развивается благодаря процессу сближения национальных экономик. В нём участвуют множество стран, экономические отношения между которыми осуществляются в различных формах. К таким странам относится и Республика Беларусь.

Субъекты хозяйствования играют главную роль в международной интеграции. **Международная экономическая интеграция** – это комплекс экономических отношений сотрудничества стран в различных сферах деятельности, который характеризуется взаимопроникновением экономик и ведет к долгосрочной технической, технологической и экономической взаимозависимости [1]. Развитие внешнеэкономических связей является важным условием повышения эффективности деятельности, так как оно позволяет хозяйствующим субъектам участвовать в международном разделении труда. Внешнеэкономическая деятельность предприятия проводится по следующим направлениям: внешняя торговля, производственная кооперация, инвестиционная деятельность, финансовые и валютные операции.

Ключевым звеном, связывающим национальную экономику с мировой, является курс национальной денежной единицы. Спрос на продукцию национального производства на мировом рынке, процентные ставки и другие экономические показатели напрямую зависят от изменения валютного курса. Валютный курс оказывает серьезное воздействие на внешнеэкономическую деятельность страны, служа определенным инструментом обеспечения эквивалентности международного торгового обмена.

Основная часть. При осуществлении внешнеэкономической деятельности у предприятий возникает **валютный риск** — вероятность финансовых потерь в результате изменения курса валют, которое может произойти в период между заключением договора международной купли-продажи товаров и фактическим производством расчетов по нему [2], в силу чего предприятия для предотвращения возможных убытков могут спрогнозировать курсы валют.

В работе предложена методика моделирования валютного курса, где в качестве результирующего показателя выступает официальный курс белорусского рубля по отношению к доллару. Важнейшими факторами, прямо или косвенно воздействующими на валютный курс, являются: ставка рефинансирования, объем валового внутреннего продукта, сальдо внешней торговли товарами и услугами, цена золота, цена нефти, широкая денежная масса, индекс потребительских цен на товары и услуги, золотовалютные резервы, государственный долг. Использовалось такое большое количество факторов, так как это многофакторная модель и от их количества зависит точность прогноза.

Методика моделирования валютного курса состоит из трех этапов:

1. Установление наличия корреляционной связи между значением валютного курса и каждым рассматриваемым фактором.
2. Проверка факторов на мультиколлинеарность для исключения искажения результатов анализа.

3. Построение уравнения регрессии и проверка его значимости.

Уравнение зависимости обменного курса белорусского рубля к доллару представлено в следующем виде (формула 1):

$$Y = 0,867495 - 0,004692 \times X_1 + 0,000037 \times X_2, \quad (1)$$

где Y – обменный курс белорусского рубля к доллару,

X_1 – цена нефти,

X_2 – государственный долг.

Значимость уравнения оценивалась на основе вычисления критерия Фишера. По данным расчетов $F = 440,89$. Табличное значение при достоверности 99% равно 5,78. Так как рассчитанное значение больше табличного, следовательно, данную формулу следует признать статически надежной [3].

Также был проведен регрессионный анализ. Значение коэффициента множественной корреляции составило 0,98, что близко к единице. Это свидетельствует об очень тесной связи между факторами. Коэффициент детерминации, равный 0,9767, означает, что уравнением регрессии объясняется 98% дисперсии результативного признака, а прочими, не учтенными в модели факторами — 2%. Для того чтобы значения коэффициентов детерминации были сравнимы по разным моделям, был рассчитан скорректированный коэффициент детерминации, который составил 0,9745.

Экстраполяция линии тренда по каждому фактору представлена на рисунке 1–2.



Рисунок 1 – Экстраполяция полиномиального тренда изменения цены нефти за период с 1.04.2015 по 1.03.2017

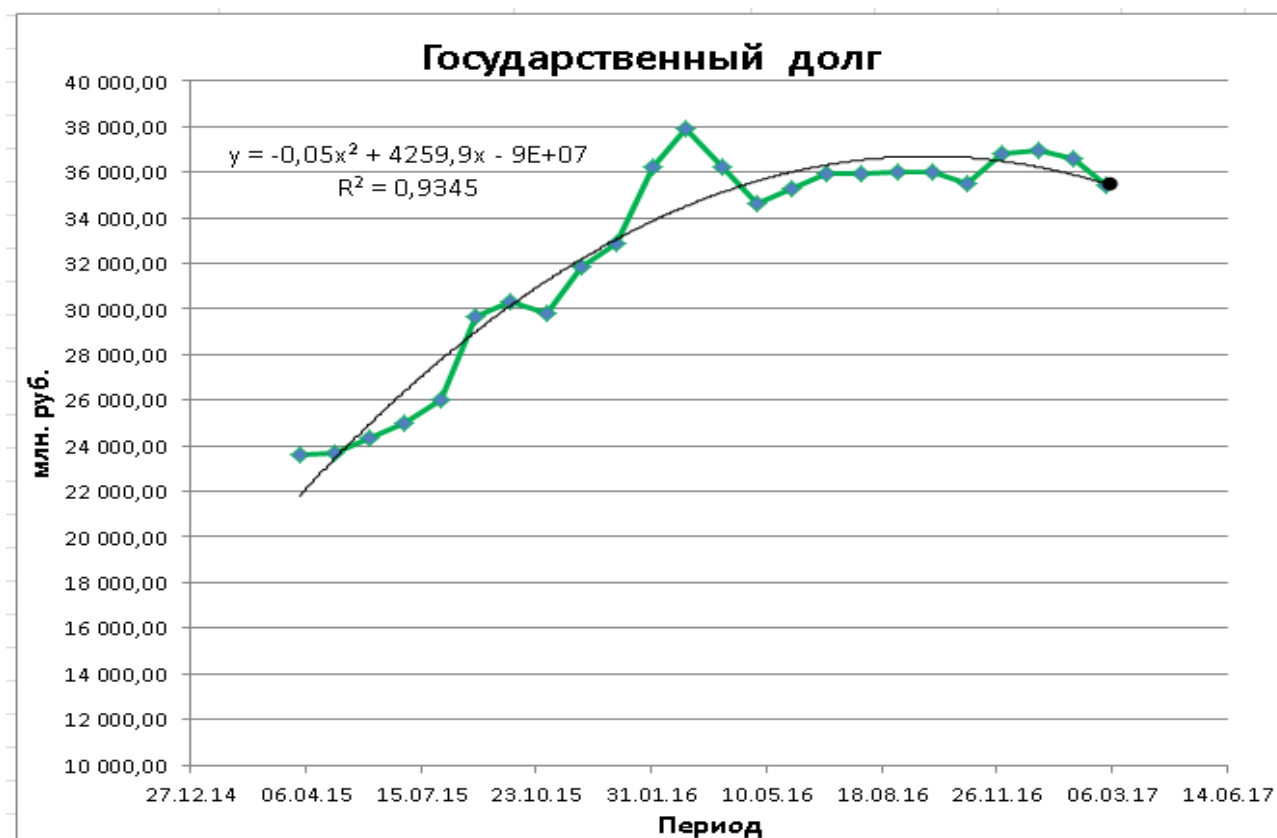


Рисунок 2 – Экстраполяция полиномиального тренда изменения государственного долга Республики Беларусь за период с 1.04.2015 по 1.03.2017

С помощью метода экстраполяции были спрогнозированы значения факторов: цена нефти на 1.04.2017 составила 60,0 долларов за 1 баррель, а государственный долг – 35 500 миллионов белорусских рублей.

Зная значение факторов на конкретную дату, можно спрогнозировать значение обменного курса белорусского рубля по отношению к доллару на 1.04.2017 (формула 1):

$Y_{1.04.2017} = 0,867495 - 0,004692 \times 60 + 0,000037 \times 35500 = 1,90$ белорусских рублей за 1 доллар.

Таким образом, применение предложенной методики моделирования валютного курса позволит предприятиям снизить валютные риски, тем самым позволит повысить эффективность осуществления ими внешнеэкономической деятельности. Учитывая то, что Беларусь является экспортноориентированной страной, поиск способов повышения эффективности внешнеэкономической деятельности будет еще довольно долго оставаться приоритетным для правительства страны.

Список цитированных источников

1. Мисько, О.Н. Международная экономическая интеграция. – СПб: Университет ИТМО, 2015. – 174 с.

2. Турешова, Г.В. Внешнеэкономическая деятельность. Программа, методические указания, домашняя, контрольная работа, вопросы ОКР / Г.В. Турешова. – Минск, 2015.

3. Орлова, И.В. Экономико-математические методы и модели: компьютерное моделирование: учеб. пособие / И.В. Орлова, В.А. Половников. – М.: ИНФА-М, 2007. – 365 с.

УДК 339.743.2

Лубник В.П.

Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г.

МЕТОДИКА МОДЕЛИРОВАНИЯ ВАЛЮТНОГО КУРСА ДЛЯ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Введение. На международный уровень экономическая интеграция выходит только со второй половины XX в. Появление международной экономической интеграции обусловлено объективными процессами и тенденциями в мировой экономике и международных экономических отношениях: формирования мирового рынка и системы мирового хозяйства, идет процесс интеграции каждой национальной экономики в эту систему. Движущей силой является развитие производительных сил, выступающих как двуединый процесс. С одной стороны, неуклонное углубление разделения труда между участниками производства, обособление различных отраслей и, с другой – столь же неуклонное развитие и усложнение связей и взаимозависимостей между участниками, отраслями и сферами общественного производства. Вторым результатом развития производительных сил представляет собой процесс обобществления производства.

Развитие интеграционных процессов является характеристикой современного мирового хозяйства. Резкое усиление межфирменной и межгосударственной конкурентной борьбы, новые сферы конкуренции и более жесткое соперничество на традиционных рынках становятся не под силу отдельному государству или корпорации. Это обуславливает необходимость кооперации как материально-финансовых, так и производственных усилий территориально сопряженных стран, позволяя укрепить свои позиции в условиях глобализации экономики.

Международная экономическая интеграция – это комплекс экономических отношений сотрудничества стран в различных сферах деятельности, который характеризуется взаимопроникновением экономик и ведет к долгосрочной технической, технологической и экономической взаимозависимости [1].

Эволюция факторов производства содействовала резкому расширению внешнеэкономического сотрудничества и взаимосвязи стран.

Внешнеэкономическая деятельность — предпринимательская деятельность в области международного обмена товарами, работами, услугами, информацией, результатами интеллектуальной деятельности, в том числе исключительными правами на них. Содержательно данный вид деятельности включает ряд направлений, к которым относятся следующие: международная торговля товарами, международные кредитные отношения, международное инвестиционное сотрудничество, международное кооперирование и научно-техническое сотрудничество. Одним из субъектов внешнеэкономической деятельности являются **предприятия** сферы производства товаров и услуг, действующие на основе валютной самокупаемости. Повысить эффективность деятельности субъектов хозяйствования можно снизив валютные риски, возникающие при проведении внешнеэкономических сделок, с помощью прогнозирования курса валют. Ведь предприятия из-за резких скачков валютного курса несут большие убытки, не редко приводящие к банкротству.

Необходимо отметить, что на сегодняшний день требуют уточнения методологические подходы к определению механизма регулирования обменного курса, недостаточно проработаны вопросы прогнозирования обменного курса

с учетом множественности курсообразующих факторов.

Основная часть. В работе предложена методика прогнозирования валютного курса, где в качестве результирующего показателя выступает официальный курс белорусского рубля по отношению к доллару.

К факторам, которые прямо или косвенно влияют на валютный курс, относятся: ставка рефинансирования, объем валового внутреннего продукта, сальдо внешней торговли товарами и услугами, цена золота, цена нефти, широкая денежная масса, индекс потребительских цен на товары и услуги, золотовалютные резервы, государственный долг. При анализе использовалось достаточно много факторов, так как это многофакторная модель, и от их количества зависит точность прогноза.

Методика моделирования валютного курса включает в себя следующие этапы:

1. Установление наличия корреляционной связи между значением валютного курса и каждым рассматриваемым фактором.

Для того чтобы учесть влияние как можно большего количества факторов, исследование показателей проводилось в период с **1.04.2015 по 1.03.2017** [2 –7].

Анализ коэффициентов парной корреляции показал, что обменный курс белорусского рубля к доллару имеет тесную взаимосвязь только с факторами «широкая денежная масса», «цена нефти» и «государственный долг». Поэтому все остальные факторы были исключены из модели.

2. Оценка влияния факторов модели друг на друга для устранения мультиколлинеарности.

В ходе проведенного анализа была выявлена мультиколлинеарность между факторами «государственный долг» и «широкая денежная масса». Влияние факторов по модулю не должно превышать 0,85. В данном случае оно составило **0,94**. Поэтому для того, чтобы устранить мультиколлинеарность, необходимо выбрать, какой фактор исключить из модели. Так как влияние государственного долга на результирующий показатель более сильное (**0,9767**), чем влияние денежной массы (**0,9688**), исключаем фактор «широкая денежная масса» из модели.

3. Построение уравнения зависимости и проверка его значимости.

Рассмотрим результаты регрессионного анализа. Значение коэффициента множественной корреляции составило 0,98, что близко к единице. Это свидетельствует об очень тесной связи между факторами. Коэффициент детерминации, равный 0,9767, означает, что уравнением регрессии объясняется 98% дисперсии результирующего признака, а прочими, не учтенными в модели факторами — 2%. Для того чтобы значения коэффициентов детерминации были сравнимы по разным моделям, был рассчитан скорректированный коэффициент детерминации, который составил 0,9745.

Уравнение зависимости обменного курса белорусского рубля к доллару представлено в следующем виде (формула 1):

$$Y = 0,867495 - 0,004692 \times X_1 + 0,000037 \times X_2 , \quad (1)$$

где Y – обменный курс белорусского рубля к доллару,

X_1 – цена нефти,

X_2 – государственный долг.

Значимость уравнения оценивалась на основе вычисления критерия Фишера. По данным расчетов $F = 440,89$. Табличное значение F -критерия при доверительной вероятности 0,99 равно 5,78. Так как $F > F_{\text{табл.}}$, уравнение зависимости следует признать статистически надежным [8].

Предложенный подход может быть использован субъектами хозяйствования Республики Беларусь для управления валютными рисками. Так как развитие экспорта в республике объявлено одним из приоритетов экономической политики, значение внешнеэкономической деятельности будет и далее возрастать, следовательно, на предприятия возлагается еще большая роль в наращивании внешнеэкономического потенциала страны.

Список цитированных источников

1. Мисько, О.Н. Международная экономическая интеграция. – СПб: Университет ИТМО, 2015. – 174 с.

2. Широкая денежная масса. [Электронный ресурс] – Режим доступа: официальный сайт Национального банка Республики Беларусь <http://www.nbrb.by/statistics/MonetaryStat/BroadMoney/>. – Дата доступа: 01.03.2017.

3. Внешняя торговля товарами и услугами Республики Беларусь. – Режим доступа: официальный сайт Национального банка Республики Беларусь <http://www.nbrb.by/statistics/ForeignTrade/>. – Дата доступа: 01.03.2017.

4. Ставка рефинансирования. [Электронный ресурс] – Режим доступа: официальный сайт Национального банка Республики Беларусь <http://www.nbrb.by/statistics/MonetaryPolicyInstruments/RefinancingRate>. – Дата доступа: 01.03.2017.

5. Международные резервные активы Республики Беларусь. – Режим доступа: официальный сайт Национального банка Республики Беларусь <http://www.nbrb.by/statistics/reserveAssets/assets.asp>. – Дата доступа: 01.03.2017.

6. Индекс потребительских цен на товары и услуги. [Электронный ресурс] – Режим доступа: официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika-i-okruzhayushchaya-sreda/tseny/>. – Дата доступа: 01.03.2017.

7. Государственный долг. [Электронный ресурс] – Режим доступа: официальный сайт Министерства финансов Республики Беларусь http://www.minfin.gov.by/ru/public_debt/condition/. – Дата доступа: 01.03.2017.

8. Орлова, И.В. Экономико-математические методы и модели: компьютерное моделирование: учеб. пособие / И.В. Орлова, В.А. Половников. – М.: ИНФА-М, 2007. – 365 с.

УДК 339

Мартынюк А.В.

Научный руководитель: старший преподаватель Голец О.В.

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ БЕЛОРУССКИХ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В ПЕРИОД ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ

Одним из важнейших факторов успешного долгосрочного функционирования коммерческого банка, укрепления финансовой устойчивости и ликвидности является осуществление коммерческим банком инвестиционной деятельности. Она является важной не только для самого банка, но и для экономики страны в целом. С решением проблемы повышения эффективности инвестиционной деятельности связан экономический рост. Поэтому данная тема актуальна.

Целью настоящей работы является анализ инвестиционной деятельности коммерческих банков РБ, рассмотрение проблем и возможностей повышения эффективности инвестиционной деятельности. Термин «инвестиции» в современной экономической теории означает «долгосрочные вложения капитала в различные отрасли производства». Целью инвестиционной деятельности является получение предпринимательского дохода или процента.

Банки – это финансовые посредники, формирующие денежные потоки инвесторов и заёмщиков [1].

В настоящее время не существует однозначного понятия банковских инвестиций, но все они имеют один и тот же смысл: источником прироста капитала и мотивом инвестирования является прибыль.

Таким образом, инвестиции банка – это вложение денежных средств (как собственных, так и привлеченных) по инициативе самого банка на определенный срок в целях получения прибыли от участия в деятельности других предприятий или дохода в виде процентов, а также вложения банка в ценные бумаги в целях диверсификации активов, получения дополнительного дохода и поддержания ликвидности баланса [2].

Банковским инвестициям присущи следующие особенности:

1. Источником банковских инвестиций могут быть собственные средства банка, а также привлеченные ресурсы.
2. Инструменты, в которые можно вложить средства, для банков ограничены законодательно.
3. Экономическим эффектом для банка (как коммерческой организации) является, прежде всего, прибыль.

Инвестиционная деятельность коммерческих банков, работающих в Республике Беларусь, осуществляется в соответствии с рядом законов. Это: Закон «Об инвестиционной деятельности в Республике Беларусь».

Закон «Об инвестициях».

Инвестиционный кодекс Республики Беларусь.

Банковский кодекс Республики Беларусь.

Основные цели инвестиционной деятельности банка:

- извлечение прибыли;
- поддержание уровня ликвидности собственных активов;
- хеджирование рисков.

Для достижения этих целей, которые традиционно реализуются одновременно, банки вынуждены диверсифицировать вероятные риски, создавая различные инвестиционные портфели. Такие действия предполагают использование:

- Прямых инвестиций, целью которых является обеспечение прямого и непосредственного управления объектом инвестиций.
- Портфельных инвестиций – финансовых вложений в приобретение ценных бумаг с целью получения доходов в виде процентов, дивидендов и в результате повышения курсовой стоимости ценных бумаг.

К основным факторам, влияющим на масштабы инвестиционной деятельности банка и выбор инвестиционной политики, относятся:

- период функционирования банка;
- стратегии поведения на рынке (консервативная, умеренная или агрессивная);
- специализация банка,
- размеры банка и разветвленность сети его филиалов;
- возможность и готовность осуществлять значительные затраты, не приносящие прибыли в ближайшем будущем [1].

Наряду с факторами, влияющими на выбор инвестиционной политики и масштаб инвестиционной деятельности банков, существуют факторы, ограничивающие эту деятельность:

- неблагоприятный инвестиционный климат, который делает инвестиции невыгодными;
- отсутствие у банка значительных излишков ликвидности, что связано с

самой природой инвестиций (трансформация краткосрочных привлеченных ресурсов в более длительные вложения),

- огромные риски и возможная неликвидность самих инвестиций;
- регулирующая деятельность Национального банка Республики Беларусь, направленная на ограничение рисков (создание резервов под обесценение ценных бумаг) [3].

Для анализа инвестиционной деятельности коммерческих банков Республики Беларусь были рассмотрены шесть наиболее активных с точки зрения инвестиционной деятельности банков: ОАО «АСБ Беларусбанк», ОАО «Белагропромбанк», ОАО «Белинвестбанк», ОАО «БПС-Сбербанк», «Приорбанк» ОАО, ОАО «Белвнешэкономбанк». Доля инвестиций этих банков в общем объеме инвестиций всех коммерческих банков РБ составляет 87%. Деятельность остальных банков на инвестиционном рынке незначительна.

Был рассчитан средний темп прироста активов, направленных на инвестиционную деятельность и проанализирована инвестиционная деятельность банков за период 2010-2014.

Наблюдается абсолютный рост активов, направленных этими банками на инвестиционную деятельность. На графике (рис. 1) мы видим положительную динамику этих активов. При этом абсолютным лидером по объему инвестиций является ОАО «АСБ Беларусбанк». Третий год подряд (2013-2015) он является лучшим инвестиционным банком в Республике Беларусь. Вторую позицию занимает ОАО «Белагропромбанк», все остальные банки находятся примерно на одинаковом уровне по объему инвестиций. Выделяется здесь ОАО «Белинвестбанк», который резко увеличил за последний год активы, направленные на инвестиционную деятельность.

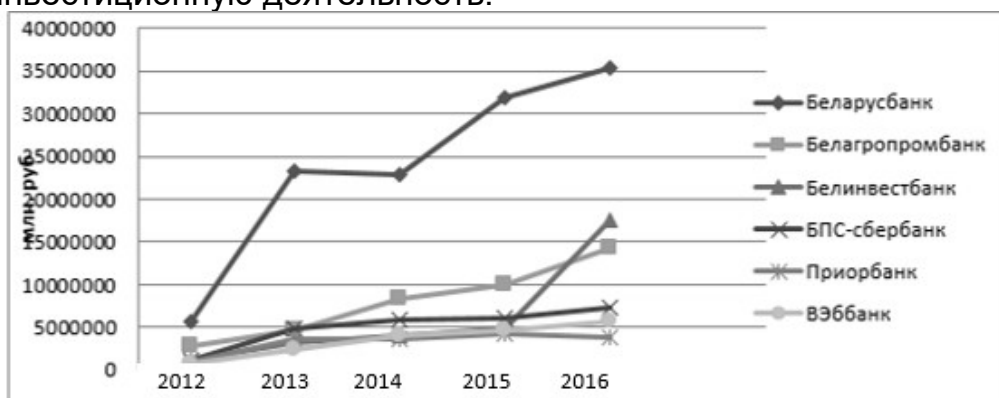


Рисунок 1 – Динамика инвестиционной деятельности банков
 Источник: собственная разработка на основе [5].

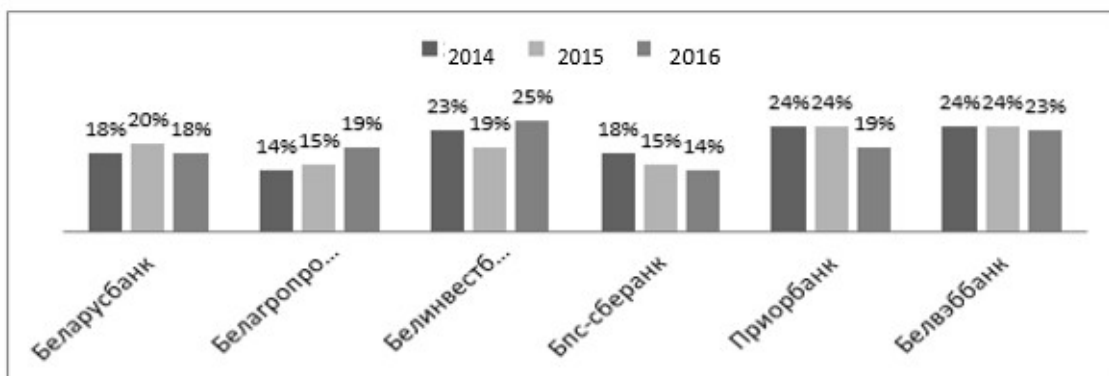


Рисунок 2 – Доля инвестиций в общем объеме активов банков
 Источник: собственная разработка на основе [5].

Также было замечено, что доля инвестиций в общем объеме активов практически всех банков (рис.2) несколько сокращается или остается неизменной на протяжении последних трех лет.

Таким образом, положительная динамика происходит только за счет увеличения общих активов банка, но доля инвестиций в общем объеме активов банков практически не меняется, а иногда даже уменьшается.

Наиболее востребованными формами инвестиционной деятельности современных коммерческих банков РБ являются производственные и финансовые инвестиции.

Одной из форм финансовых инвестиций является инвестиционный кредит, который основан на предоставлении целевого долгосрочного кредита, направленного на производственные цели на характерных для кредитования условиях (платности, срочности, возвратности).

Анализ показал, что средний темп прироста инвестиционной кредитной деятельности имеет положительную динамику, но средний прирост активов несколько ниже, чем в инвестиционной деятельности.

Мы видим, что основной формой инвестиционной деятельности для банков является предоставление инвестиционных кредитов. Однако наиболее крупные банки все-таки немного уменьшают долю кредитования и увеличивают вложения в инвестиционную деятельность.

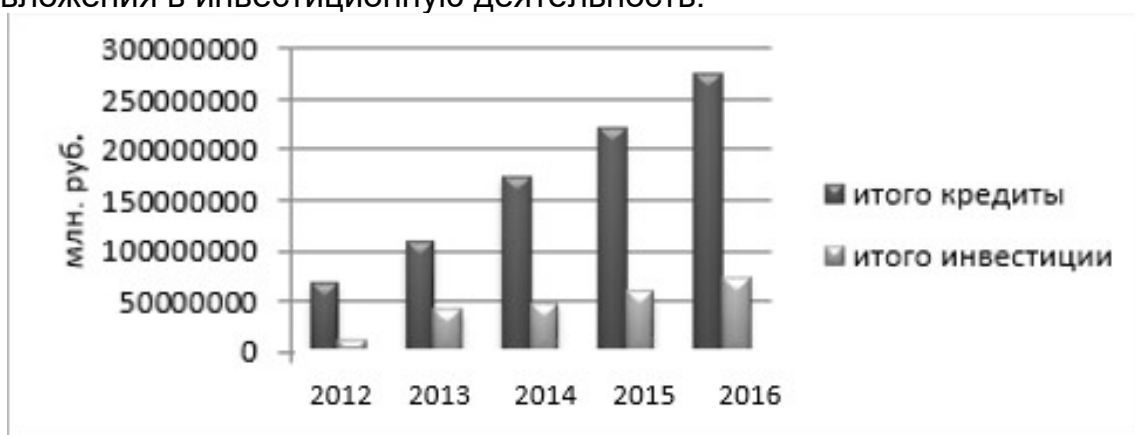


Рисунок 3 – Распределение активов банков, направленных на инвестиции и кредитование
Источник: собственная разработка на основе [5].

Тем не менее, доля активов банка, направленных на кредитование, практически в 3 раза превышает инвестиционные активы банков.

В целом, соотношение кредит – инвестиции стабильно на протяжении последних пяти лет. А в 2015 г. наблюдался незначительное (1%) уменьшение активов, направленных на инвестиционную деятельность.

Таким образом, мы видим, что инвестиционная доля банка в объемах активов банка на протяжении последних лет практически постоянна. В мировой же практике вложения в инвестиции являются одним из основных источников доходов. Беларусь пока находится на стадии становления инвестиционной деятельности.

Для повышения эффективности инвестиционной деятельности банков и возможности в достаточном объеме накапливать инвестиционные ресурсы Республике Беларусь необходима стратегия развития банковской системы, направленная на:

- развитие инвестиционных банков и небанковских структур с участием иностранного капитала;

- повышение самостоятельности банков в своем стратегическом развитии и осуществлении деятельности на основе принципа коммерческой эффективности и ответственности за конечные результаты;
- расширение и углубление взаимодействия банковского сектора экономики Республики Беларусь с другими странами, международными финансовыми организациями;
- проведение денежно-кредитной политики, отвечающей динамичному социально-экономическому развитию страны;
- уменьшение участия государства в фондах банков;
- совершенствование налогообложения банков;
- формирование нормативно-правовой базы, соответствующей новым условиям функционирования банков.

Кроме того, деятельность крупных универсальных банков в Республике Беларусь должна быть ориентирована на микс-стратегию, объединяющую совершеншение традиционных банковских операций и предоставление клиентам широкого перечня инвестиционных банковских услуг. Перспективным является предоставление банками целевых кредитов под обеспечение доходов, генерируемых объектом инвестиционной деятельности, с возможностью использования в качестве залога активов, приобретенных для реализации проекта (проектное финансирование), а также участие банков в создании самостоятельных специализированных фондов венчурного финансирования. Создание организационного механизма венчурного финансирования будет являться дополнительным стимулом к выполнению в стране рискованных проектов [4].

Список цитированных источников

1. Банковский кодекс Республики Беларусь: Кодекс Респ. Беларусь, 25 окт. 2000 г., № 441-З: в ред. Закона Респ. Беларусь от 14.06.2010 г., № 132-З// Консультант Плюс: Беларусь [Электронный ресурс]/ ООО «ЮрСпектр», Нац. Центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2002.
2. Инвестиционный кодекс Республики Беларусь: Кодекс Респ. Беларусь, 22 июн. 2001 г., № 37-З: в ред. Закона Респ. Беларусь от 09.11.2009 г., № 55-З// Консультант Плюс: Беларусь [Электронный ресурс]/ ООО «ЮрСпектр», Нац. Центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2002.
3. Финансирование и кредитование инвестиций: учеб. пособие / под ред. Т.К. Савчук. – Минск: БГЭУ, 2009
4. Новости Беларуси – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.belta.by/onlineconference/view/perspektivy-razvitija-finansovogo-rynka-belarusi-v-sovremennyh-realijah-796/>
5. Сайт Национального банка Республики Беларусь – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://nbrb.by>

УДК 339

Мартынюк А.В.

Научный руководитель: старший преподаватель Голец О.В.

ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ И ПРОБЛЕМЫ ИХ ПРИВЛЕЧЕНИЯ В РБ

Цель: изучить особенности и проблемы привлечения иностранных инвестиций в экономику РБ.

Задачи:

- Проанализировать структуру иностранных инвестиций и их влияние на экономику РБ,
- Провести анализ потоков иностранных инвестиций в экономике РБ,

- Дать анализ динамики потоков иностранных инвестиций,
- Выполнить анализ структуры иностранных инвестиций в РБ.

Актуальность: в последние годы центральной проблемой белорусской экономики является острая нехватка инвестиционных ресурсов.

Нельзя не признать тот факт, что в настоящее время инвестиции являются неотъемлемой частью современного общества. Ни одна экономика не может не то, чтобы развиваться, а существовать без инвестиций. Инвестиции – это вложения капитала с целью дальнейшего извлечения прибыли, причем вложения эти, как правило, связаны с некоторой степенью риска.

Иностранные инвестиции – инвестиции, вложенные иностранными инвесторами. Инвестиции делятся на прямые, портфельные и прочие. Прямые иностранные инвестиции – инвестиции, осуществленные прямыми инвесторами, доля которых составляет не менее 10 процентов акций и (или) паев в уставном фонде организации. Портфельные иностранные инвестиции – инвестиции в виде акций и паев, составляющих менее 10 процентов в уставном фонде организации, векселей (кроме имеющих товарный характер) и других долговых ценных бумаг. Прочие иностранные инвестиции – кредиты и займы, финансовый лизинг.

Привлечение прямых иностранных инвестиций (ПИИ) является очень важной проблемой для Республики Беларусь в силу того, что:

- во-первых, ПИИ могут поспособствовать модернизации промышленности страны;
- во-вторых, ПИИ являются долгосрочными финансовыми вложениями, которые положительно влияют на платежный баланс и на внешнеэкономический сектор;
- в-третьих, ПИИ могут поспособствовать диверсификации белорусской экономики особенно в том случае, когда они помогают выйти на новые рынки.

Приоритетными областями для прямых иностранных инвестиций в РБ являются:

- фармацевтическая промышленность,
- промышленность биотехнологии,
- нанотехнологии и наноматериалы,
- высокие технологии в промышленности,
- новые материалы,
- нефтехимическая и химическая промышленность,
- машиностроение и производство машин и оборудования,
- транспортная инфраструктура и транспортная инфраструктура,
- гражданское строительство,
- производство строительных материалов,
- сельское хозяйство,
- пищевая промышленность,
- информационно-коммуникационные технологии,
- туризм [2].

ТОП 10 стран-доноров прямых иностранных инвестиций в Республику Беларусь:

- Россия – 45,1%,
- Кипр – 30,3%,
- Соединенное Королевство – 9,0%,
- Польша – 2,6%,

- Литва – 1,9%,
- Украина – 1,2%,
- Китай – 1,1%,
- Германия – 1,0%,
- Австрия – 1,0%,
- Латвия – 0,8%,
- Доля других стран-доноров – 6,0% [4].

Структура прямых иностранных инвестиций по типам экономической деятельности за 2015:

- торговля (45,1%),
- транспорт (31,2%),
- обрабатывающая промышленность (11,6%),
- коммуникация (2,6%),
- деятельность, которая связана с компьютерными средствами (2,4%),
- операции с недвижимостью (1,8%),
- сельское хозяйство, охота и лесоводство (1,5%),
- финансовая деятельность (1,2%),

Представлен удельный вес вложения иностранных инвестиций в реальный сектор экономики РБ по областям. Согласно официальной статистике, теперь иностранные компании инвестируют в белорусскую экономику только 4% общей суммы ВВП, поэтому роль инвестиций все еще незначительна. Эксперты полагают, что возможно привлечь иностранный капитал в страну. Только с этой целью необходимо создать благоприятный инвестиционный климат.

Результаты показывают, что наиболее успешным является вложение инвестиций в страны с формирующейся экономикой - инвестиции в сектор услуг. Т. к. в нашей стране эта сфера развита плохо, то следует сосредоточиться на промышленности. Необходимо обдумать стратегию развития промышленных предприятий на 5-10 лет вперед, и только тогда мы можем предложить это видение иностранным партнерам [3].

В таблице 1 приведен анализ сильных и слабых сторон страны, для привлечения ПИИ.

Таблица 1 – SWOT – анализ привлечения ПИИ в Республику Беларусь

Сильные стороны	Слабые стороны
Выгодное географическое положение. Квалифицированная рабочая сила. Вступление в Таможенный Союз. Наличие Инвестиционного Кодекса и льгот для иностранных инвесторов. Выгодные условия работы в свободных экономических зонах и малых городах	Высокая налоговая нагрузка и условия налогового администрирования. Значительные рейдирующие барьеры для ведения бизнеса. Макроэкономическая нестабильность. Неразвитый фондовый рынок. Отсутствие благоприятного инвестиционного имиджа страны
Возможности	Угрозы
Высокий уровень экономического роста. Проведение структурных реформ в экономике. Наличие предприятий, которые могут быть приватизированы. Переход на МФСО	Низкий инвестиционный рейтинг. Высокая зависимость от импорта промежуточных товаров и угроза повышения цен на них. Ограниченные возможности по привлечению иностранного капитала

Источник: собственная разработка на основе [1].

На современном этапе для улучшения инвестиционного климата страны и повышения эффективности привлечения и использования ПИИ предлагаются следующие направления и механизмы:

1. Стимулирование локализации в Беларуси производственных цепочек крупных международных компаний на территории свободных экономических зон и создание кластеров. В стране существует ряд отраслей и секторов с высоким потенциалом в плане расширения экономических операций с зарубежными фирмами (автомобилестроение, химическая промышленность, агропромышленный комплекс, легкая промышленность, производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования, IT-сектор, инженерная и транспортная инфраструктура, исследования и разработки и др.);

2. Необходимо кардинально пересмотреть политику стимулирования привлечения ПИИ в регионы республики, так как основная масса инвестиций поступает в столичный регион.

3. Повышение мотивации государственных служащих, ответственных за привлечение ПИИ в Беларусь.

4. Расширение процессов приватизации государственного имущества.

5. Существенное улучшение условий налогообложения в Беларуси.

Список цитированных источников

1. Кнут, А. Привлечение прямых иностранных инвестиций: рекомендации для Беларуси по использованию имеющегося потенциала / А. Кнут, К. Волохонович // Немецкая экономическая группа в Беларуси. Исследовательский центр ИПМ. – Минск, 2015.

2. Dr. Albert. Birkner, LL.M. Doing Business in Belarus 2015. CHS. – Minsk, 2015.

3. Stephen Young. Investment in Belarus. – Minsk, July 2011

4. Сайт Министерства экономики Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.by/ru/pezultat-ru/>. – Дата доступа: 10.04.2016.

УДК 338.242

Мартынюк М.Э.

Научный руководитель: к.т.н, профессор Радчук А.П.

ПОВЫШЕНИЕ ПРИБЫЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В настоящее время очень актуальной для большинства белорусских предприятий является острая проблема реализации продукции. Данная ситуация усугубляется тем, что уже несколько лет в экономике наблюдается кризис.

Кроме этого, в настоящее время прослеживается низкий спрос на продукцию со стороны как физических, так и юридических лиц. Для того чтобы оставить предприятие на плаву и увеличить объём прибыли, предприятия используют какой-либо способ её увеличения. Таких способов существует всего четыре: увеличить цену, увеличить объём, сократить переменные издержки либо сократить постоянные издержки [1].

На примере продукции ОАО «БРТЗ» были рассчитаны показатели изменения прибыли при изменении данных 4-х факторов. Также рассчитано исходное состояние прибыли при средних объёмах реализации.

Таблица 1 – Исходные данные по товару «Электроплитка одноконфорочная ЭПЧ 1-1,5/220

1	2
Цена за ед., руб.	30
Объём продаж, шт.	10 000
Переменные затраты/ед., руб.	18
Постоянные затраты, руб.	90 000
Маржинальная прибыль, руб.	12

Чистая прибыль рассчитывается по формуле:

$$ЧП = (МП * Об_{\text{прод}}) - З_{\text{пост}},$$

где ЧП – чистая прибыль, руб.,

МП – маржинальная прибыль, руб.,

Об_{прод} – объём продаж, тыс. шт.,

З_{пост} – постоянные затраты, руб.

При исходных данных, представленных в таблице, чистая прибыль составит: $(12 * 10000) - 90000 = 30000$ (руб.) Изменение факторов, влияющих на прибыль, повлечёт изменение выручки и затрат. Данное изменение представлено в таблице.

Таблица 2 – Влияние факторов на прибыль

Факторы, влияющие на изменение прибыли	Влияние на:		Прибыль, тыс. руб.	Увеличение, %
	выручку, тыс. руб.	затраты, тыс. руб.		
1	2	3	4	5
Цена + 10%	+30	-	+30	+100%
Объём +10%	+30	+18	+12	+40%
Переменные затраты +10%	-	-18	+18	+60%
Постоянные затраты +10%	-	-9	+9	+30%

Из всех рассмотренных вариантов наиболее привлекательным является увеличение цены. Однако прежде чем применить данный инструмент, необходимо определить возможности её повышения. Анализ рынка сбыта и опрос маркетологов ОАО «БРТЗ» показал, что цены конкурентов на аналогичную продукцию значительно ниже, что не позволяет повысить цену на продукцию завода, т. к. сузится круг потребителей и, следовательно, сократится объём продаж данного вида продукции.

Таким образом, наиболее целесообразным является снижение переменных затрат, которые дадут ожидаемый эффект. Снижение переменных затрат позволяет повысить производительность труда основных рабочих, снизить материалоёмкость и энергоёмкость производства, ликвидировать внутривыпускные потери, а также снизить либо полностью исключить брак.

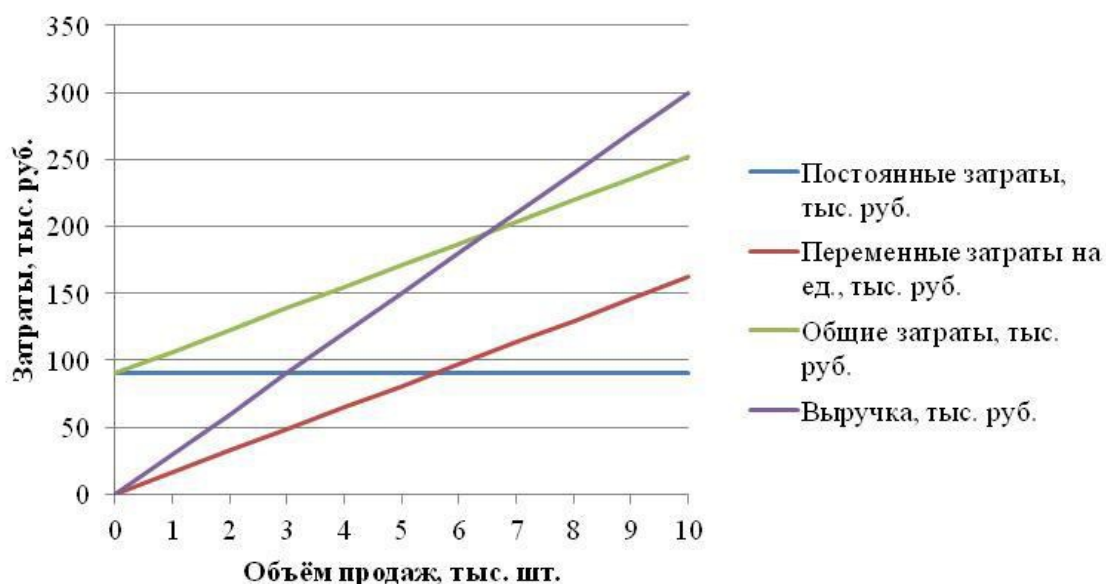


Рисунок 1 – Сокращение переменных затрат на 10%

В процессе управления прибылью очень важен такой механизм, как операционный рычаг. Он показывает, во сколько раз может измениться значение прибыли при изменении объема продаж [2]. Данный показатель рассчитывается по формуле:

$$OP = MD / П,$$

где OP – операционный рычаг,
 MD – маржинальный доход, руб.,
 П – прибыль, руб.

Для электроплитки электрической операционный рычаг равен: $(90000 + 30000) / 30000 = 4$. Действие данного инструмента рассмотрим на примере двух ситуаций.

Ситуация 1. Если предприятие планирует увеличение объема продаж на 20 %. Тогда данный процент увеличения объема продаж умножается на операционный рычаг, в результате чего мы получаем 80% изменения прибыли. В нашем случае данное изменение является положительным.

Ситуация 2. Если предприятие планирует снижение объема продаж на 20 %. Тогда прибыль также изменяется на 80%, однако уже в сторону уменьшения.

Таким образом, планирование прибыли является важной задачей в процессе повышения эффективности деятельности промышленных предприятий. Приведенные примеры показывают, что достижение цели требует наличия достоверной информации о производстве и реализации продукции, на основе чего производятся дальнейшие расчёты. В целом повышение прибыльности предприятий основывается на системе мотивации сотрудников, их персональной ответственности за результаты труда. А выбор наиболее целесообразного способа увеличения прибыли зависит от уровня компетентности и грамотности руководства.

Список цитированных источников

1. Краткий курс лекций и практические занятия по дисциплине «Управление затратами на предприятии» для магистрантов дневной и заочной формы обучения / БрГТУ. Составители: А.П. Радчук, Ю.Н. Павлючук. – Брест, 2008. – 43 с.
2. Управленческий и производственный учет. Вводный курс: учебник для студентов вузов / К. Друри – 5-е изд., перераб. и доп.- М: ЮНИТИ-ДАНА, 2012 год – 735 с.

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ БЕЛАРУСИ

Любое производство не обходится без возникновения большого количества расходов. Поэтому для обеспечения прибыльного функционирования предприятия на протяжении долгого периода времени необходимо научиться эффективно управлять затратами, чтобы в любых изменяющихся условиях их быстро переориентировать.

Традиционно под управлением затратами понимается их повсеместное сокращение путём «сбрасывания балласта за борт». При внезапном наступлении угрозы такой метод может сработать, т. к. сократится общая сумма затрат. Однако эффект от данного мероприятия является краткосрочным. В обычных условиях функционирования предприятия затраты снова ползут вверх, потому что фактически политика их распределения осталась прежней.

Таким образом, управление затратами на производственных предприятиях – это, в первую очередь, их оптимизация, а снижение затрат – отдельное направление оптимизации. Данный процесс не является задачей определённого периода с достижением конечной цели минимизации затрат. Управление затратами предполагает ежедневную, планомерную и рутинную работу, в которую должны быть вовлечены все сотрудники организации (так называемые субъекты управления затратами) [1].

Контроль затрат необходим на всех уровнях производства и управления им, однако данный процесс должен происходить сверху вниз, т. е. исходить от руководства и зависеть от его решений. Решения руководства принимаются на основе достоверной информации, которая формируется с помощью системы управленческого учёта.



Рисунок 1 – Система управленческого учёта

Рассматривая проблему калькулирования затрат и определения безубыточности производства, управленческий учёт сводят к узкому его пониманию, а именно – к производственному учёту.

Производственный учёт – это учёт, который обеспечивает калькулирование и контроль себестоимости объектов затрат. Внедрение системы производственного учёта предусматривает изучение организационной структуры, проектирование документооборота, выбор системы калькулирования продукции, подход к постоянным производственным расходам, выбор соответствующего метода контроля затрат. Данные этапы формируют отдельные блоки системы производственного учёта, взаимосвязь которых представлена на рисунке 2.

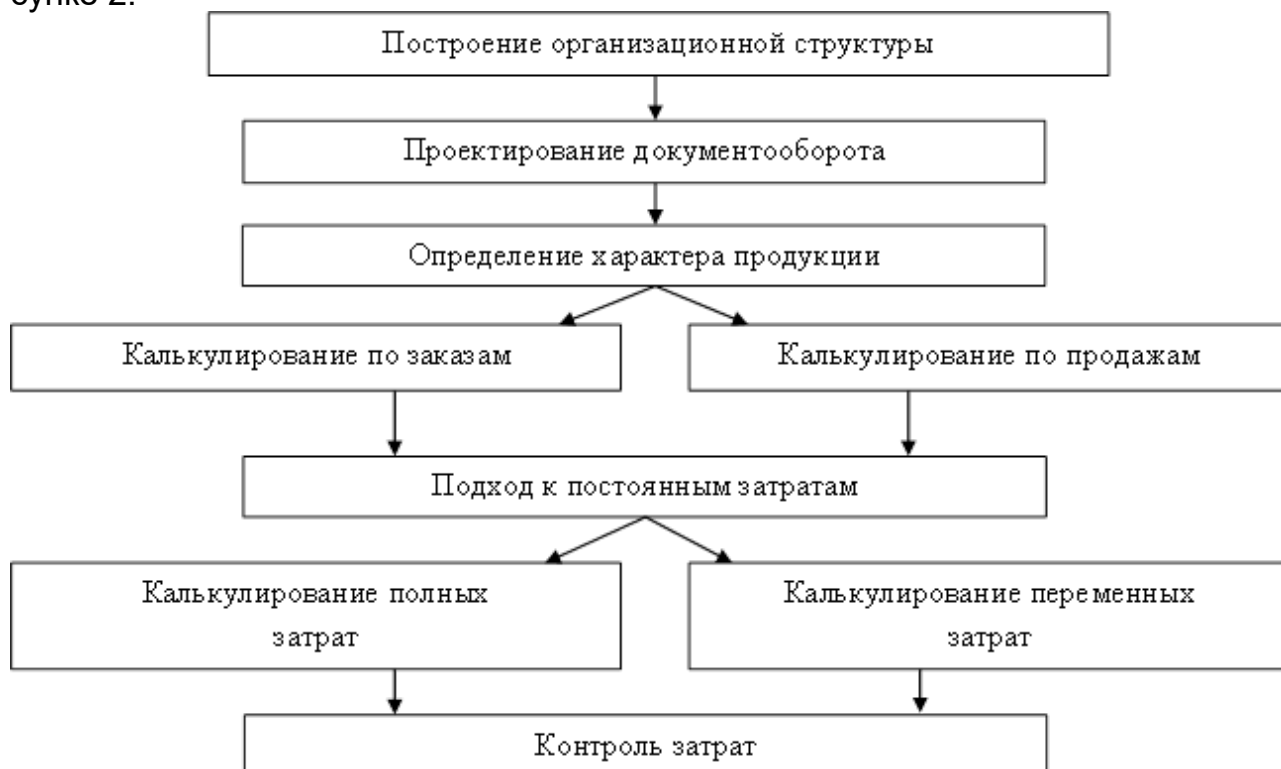


Рисунок 2 – Система производственного учёта

Одним из важнейших принципов создания системы управленческого и, в частности, производственного учёта должно стать формирование информации, достаточной для сопоставления доходов и расходов по различным центрам ответственности хозяйствующего субъекта.

Центр ответственности – сегмент деятельности, в пределах которой устанавливается персональная ответственность менеджера за показатели деятельности, которые он контролирует.

Учёт затрат по центрам ответственности позволяет влиять на увеличение производительности труда и сокращение производственных затрат.

Существует четыре типа центров ответственности: центр доходов, центр затрат, центр прибыли и центр инвестиций.

Центр доходов – центр ответственности, руководитель которого контролирует сумму поступлений, но не контролирует затраты на производство продукции. В качестве центра доходов на промышленном предприятии можно выделить отдел сбыта и маркетинга. Соответственно, начальник данного отдела будет нести персональную ответственность за увеличение дохода от продаж, увеличение объёма продаж, повышение качества обслуживания кли-

ентов, привлечение новых клиентов, исследование рынка сбыта и анализ потребительских предпочтений.

Центр затрат – центр ответственности, руководитель которого контролирует все понесённые затраты на производство продукции. Большинство подразделений на предприятиях являются центрами затрат.

Центр прибыли – центр ответственности, руководитель которого контролирует финансовый результат организации в целом. К центрам прибыли можно отнести бухгалтерию, планово-экономический отдел. Руководитель центра – заместитель директора по коммерческим вопросам, главная задача которого – максимизация прибыли.

Центр инвестиций – центр ответственности, руководитель которого контролирует одновременно доходы, затраты и прибыль. В качестве руководителя центра инвестиций, как правило, выступает директор предприятия.

Разделение промышленных предприятий по центрам ответственности позволяет создать систему самоконтроля, повысить эффективность деятельности каждого отдела и организации в целом, а также целесообразно распределять бюджет организации [2].

Таким образом, процесс управления затратами на промышленных предприятиях Беларуси основан на правильной организации всех ресурсов, находящихся в распоряжении руководства предприятия: финансовых, материальных, трудовых и т. д. Управление данными ресурсами образует одну систему, которая называется системой управленческого учёта. Выделение из этой системы деятельности по непосредственному контролю затрат представляет собой производственный учёт. Построение двух видов учёта предусматривает наличие компетентного руководства предприятия, системы мотивации сотрудников и их заинтересованности в результатах труда, а также личной ответственности каждого работника за отдельные операции либо виды деятельности.

Список цитированных источников

1. Краткий курс лекций и практические занятия по дисциплине «Управление затратами на предприятии» для магистрантов дневной и заочной формы обучения БрГТУ / Составители: А.П. Радчук, Ю.Н. Павлючук. – Брест, 2008. – 43 с.

2. Управленческий и производственный учет. Вводный курс: учебник для студентов вузов / К. Друри – 5-е изд., перераб. и доп.- М: ЮНИТИ-ДАНА, 2012 г. – 735 с.

УДК 338.431.2

Некрашевич Т.С.

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

РАЗРАБОТКА НАПРАВЛЕНИЙ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «СГЦ «ЗАПАДНЫЙ»

Введение. Одним из основных направлений совершенствования агропромышленного комплекса является снижение затрат на производство. При этом существенным аспектом является поиск новых технологий, позволяющих при меньших затратах обеспечивать выпуск большого объема продукции, что в конечном итоге ведет к росту рентабельности.

Ввиду того, что сельское хозяйство в нашей стране является ведущей от-

раслью экономики, это является особо актуальным. Республику Беларусь можно назвать сельскохозяйственной страной, и эта отрасль существовала на протяжении всей истории. Доля сельскохозяйственной продукции в общем объёме ВВП составляет 6,3%. Сельское хозяйство занимает 4 место по количеству занятого населения.

Основная часть. С ростом доходов у населения увеличивается потребление мяса. По структуре потребления мясных продуктов потребление свинины в нашей стране составляет 41%, говядины 27%, птицы 28%, другое 3%. Свинина – это тот продукт, который востребован на нашем рынке и на рынках соседних стран. При увеличении производства свинины и при снижении затрат можно увеличить экспорт данного продукта в соседние страны и за счёт снижения цены добиться значительного увеличения потребления продукта населением на внутреннем рынке.

Анализ будет проводиться по всем свиноводческим комплексам Брестской области. Расчет экономической эффективности будет рассматриваться на примере ОАО «СГЦ «Западный» Брестского района.

Проведя анализ статистических данных свиноводческих комплексов, выявили два показателя, которые значительно отличаются по объектам исследования. Это количество рожденных поросят на свиноматку и вес одной головы реализованной свиньи на мясокомбинат.

Среди свинокомплексов лидером по Брестской области по количеству рожденных поросят на свиноматку является ОАО «Пинский КХП» с показателем 12,92 поросенка, наименьший показатель – СПК «Восходящая заря» – 8,94 поросенка на опорос. Средний показатель по 11 свинокомплексам Брестской области по количеству рожденных поросят на одну свиноматку – 10,06 поросят. В ОАО «СГЦ «Западный» он равен 10,09 поросёнка на опорос.

Самый большой вес 1 головы реализованной свиньи в СПК «Восходящая заря» Кобринского района – 152 кг, при этом этот показатель по данному свинокомплексу имеет положительную динамику – 135 кг в 2015 году и 152 кг в 2016 году. Рост за год на 12,5%. В то время самый маленький вес – ОАО «Пинский КХП» - 100 кг. Разница между хозяйствами – 52 кг. Средний показатель по 11 свинокомплексам Брестской области по весу 1 головы свиньи, реализованной на мясокомбинат – 116 кг. В ОАО «СГЦ «Западный» он равен 103 кг.

Рассмотрим экономический эффект от увеличения количества полученных поросят на один опорос. Средний показатель затрат на одну свиноматку в период от осеменения до опороса – 500 бел. руб. Среднее количество поросят, полученных на один опорос, по свинокомплексам Брестской области равно 10,06. Следовательно один поросёнок при рождении равен $500:10,06=40,702$ бел. руб., при этом наихудший результат у СПК «Восходящая заря» Кобринского района – 8,94 поросят. Таким образом, себестоимость одного рождённого поросёнка равна $500:8,94=55,928$ бел. руб., на 6, 226 бел. руб. больше среднего значения, наилучший результат на свинокомплексе «Пинский КХП» свинокомплекс Бокиничи – 12,92 поросёнка, себестоимость одного поросёнка $500:12,92=38,6997$ бел. руб., что на 11,0023 бел. руб. меньше среднего, т. е. разница между наименьшей и наибольшей себестоимостью одного поросёнка $55,928-38,6997=17,2283$ бел. руб.

Рассмотрим данные по количеству поросят на один опорос на ОАО «СГЦ «Западный».

В 2014 и 2015 годах количество полученных на один опорос поросят оста-

вался равным 10,02, а в 2016 году увеличился на 0,07 до 10,09 поросёнка. Таким образом, себестоимость одного поросёнка снизилась на $500:10,02 - 500:10,09 = 0,346$ бел. руб.

Показатель 10,09 поросят на один опорос низкий относительно зарубежных предприятий. По статистике Европейских стран, количество поросят на один опорос варьирует от 11,12 в Италии, до 14,0 в Дании. Используя спермопродукцию от датских хряков, количество поросят на 1 опорос может возрасти до 13 поросят, и себестоимость одного поросенка при рождении будет равна $500:13 = 38,461$ бел. руб., что на $49,554 - 38,461 = 11,093$ бел. руб. меньше настоящей. Получение поросят в ОАО «СГЦ «Западный» за 2016 год составило 177000 голов. При разнице в себестоимости в 11,093 бел. рублей экономия составит 1963461 бел. руб.

Следующий показатель, который мы будем изменять, чтобы снизить затраты, будет вес одной реализованной головы.

Рассмотрим три варианта технологии производства.

Первый вариант – это используемые в настоящее время технологии производства. Осеменение 1800 свиноматок в месяц.

При существующей технологии содержание свиней 28 дней в группе поросят-сосунов, 60 дней – в группе поросят-отъемышей и 90 дней – в группе откорма, общий срок содержания свиней 178 дней. Количество полученных поросят в месяц – 13860, передано в группу отъемышей – 13583, на откорм – 12632, на мясокомбинат – 12000.

Второй вариант – увеличение количества осеменённых свинок на 100 голов, следовательно, необходимо осеменить 1900 голов в месяц.

Тогда количество полученных поросят будет равно 14630, передано в группу отъемышей – 14337, на откорм - 13334, на мясокомбинат 12667. Так как количество станкомест остается неизменным, то мы вынуждены будем уменьшить количество дней содержания свиней в группах, однако согласно нормам, поросята должны содержаться в группе поросят-сосунов 28 дней, поэтому сократится количество дней содержания в группе поросят-отъемышей и свиней на откорме. Количество дней на отъёмышьях и на откорме рассчитывается путём деления количества станкомест на частное от деления количества поросят, преданных в данную группу на 30 (дни в месяце) минус десять дней на дезинфекцию.

Таким образом, на отъёмышьях мы содержим 56,3 дня, на откорме – 84,7 дней, общий срок содержания – 169 дней.

Третий вариант – уменьшить количество осеменённых свиноматок на 100 голов до 1700 голов в месяц.

Тогда количество полученных поросят равно 13050, отъемышей – 12828, на откорме – 11930, на мясокомбинат – 11334. За счет уменьшения количества свиней мы имеем возможность держать свиней 64,1 дней в группе поросят-отъемышей и 95,9 дней в группе откорма, общий срок содержания свиней – 188. Расчеты изменяемых показателей во всех трех вариантах производятся на основании одинаковых, не изменяющихся показателей. Процент оплодотворяемости – процент свиноматок, которые после осеменения оплодотворились, в нашем случае он равен 77%. Выход деловых поросят на опорос – количество жизнеспособных поросят, полученных от одной осеменённой свиноматки, данный показатель возьмем равным 10, это среднее значение для свиного комплекса ОАО «СГЦ «Западный».

Процент сохранности поросят-сосунов, отъемышей, свиней на откорме –

процент свиней, которые выжили в данной группе и переданы в другую группу или на мясокомбинат в случае со свиньями на откорме.

Количество дней для мойки и дезинфекции – количество дней, от выбытия из данных станкомест свиней, до следующего заселения этими свиньями этих станкомест, это необходимо для соблюдения мер санитарной безопасности.

Количество станкомест в группе поросят-отъемышей, свиней на откорме равно максимальному количеству свиней, которые могут находиться на данном этапе.

Себестоимость одного килограмма живого веса на группе поросят-сосунов равна 5,3 денонмированных бел. руб. за один килограмм, на группе поросят отъемышей – 2,4, на группе свиней откорма – 2,0 бел. руб.

Таблица 1 – Три варианта технологии производства свинины

1-й вариант	2-й вариант	3-й вариант	Показатели
1700	1800	1900	Ко-во свиноматок, осемененных в месяц
Получение поросят-сосунов			
77	77	77	% оплодотворяемости по деловым опоросам
10	10	10	Выход деловых поросят на опорос
13090	13860	14630	Получение поросят в месяц
98	98	98	% сохранности сосунов
12828	13583	14337	Передано поросят в группу отъемышей
Поросята-отъемыши			
64,1	60	56,3	Ко-во дней содержания в группе отъемышей
10	10	10	Ко-во дней для мойки и дезинфекции сектора
31700	31700	31700	Ко-во станкомест в группе отъемышей
93	93	93	% сохранности отъемышей
11930	12632	13334	Передано поросят на откорм
Свиньи на откорме			
95,9	90	84,7	Ко-во дней содержания на откорме
10	10	10	Ко-во дней для мойки и дезинфекции сектора
42100	42100	42100	Ко-во станкомест на откорме
95	95	95	% сохранности на откорме
11334	12000	12667	Количество свиней, сдаваемых на мясокомбинат

Таблица 2 – Расчет экономических показателей при технологии осеменения 1800 голов свиней

Сосуны	Отъемыши	Откорм	Итого:	
28	60	90	178	Дней содержания в группе
5,3	2,4	2		Себестоимость 1 кг живого веса
0,25	0,5	0,75		Среднесуточный привес, кг
8	30	67,5	105,5	Прирост живого веса за период содержания в группе
42,4	72	135	249,4	Себестоимость полученного живого веса
			2,36398	Себестоимость 1 кг живого веса при сдаче на мясокомбинат
			1266000	Объем свинины, сдаваемой на мясокомбинат в месяц в живом весе, кг

Таблица 3 – Расчет экономических показателей при технологии осеменения 1700 голов свиней

Сосуны	Отъемыши	Откорм	Итого:	
28	64,1	95,9	188	Дней содержания в группе
5,3	2,4	2		Себестоимость 1 кг живого веса
0,25	0,5	0,75		Среднесуточный привес, кг
8	32,1	71,9	112	Прирост живого веса за период содержания в группе
42,4	77,04	143,8	263,24	Себестоимость полученного живого веса
			2,35036	Себестоимость 1 кг живого веса при сдаче на мясокомбинат
			1344000	Объем свинины, сдаваемой на мясокомбинат в месяц в живом весе, кг

Таблица 4 – Расчет экономических показателей при технологии осеменения 1900 голов свиней

Сосуны	Отъемыши	Откорм	Итого:	
28	56,3	84,7	169,1	Дней содержания в группе
5,3	2,4	2,0		Себестоимость 1 кг живого веса
0,25	0,5	0,75		Среднесуточный привес, кг
8	28,2	63,5	99,7	Прирост живого веса за период содержания в группе
42,4	67,68	127,0	237,08	Себестоимость полученного живого веса
			2,37793	Себестоимость 1 кг живого веса при сдаче на мясокомбинат
			1196400	Объем свинины, сдаваемой на мясокомбинат в месяц в живом весе, кг

Таблица 5 – Расчет экономического результата при трёх вариантах технологии свиней

Осеменение свиноматок в месяц	Цена свинины в живом весе 1 кг при продаже на мясокомбинат, бел. руб.	Себестоимость, бел. руб.	Разница между ценой и себестоимостью, бел. руб.	Объем свинины, сдаваемой на мясокомбинат в месяц в живом весе, кг	Прибыль в месяц, бел. руб.
1700	2,6	2,35036	0,24964	1344000,0	335516,160
1800		2,36398	0,23602	1266000,0	298801,320
1900		2,37793	0,22207	1196400,0	265684,548

Мы видим, что при увеличении количества осеменений мы получаем больше поросят, но при имеющемся количестве мест для содержания поросят мы снижаем вес одной головы и итоговое получение свинины в живом весе меньше, чем если бы мы получали технологическое количество поросят. При уменьшении получения поросят и увеличении сроков содержания на откорме средний вес одной свиньи, сдаваемой на мясокомбинат, увеличивается, и несмотря на то, что на мясокомбинат мы меньше сдаем свиней, но большей массой, в конечном итоге мы имеем больше объема продукции – свинины в живом весе. Так же видим, что уменьшение количества осемененных голов свиней ведет к уменьшению себестоимости и увеличению прибыли.

Из 3 вариантов наименьшая себестоимость, наибольший объем производства свинины и наибольшая прибыль в случае осеменения 1700 голов свиноматок в месяц. А при имеющейся технологии предприятие получает прибыль 298801,320 бел. руб., что на 36714,840 бел. руб. меньше, чем при осеменении 1700 голов. А разница между вариантом осеменения 1700 и 1900 голов 69831,612 бел. руб., следовательно, предприятию нельзя увеличивать количество осеменяемых голов свиней, а желательно сократить осеменение на 100 голов.

Заключение. Таким образом, проведенное исследование позволило выявить два направления развития свиноводческих комплексов.

Первое – это вложение дополнительных денег на закупку спермопродукции от датских хряков, которое приведет к увеличению количества поросят до 13 голов с одного опороса и уменьшению себестоимости одного поросенка.

Второе – согласно нашим расчётным данным вес свиней в 105,5 кг является технологичным. Увеличение веса свыше 105,5 кг является экономически целесообразным шагом, особенно если позволяет количество мест для разных половозрастных групп свиней.

В целом, реализация предложенных мероприятий приведет к росту рентабельности свиноводческих комплексов.

УДК 330.34:502.1

Никонюк А.А.

Научный руководитель: доцент, Обуховская О.А.

«ЗЕЛЁНАЯ ЭКОНОМИКА»: КОНЦЕПЦИИ И ПРЕДПОСЫЛКИ ЕЁ РАЗВИТИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Целью настоящей работы является усиление внимания к проблеме внедрения «зелёной экономики» в современном мире.

После Второй мировой войны во всем мире начался процесс индустриализации, который содействовал небывалому экономическому подъёму во многих странах мира. Целью являлось достижение довоенных объемов производства. Экологичность отходила на второй план. Именно поэтому в конце XX – начале XXI века во многих странах мира остро встал вопрос о более эффективном внедрении экологических ресурсов в процесс производства, а также более рациональной их добыче. За последние два десятилетия сформировалось такое понятие, как «зелёная экономика». Оно объединило в себе различные направления экономической науки и философии: феминистическая экономика, антипотребительство, антиглобализм, постмодернизм, ресурсоориентированная экономика, экологическая экономика, экономика окружающей среды, антирост, антипотребительство, антиглобализм, зелёный анархизм, зелёная политика, теория международных отношений и др.

«Зелёная экономика» представляет собой систему видов экономической деятельности, связанную с процессом производства, распределения и потребления товаров и услуг, которые в конечном итоге должны привести к повышению благосостояния населения, не подвергая его при этом экологическим рискам.

Программа Организации объединённых наций по охране окружающей среды (UNEP) определяет «зелёную экономику» как инструмент, приводящий к

повышению благосостояния людей и социального равенства, и значительно снижающий неблагоприятное воздействие на окружающую среду и риски экологической деградации [1].

Концепции «зелёной экономики» включают в себя:

1. Наличие эффективного законодательства в области охраны окружающей среды, энергообеспечения и энергоэффективности, внедрения возобновляемых источников энергии;
2. Внедрение аспектов устойчивого производства и потребления;
3. Необходимое увеличение инвестиций в «зелёную экономику»;
4. Решение проблем изменения климата, охраны озонового слоя, комплексного управления водными ресурсами;
5. Поддержка и исследование инноваций;
6. Разработка и распространение экологически чистых технологий;
7. Образование и подготовка человеческого потенциала для «озеленения» экономики;
8. Предоставление соответствующей информации.

Инициатива по «зелёной экономике» основана на трёх основных принципах:

- оценка и выдвигание на первый план природных услуг на национальном и международном уровнях;
- обеспечение занятости населения за счёт создания «зелёных» рабочих мест и разработки соответствующей политики;
- использование рыночных механизмов для достижения устойчивого развития.

Большую роль в продвижении концепции «зелёной экономики» в жизнь внесла Экономическая и Социальная Комиссии для Азии и Тихого океана (ЭСКАТО), членами которой из стран постсоветского пространства являются Армения, Азербайджан, Грузия, Казахстан, Кыргызстан, Россия, Таджикистан, Узбекистан и Туркменистан. По инициативе ЭСКАТО в 2005 г. была принята стратегия «зелёного» роста, которая первоначально включала четыре приоритетных направления: рациональные модели потребления и производства; «озеленение» предприятий и рынков; устойчивая инфраструктура и «зелёная» налоговая и бюджетная реформы. Впоследствии были добавлены еще два направления – инвестирование в природный капитал и показатели экологической эффективности [2].

Существует ряд условий, необходимых для перехода к модели «зелёной» экономики. Среди них:

- Политика государственных закупок, поощряющая производство экологической продукции;
- Ценообразование, соответствующее принципам устойчивого развития;
- Реформирование системы «экологического» налогообложения;
- Рост государственных инвестиций, соответствующих принципам устойчивого развития;
- Целевая государственная поддержка;
- Социальные стратегии, призванные обеспечить согласование между социальной и экономической стратегиями.

На сегодняшний день «зелёная экономика» активно практикуется во многих странах мира.

Одним из показателей оценки внедрения «зелёной экономики» является индекс экономической эффективности.

Индекс экологической эффективности — это глобальное исследование и сопровождающий его рейтинг стран мира по показателю нагрузки на окружающую природную среду и рационального использования природных ресурсов. Данный индекс рассчитан по методике Центра экологической политики и права при Йельском университете совместно с группой независимых международных экспертов, использующих в своей работе, наряду с аналитическими разработками, статистические данные национальных институтов и международных организаций.

Индекс измеряет достижения страны с точки зрения состояния экологии и управления природными ресурсами на основе 22 показателей в 10 категориях, которые отражают различные аспекты состояния окружающей природной среды и жизнеспособности её экологических систем, сохранение биологического разнообразия, противодействие изменению климата, состояние здоровья населения, практику экономической деятельности и степень её нагрузки на окружающую среду, а также эффективность государственной политики в области экологии.

Далее мы хотим привести рейтинг 10 стран по индексу экологической эффективности:

1. Финляндия	90.68
2. Исландия	90.51
3. Швеция	90.43
4. Дания	89.21
5. Словения	88.98
6. Испания	88.91
7. Португалия	88.63
8. Эстония	88.59
9. Мальта	88.48
10. Франция	88.20

Исходя из статистики, мы можем сделать вывод, что европейские страны достаточно эффективно реализуют модель «зелёной экономики». Кроме того, в экономике этих стран высока доля здравоохранения и значителен социальный сектор.

Несмотря на все преимущества «зелёной экономики»: рост ВВП, увеличение доходов на душу населения, рост занятости, необходимо акцентировать внимание и на существующие недостатки данной модели экономики [3]:

- Узкая направленность данной экономики;
- Применение одинаковых подходов к разным странам, без учета специфики отдельно взятой страны;
- Риски, связанные с торговым режимом.

Подводя итог, можно сказать, что все возможные риски при внедрении «зелёной» экономики могут быть компенсированы, если государства будут следовать всем требованиям, правилам и нормам. Эта новая модель экономики, внедряемая уже во многих странах, показала свою эффективность и безопасность по отношению к природе и населению. Она может кардинально изменить финансовое положение многих стран мира и, возможно, поможет некоторым из них выйти из мирового финансового кризиса.

Список цитированных источников

1. «Зелёная экономика» - особая модель экономики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://greeneconomy.minpriroda.gov.by/ru/zelenaya-economika/>. – Дата доступа: 10.05.2017.

2. «Зелёная экономика» - новый вектор устойчивого развития [Электронный ресурс] // Международный центр торговли и устойчивого развития. – Режим доступа: <http://www.ictsd.org/bridges-news/>. – Дата доступа: 10.05.2017.

3. «Зелёная экономика»: перспективы, выгоды и риски с точки зрения устойчивого развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ictsd.org/bridges-news/>. – Дата доступа: 11.05.2017.

УДК [339.9:502.1](476)

Никонюк А.А.

Научный руководитель: доцент, Обуховская О.А.

«ЗЕЛЁНАЯ ЭКОНОМИКА»: ОПЫТ ЕЁ ВНЕДРЕНИЯ В ЕВРОСОЮЗЕ И БЕЛАРУСИ

Целью настоящей работы является анализ функционирования «зеленой экономики» в ЕС и Беларуси.

Анализируя показатели экологической эффективности, можно заметить, что многие европейские страны занимают лидирующие позиции. Это говорит о том, что инвестиции в этих странах поступают в необходимые для внедрения «зелёной экономики» сектора: экологический, социальный и правовой. Проводятся различные мероприятия: от Дня отказа от автомобиля до открытия новых экологически чистых производств.

«Зеленая экономика» в ЕС ориентирована на проблемы второго поколения: проблемы изменения климата и утраты биоразнообразия, обобщенные решения проблем первого класса.

Основными направлениями являются:

- Переход к низкоуглеродной, ресурсоэффективной и безопасной экономике;
- Повышение эффективности использования земель, воды, полезных ископаемых и сырья;
- Разработка обучающих программ;
- Переход к «зелёным» государственным закупкам;
- Разработка законодательства ЕС;
- Производство «зелёной» продукции и уменьшение отходов на всех стадиях жизненного цикла продукции.

Для достижения поставленных целей существует ряд инструментов:

1. Экоинновации

Инновационные продукты и процессы, которые способствуют снижению воздействия на окружающую среду и поддержке стабильной производительности и потребления.

2. Экомаркировка

Включает в себя комплекс сведений экологического характера.

3. Экодизайн

Направление в дизайне, уделяющее ключевое внимание защите окружающей среды.

4. Органическое сельское хозяйство

Система производства, которая способствует оздоровлению почв, экосистем и населения.

5. Экосистемные услуги

Выгоды, которые люди получают от экосистем.

В мире первые проекты в области экологического развития появились ещё в далёких 70-х годах прошлого века. И некоторые страны уже добились определенных результатов в данной сфере. Приведём некоторые примеры, подтверждающие вышесказанное:

Казахстан: 15 июня 2016 года в рамках совместного проекта ЕС/ПРООН/ЕЭК ООН «Поддержка Казахстана для перехода к модели «зелёной экономики» состоялся информационный тур в Костанайскую область на демонстрационные участки, где в комплексе были установлены водосберегающие технологии, а именно: капельное орошение, гидрогель и агроволокно.

А в столице Казахстана Астане в этом году пройдет ЭКОВыставка-2017, которая будет посвящена «зелёной экономике». В данном масштабном мероприятии примут участие видные политики, ученые с мировым именем, Нобелевские лауреаты, инвесторы, представители международных организаций и бизнес сообществ. Мероприятие откроется 29 июня и закончит свою работу 4-5 сентября. Форум пройдет по 12 тематическим сериям, которые посвящены глобальным энергетическим вызовам и проблемам. Итоговым документом форума станет «Манифест принципов и ценностей ЭКСПО-2017».

Польша. Не меньшее внимание развитию "зелёной экономики" уделяется в Польше, с этой целью в стране внедрена специальная система «зелёного мониторинга».

В 2015 году Польша заняла по различным показателям 42-ю и 56-ю строчки в индексе глобальной "зелёной экономики". На охрану окружающей среды государство ежегодно тратит 1,5-2 миллиона евро. Однако, в соответствии с требованиями Евросоюза, на эти цели должно направляться гораздо больше средств – порядка 3 % от ВВП. Но и сейчас на благо природы в Польше делается немало: к примеру, создана поддерживающая финансовая система от Фонда охраны окружающей среды, средства из которого направляются на реализацию различных программ. В рамках одной из них за несколько последних лет в стране было модернизировано множество зданий с учетом новейших экологических требований. Кроме того, в Польше разрабатывается государственная лесная программа, направленная на создание новых рабочих мест, развитие сектора лесоматериалов, интеграцию лесной стратегии в сельских областях.

Ещё в 70-е годы прошлого века энтузиасты стали экспериментировать с энергоэффективными домами. За последнее десятилетие в Европе базовые технологии «зелёного» строительства проработаны основательно, а проекты стали более масштабными. Например, изобретатель из Казахстана разработал новый экологический строительный материал полистиролбетон, дающий колоссальный экономический эффект.

Одним из инновационных проектов в рамках международного развития «зелёной экономики» станут вводимые уже в 2017 году в Нидерландах «дороги будущего».

Дороги будут состоять из отдельных полых секций, соединенных между собой. Переработанный пластик, который не подвержен коррозии и воздействию атмосферных условий, способен выдерживать температуры от минус 40 до плюс 80 градусов по Цельсию. Срок эксплуатации такого покрытия может быть примерно в три раза больше, чем у асфальтового.

Отсутствие необходимости проводить постоянный ремонт снизит количество дорожных пробок. Другим преимуществом пластиковой дороги является легкость её монтажа в песчаную и истощенную почву. Кроме того, полые ниши внутри панелей могут служить для отвода воды, а также применяться для прокладки труб и кабелей. К тому же, строительство таких дорог будет занимать недели, а не месяцы. Пластиковая дорога легкая, что уменьшает давление на землю, и полая, что обеспечивает быстрый доступ к подземным коммуникациям. Единственный минус пластиковой дороги состоит в том, что во время дождя она может быть скользкой.

Что касается Беларуси, модель «зелёной экономики» только начала вводиться. Согласно Национальному плану от 2016 года, Беларусь должна осуществить полный переход к «зеленой экономике» к 2020 году, в течение которого планируется реализовать около 40 мероприятий.

Правительство Республики Беларусь видит следующие перспективы в данной области:

- Наличие долгосрочных и среднесрочных, программных и плановых отраслевых документов;
- Действия по приведению законодательства страны в соответствие с законодательством ЕС;
- Хорошо развитая система государственного управления;
- Возможность для внедрения разрешений и экономических рыночных инструментов;
- Высокий профессиональный уровень;
- Развитие научно-исследовательской инфраструктуры;
- Развитая система контроля за состоянием окружающей среды.

По индексу экологической эффективности на 2016 год Республика Беларусь занимает 35-е место среди 180 стран. Так же наша страна является членом Международного агентства по возобновляемой энергии (IRENA) с момента создания агентства в 2009 году. В свою очередь, Европейский Союз в сотрудничестве с Республикой Беларусь начал реализацию проекта по «зелёной экономике». Целью данного проекта является продвижение механизмов «зелёной экономики» в Беларуси [1].

Согласно проекту, приоритетные направления развития «зелёной экономики» в Республике Беларусь [2] заключаются в следующем:

- 1) развитие электротранспорта, реализация концепции «умных» городов;
- 2) повышение энергоэффективности жилищного фонда;
- 3) снижение энергоёмкости валового внутреннего продукта;
- 4) использование возобновляемых источников энергии;
- 5) производство органической продукции;
- 6) развитие экологического туризма.

Примером успешной работы с ЕС стал инвестиционный проект по модернизации ПКУП «Коммунальник» на 2015-2019 гг.

Часть полученной от реализации плана модернизации прибыли предприятие направило на проведение проектных работ:

- по реконструкции котельной;
- по строительству площадки для переработки древесных отходов;
- проектные работы по строительству цеха по производству пеллет (цилиндрические гранулы из древесных отходов).

Вместе с тем в Республике Беларусь существует ряд факторов, препятствующих переходу к «зелёной экономике». Среди них следует отметить:

- зависимость от внешних источников энергии;
- низкий уровень прямых иностранных инвестиций;
- низкая доля частного сектора при высокой степени централизации экономики;
- слабый сектор малого и среднего бизнеса;
- неподготовленность сельского хозяйства к экологически чистому фермерству;
- недостаточная государственная поддержка;
- ограниченное знание английского языка в государственной администрации.

Даже при данном уровне развития страны и количестве финансовых ресурсов Беларусь может похвастаться своими инновациями. В октябре 2016 ОАО «Управляющая компания холдинга «Белкоммунмаш» в Минске представила электробус. Эта модель объединяет в себе преимущества троллейбуса и автобуса. В декабре 2016 он впервые появился на улицах города. Технику необходимо заряжать после каждого маршрута, на это уходит около 5 минут, а заряда хватает на 15 км при том, что машина сама является источником энергии. На сегодняшний день Беларусь получила заявки от Румынии, Швейцарии, Болгарии на поставку электробусов.

По мнению экспертов, Беларусь к 2020 году должна догнать европейские страны по эффективности внедрения экологических принципов в производство и социальный сектор. Сотрудничая со странами мира, в которых уже давно функционирует «зелёная экономика», наша страна может получить определенный опыт, разработать новые идеи и внедрить новые проекты. На наш взгляд, Республика Беларусь обладает достаточным потенциалом для достижения поставленных целей.

Список цитированных источников

1. Техническая помощь для поддержки развития "зелёной" экономики в Беларуси [Электронный ресурс] // Green Economy Belarus. – Режим доступа: <http://greeneconomy.minpriroda.gov.by/ru/>. – Дата доступа: 11.05.2017.
2. «Grüne Umgestaltung» des belarussischen wirtschaftlichen Modells [Electronic resource]. – Режим доступа: http://belarusfacts.by/de/belarus/economy_business/green/. – Дата доступа: 07.05.2017.

УДК 65.0

Новикова А.В.

Научный руководитель: к.э.н, доцент Граник И.М.

АУТСОРСИНГОВАЯ БИЗНЕС-МОДЕЛЬ СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР

В условиях белорусской экономики актуальным остается вопрос о повышении конкурентоспособности предпринимательского бизнеса. Одной из возможностей для достижения повышения конкурентоспособности является грамотное построение бизнес-модели современной предпринимательской структуры.

Бизнес-модель – это основа любой организации, с её помощью предприятие создает ценность, способную приносить прибыль. Построение бизнес-

модели не спонтанный процесс, а хорошо обдуманый путь реализации стратегий компании для обеспечения конкурентоспособности на рынке.

Формализация всех компонентов бизнеса потребовала от разработчиков бизнес-моделей их описания. Рассмотрим наиболее успешные из них:

– бизнес-модель Остервальдера–Пенье. Александр Остервальдер и Ив Пенье предлагают разделить процесс ведения бизнеса на девять блоков, каждый из которых отражает деятельность компании, направленную на получение прибыли: потребительские сегменты, ценностные предложения, каналы сбыта, взаимоотношения с клиентами, потоки поступления доходов, ключевые ресурсы, ключевые виды деятельности, ключевые доходы, структура издержек;

– бизнес-модель 7S компании МакКинзи. Разработчики модели предложили способ осмысления проблем, связанных с развитием или перестройкой организации. Основой являются семь факторов, являющихся основой развития предприятия: стратегия, способность, совместные ценности, структура, система, сотрудники, стиль. Когда компания собирается изменить свою организацию, все семь составляющих изменяются именно в такой последовательности;

– бизнес-модель с центральным ресурсом инновации предполагает формирование и предположение уникальных инновационных технологий. Иными словами, в современной экономике бизнес-модель должна ставить задачи для вывода инноваций как основного конкурентного преимущества организации.

В практике современного бизнеса предполагается разделение бизнес-моделей на два типа: инсорсинговую и аутсорсинговую.

Инсорсинговая бизнес-модель предполагает самостоятельное администрирование предпринимателем всех предпринимательских функций. Она ориентируется на эффективное использование исключительно внутренних источников.

Аутсорсинговая бизнес-модель подразумевает привлечение для исполнения не ключевых функций сторонних организаций и обеспечение конкурентоспособных преимуществ предприятию за счет собственных инновационных ресурсов на развитии стратегического ядра бизнеса.

По своему содержанию инсорсинг – это то же, что и аутсорсинг, отличие состоит лишь в том, что его основные функции не выходят за пределы предприятия, а реализуются исключительно внутри него.

Инсорсинговую бизнес-модель можно считать классической. В её основе лежит трехфакторная модель производства (труд, земля, капитал), отражающая традиционные подходы к построению бизнеса. Выбор инсорсинговой бизнес-модели предполагает владение собственником организации всеми факторами производства, что является предпосылкой к самостоятельному администрированию всех предпринимательских функций.

Аутсорсинговая бизнес-модель – одна из основных бизнес-моделей используемая современным предпринимательским бизнесом.

Аутсорсинг (англ. яз. *outsourcing*) – это целенаправленное выделение некоторых бизнес-процессов и передача их исполнения стороннему исполнителю. Так же, если у предприятия имеются процессы, которые оно реализует с наименьшим профессионализмом, логичным будет выделение всех этих процессов и передача их реализации на аутсорсинг.

Концепция аутсорсинга в настоящее время сводится к трем основным принципам:

1. Каждый должен заниматься своим делом, иметь возможность сконцентрироваться только на нем.

2. Решение всех задач необходимо поручить тому, для кого они будут основными, и он справится с их разрешением лучше.

3. Данное распределение поможет экономить силы и время заказчика и позволит получить доход исполнителю.

Лидером рынка аутсорсинговых услуг можно по праву считать IT-аутсорсинг. Так же аутсорсинговые отношения очень развиты в сферах финансов и бухгалтерского учета, финансового контроля и развития, маркетинговых исследований, административно-хозяйственных услуг, логистических услуг, есть аутсорсинг кадровых процессов и др.

Внедрение аутсорсинга в процесс деятельности организации требует пересмотра бизнес-модели, поэтому необходимо построение целостной аутсорсинговой бизнес-модели для современной предпринимательской структуры.

Субъект предпринимательства, выбирающий аутсорсинговую бизнес-модель, стремится не только сформировать конкурентные преимущества, но и обеспечить их постоянное приращение.

Для предпринимателей, избравших аутсорсинговую бизнес-модель, определяется ряд факторов, обеспечивающих приращение конкурентных преимуществ:

1. Эффективная дифференциация предпринимательских функций.

Можем говорить о том, что предпринимательские функции являются проявлением предпринимательских действий и взаимодействий предпринимательской структуры со своим внешним и внутренним окружением. Дифференциация предпринимательских функций предполагает разделение труда на уровне предпринимательской структуры и выражается через совокупность функций, которые направлены на обеспечение конкурентоспособности современной предпринимательской структуры. Для поддержания конкурентоспособного уровня менеджеры компании должны четко определить, какие функции являются ключевыми, а какие не ключевыми. Это позволит произвести высокоэффективный продукт.

2. Рационализация внутриорганизационной структуры.

При дифференциации функций каждый предприниматель проводит работу по рационализации внутриорганизационной структуры. Именно это позволяет собрать всех высококвалифицированных, узкопрофильных специалистов в одном ключевом отделе и направить их усилия на производство того самого ключевого ценного продукта, позволяет отказаться от создания всех звеньев организационной структуры, что помогает позитивно решить вопрос о кадровом обеспечении путем привлечения квалифицированных аутсорс-провайдеров.

3. Рациональное использование экономического времени.

Именно время играет важнейшую роль в воспроизводственном процессе. Предпринимателю постоянно необходимо находиться в напряжении, ведь уникальность его продукта очень скоро становится достоянием общественности, из-за чего он теряет свою уникальность. При использовании аутсорсинговой бизнес-модели процесс реинжиниринга будет проходить быстрее. Предприниматель будет тратить меньше экономического времени, ему не придется перепроектировать все процессы, необходимо будет внести изменения только в ключевой. Это, следовательно, займет меньше времени, чем проведение процесса реинжиниринга предпринимательской структуры, избравшей инсорсинговую бизнес-модель.

Использование аутсорсинговой бизнес-модели позволяет современным предпринимательским структурам преодолеть ресурсные ограничения национальных рынков и восполнить инновационные ресурсы при помощи аутсорс-провайдеров с внешних экономик.

Список цитированных источников

1. Андерсон, Э. Аутсорсинг в продажах / Э. Андерсон, Б. Тринкл; пер. с англ. – М., 2006. – 416 с.
2. Аникин, А.Б. Аутсорсинг и аутстаффинг / А.Б. Аникин, И.Л. Рудая. – М., 2009.
3. Бизнес модель. Модель бизнеса и её 1+6 компонентов. [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.cecsi.ru/coach/business_model.html
4. История создания концепции аутсорсинга. / [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.jobgrade.ru/modules/Articles/article.php?storyid=1102
5. Остервальдер, А. Построение бизнес-моделей: настольная книга стратега и новатора / А. Остервальдер, И. Пинье; пер. с англ. – 7е изд. – М., 2016. – 288 с.
6. Платонова, Е.Д. Аутсорсинг в системе предпринимательства. – М., 2007.

УДК 338.47

Пелля А.А., Замулко А.В.

Научный руководитель: доцент Медведева Г.Б.

M2M КАК БИЗНЕС-МОДЕЛЬ ЛОГИСТИКИ И ОЦЕНКА ЕЁ ЭФФЕКТИВНОСТИ

На современном этапе развития экономики переход общества к информационным и наукоёмким технологиям вводит в оборот информационные ресурсы. Современные информационные технологии M2M – это часть научно-технического и компьютерно-информационного прогресса.

Machine-to-Machine, M2M – общее название технологии, которая позволяет удалённому устройству передавать в центр обработки информации данные о контролируемом объекте. В качестве M2M-устройств могут выступать системы телеметрии, датчики освещённости, давления и прочих важных для операционной деятельности параметров технологических систем. M2M-технологии позволяют объединить удаленные объекты и системы для автоматизации бизнес-процессов с использованием проводных и беспроводных технологий. Область применения M2M расширяется с большой скоростью. Сегодня это: контроль любых движущихся объектов (автопарк, железнодорожные перевозки и любые перемещающиеся объекты), безопасность, промышленное использование (дистанционный сбор информации со счётчиков и датчиков, дистанционное управление объектами и т. д.).

На современном этапе для включения транспорта в логистическую систему необходима информатизация транспорта и обеспечение телекоммуникационными технологиями. Например, на автотранспорте применение видеодатчиков оперативных данных, предупреждающих о заторах и авариях на пути следования по маршруту, внедрение системы предупреждения столкновений, применение навигационной системы в автомобилях, управление транспортом с помощью спутниковой связи, что позволяет оптимизировать маршрут движения, а исходя из изменений конъюнктуры – перенацелить мощности на более выгодное направление.

Сегодня в логистике широко используются технологии на базе M2M, к ним можно отнести: системы мониторинга местоположения, радиочастотная иден-

тификация RFID, электронная система сборки платы за проезд по автомагистралям и другие. Ниже рассмотрим некоторые из них.

Системы спутникового мониторинга местоположения. В настоящее время в мире эксплуатируется около 170 видов систем слежения и диспетчеризации транспорта, более половины для определения местоположения транспортных средств используют датчики спутниковой навигационной системы GPS/ГЛОНАСС, которая обеспечивает определение координат, курса и скорости объекта с указанием точного времени круглосуточно.

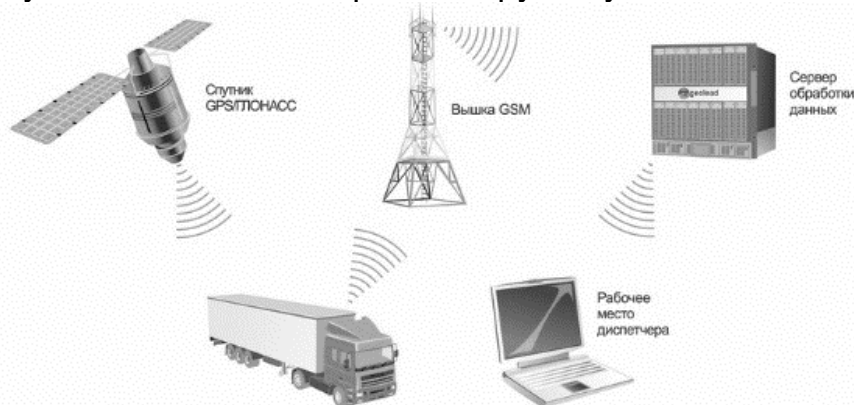


Рисунок 1 – Схема взаимодействия систем спутникового мониторинга

С помощью системы спутникового слежения могут быть достигнуты следующие результаты: получение актуальной и полной информации о каждом транспортном средстве; контроль выполнения каждого рейса; уменьшение себестоимости перевозок; увеличение оборачиваемости транспорта; оперативная реакция при внештатных ситуациях; избавление от непродуктивных простоев и «левых» рейсов; повышение исполнительской дисциплины.

Радиочастотная идентификация RFID (Radio Frequency Identification) – метод автоматической идентификации объектов, в котором посредством радиосигналов считываются или записываются данные, хранящиеся в так называемых транспондерах, или RFID-метках.

RFID-технологии широко используются в транспортной логистике: системы контроля и управления доступом, транспортные платежи, дистанционное управление, система управления контейнерным терминалом и др.

При помощи RFID компания может автоматически идентифицировать грузы на всех звеньях логистической цепочки. Метки позволяют автоматически и дистанционно получать информацию о габаритах груза, его весе, условиях транспортировки и т. п.

Электронная система сборки платы за проезд по автомагистралям основана на технологиях микроволновой передачи данных на коротких расстояниях. В каждом автомобиле, с которого взимается плата, предполагается использование бортовых устройств.

Система сбора платы за проезд по автомагистралям также предполагает создание сети автоматических станций для начисления платы и контрольных функций, состоящих из металлоконструкции в виде порталов П-образной формы, расположенных над полотном дороги.

Всякий раз, когда транспортное средство, оснащённое бортовым устройством, проезжает под порталом, взимается оплата за проезд по определенному участку платной дороги. Сбор платы осуществляется автоматически, поэтому остановка или снижение скорости не требуется.

Другим инновационным витком в развитии концепции M2M можно считать

интеграцию приборов M2M/IoT с решением под названием LTE-Broadcast.

LTE-Broadcast можно сравнить с радио- или телесигналом, который принимается всеми поддерживающими данную технологию устройствами. Для логистических операторов данная технология несёт в себе ряд интересных возможностей. Например:

- Широковещательное обновление ПО на M2M устройствах;
- Дистанционное обновление маршрутных карт;
- Единоразовое обновление информации о дорожных событиях на онлайн-картах для актуализации информации;
- Рассылка управляющего сигнала для синхронизации между собой всех M2M устройств компании.

С увеличением потребности в информационных ресурсах все более повышается роль в необходимости новых решений в логистической отрасли.

В работах зарубежных авторов Д.Дж. Бауэрсокса, Д.Дж. Клосса, Дж.Р. Стока, Д.М. Ламберта, Д. Уотерса, М. Кристофера и др., подчеркивается, что информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) влияют на все элементы цепей поставок. Так, в «шестиугольнике» Дж.Р. Стока и Д.М. Ламберта на издержки информационной поддержки влияют следующие затраты: оформление заказов, содержание запасов, транспортировка, складирование. При этом, применение ИКТ позволяет решить следующие задачи: повысить уровень обслуживания, снизить транспортные затраты, снизить складские затраты, повысить доходность активов.

Рассмотрим один из вариантов модели общих логистических затрат (TLC) и попытаемся оценить, как на TLC в целом и на отдельные составляющие затрат влияют информационно-коммуникационные решения. Запишем уравнение TLC в виде:

$$C_{\Sigma} = C_3 + C_X + \sum_{i=1}^n C_{\text{ш}i}, \quad (1)$$

где C_3 – затраты, связанные с оформлением заказов;

C_X – затраты на хранение текущего запаса;

$C_{\text{ш}i}$ – издержки (штрафы), связанные с i -м видом нарушений (опоздание при доставке, невыполнение условий «совершенного заказа» и др.).

При подстановке соответствующих показателей получаем:

$$C_{\Sigma} = \frac{A}{S} (C_0 - C_T + C_K) + C_{\text{хр}} \frac{S}{2} + \frac{A}{S} [C_{\text{ш}1}(1 - P_{\text{ш}1}) + C_{\text{ш}2}(1 - P_{\text{ш}2})], \quad (2)$$

где A – потребность в продукции в течение рассматриваемого периода;

C_0 – затраты на организацию заказа;

C_T – затраты на транспортировку заказа;

C_K – затраты на комплектацию заказа на складе;

$C_{\text{хр}}$ – затраты на хранение единицы продукции;

$C_{\text{ш}1}$ – издержки (штрафы), связанные с опозданием в доставке;

$C_{\text{ш}2}$ – издержки (штрафы), связанные с невыполнением условий «совершенного заказа»;

$P_{\text{ш}1}$ – вероятность выполнения заказа «точно вовремя»;

$P_{\text{ш}2}$ – вероятность выполнения «совершенного заказа»;

S – размер партии заказа (поставки).

В таблице приведены ИКТ решения, внедрение которых, на наш взгляд,

приводит к изменению величин фактических показателей, представленных в формуле (2).

Показатель модели TLC	Описание результатов применения возможных ICT-решений
A	Повышение точности и достоверности оценки величины заказываемой продукции за счет комбинированных методов прогнозирования, экспертных оценок и т. д.
Co	Сокращение затрат на заказ за счет внедрения электронного документооборота и баз данных
Cк	Уменьшение затрат на комплектацию заказа на складе за счет комплекса ICT-решений (RFID и т. д.)
Ст	Уменьшение затрат на транспортировку за счет рационального выбора способа перевозки, видов транспорта, перевозчиков, оптимизации в рамках производственно-транспортно-складской задачи.
Рш1	Повышение вероятности своевременной доставки; сопровождение на маршруте (навигация GPS, ГЛОНАСС) и т. д.
Рш2	Повышение вероятности выполнения «совершенного заказа» (RFID, сканирование, «безошибочное» оформление документов и т. д.)

Таким образом, очевидно, что внедрение M2M решений непосредственно воздействует на величину TLC.

Информационные технологии M2M открывают новые перспективные способы повышения эффективности и продуктивности современной экономики, а также новые бизнес-модели. Использование данных технологий в бизнес-среде создает возможности оптимизировать работу компании, улучшить управляемость на всех уровнях и существенно снизить затраты.

Список цитированных источников

1. Межмашинное взаимодействие // Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/ Межмашинное_взаимодействие](https://ru.wikipedia.org/wiki/Межмашинное_взаимодействие). – Дата доступа: 11.04.2017.
2. LTE Broadcast // ABloud [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://abloud.blogspot.com.by/2014/02/lte-broadcast.html>. – Дата доступа: 08.06.2016.
3. Лукинский, В.В. Интегральная оценка эффективности логистической деятельности с использованием ключевых показателей / В.В. Лукинский, Т.Г. Шульженко // Логистика и управление цепями поставок. – № 6 (47), 2011.

УДК 334.021.1

Пирог Е.В.

Научный руководитель: старший преподаватель Кайдановская Т.В.

НАПРАВЛЕНИЯ УЛУЧШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО ИМИДЖА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Один из основных приоритетов государственной инвестиционной политики Республики Беларусь – привлечение и эффективное использование инвестиций [1].

Инвестиции — это долгосрочные вложения капитала в собственной стране или за рубежом в предприятия различных отраслей, предпринимательские проекты, социально-экономические программы, инновационные проекты в соответствии с бизнес-планом с целью получения прибыли или достижения со-

циального эффекта.

Субъектами инвестиционной деятельности могут быть инвесторы (заказчики), пользователи объектов инвестирования, поставщики товарно-материальных ценностей, банки, лизинговые компании, инвестиционные и страховые фирмы, резиденты и нерезиденты [2].

Иностранные инвесторы вправе создавать на территории страны компании с любым объемом иностранных инвестиций, в любых организационно-правовых формах, а также их представительства [1].

В литературных источниках инвестиционный климат представляет собой комплекс объективных условий инвестирования, включающий как экономические, так и политические и социальные компоненты, в том числе природные ресурсы, рабочую силу, законодательство. Инвестиционным имиджем служит комплексное отражение различных аспектов инвестиционного климата в представлениях инвесторов [2].

Инвестиционный имидж является важным конкурентным преимуществом, поскольку при одинаковых рисках и условиях инвестирования предпочтение отдается компаниям с высокой степенью узнаваемости, положительной репутацией, значительным потенциалом и хорошими перспективами. Однако, несмотря на понимание важности инвестиционного имиджа для развития предприятий, вопросы его формирования практически не проработаны. Эта проблема обоснована следующими причинами:

1) в научно-методической и практической литературе не существует согласованного понимания инвестиционного климата и инвестиционного имиджа;

2) отсутствуют систематизированные формализованные инструменты создания инвестиционного имиджа;

3) отсутствуют объективные научнообоснованные методы количественно-качественной оценки инвестиционного имиджа и его роли в привлечении инвестиций.

Так как инвестиционный имидж страны играет большую роль для привлечения инвестиций, в стране на государственном уровне должна разрабатываться инвестиционная стратегия. Инвестиционная стратегия государства – стратегия и программа стимулирования притока инвестиций в общее развитие страны, в сектора экономики, в повышение уровня и качества жизни населения, в развитие и рост человеческого капитала.

Составляющей инвестиционного климата является инвестиционная привлекательность – это совокупность факторов, определяющих приток инвестиций или отток капитала из страны.

Активность деятельности инвесторов во многом зависит от степени устойчивости финансового состояния и экономической состоятельности предприятий, в которые они готовы направить инвестиции. Именно эти параметры главным образом и характеризуют инвестиционную привлекательность предприятия. Между тем в настоящее время методологические вопросы оценки и анализа инвестиционной привлекательности недостаточно разработаны и требуют дальнейшего развития.

Инвестиционную привлекательность страны или региона представим как взаимодействие двух факторов: инвестиционного потенциала и инвестиционного риска. Понятие инвестиционного потенциала не трактуется в нормативно-правовых актах. В литературных источниках говорится, что инвестиционным потенциалом обладает каждое государство, регион, отрасль, предприя-

тие, то есть возможностями и способностью к развитию.

Инвестиционный риск – учитываемая при инвестировании вероятность частичной или полной потери вложенных средств, которая может быть вызвана различными причинами [2].

Инвестиционные риски являются очень важным вопросом, которому все инвесторы уделяют особое внимание. Любая организация или частное лицо, вкладывая собственные средства в инвестирование какого-либо проекта, могут столкнуться с обесцениванием собственного капитала. Грамотный руководитель, составляя бизнес-план, в обязательном порядке должен оценить степень опасности потери первоначального капитала и рассчитать возможную доходность.

Каждый инвестор обязательно анализирует проекты и программы, а также выполняет оценку инвестиционных рисков, чтобы оградить себя от возможности неполучения ожидаемой прибыли. Оценивая степень опасности неполучения ожидаемых результатов, стоит обратить внимание не только на основные виды рисков. Рекомендуется ознакомиться с документацией проекта и выявить неточности и ошибки. Необходимо поинтересоваться уровнем квалификации сотрудников компании и опытом работы.

Анализ инвестиционного климата проводит ряд международных финансовых и экономических организаций – Международный валютный фонд, Международный банк реконструкции и развития, Организация экономического сотрудничества и развития, информационные корпорации, различные исследовательские институты [3].

Республика Беларусь в отчете «Ведение бизнеса 2016» заняла 44-е место среди охваченных данным исследованием 189-ти государств и улучшила свою позицию по сравнению с 2014 годом на 19 пунктов и 2015 годом на 13 пунктов.

Беларусь на протяжении последних лет сохраняет лидирующие позиции по общему количеству проведенных реформ, направленных на улучшение делового климата. Так, начиная с 2006 года, согласно опубликованным на официальном сайте Всемирного банка данным, в нашей стране зафиксировано 32 реформы – Беларусь признана одним из ведущих в мире реформаторов и занимает четвертое место среди 189 стран мира по количеству проведенных реформ во всех сферах деятельности за последние 10 лет.

В стране создана система стимулов, льгот и преференций для осуществления инвестиционной деятельности. Специальные правовые режимы действуют для инвесторов в свободных экономических зонах, малых и средних городах, сельской местности, Парке высоких технологий, Китайско-Белорусском индустриальном парке и др.[4].

Изучив сложившуюся конъюнктуру, мы выделили ряд причин, по которым выгодно инвестировать в Беларусь:

1. Прямой доступ к рынку пяти стран ЕАЭС (Беларуси, России, Казахстана, Армении, Кыргызстана), что предполагает:

- свободное передвижение товаров, услуг, капитала, рабочей силы;
- единую таможенную территорию России, Беларуси, Казахстана, Армении и Кыргызстана с единым таможенным тарифом;
- равные условия хозяйствования (включая стоимость основных энергоресурсов);
- единые правила технического регулирования, единые санитарные, ветеринарные и фитосанитарные нормы.

2. Наличие 6 свободных экономических зон, Китайско-Белорусского индустриального парка и др.

стриального парка «Великий камень» и Парка высоких технологий.

3. Благоприятное инвестиционное законодательство: гарантии, льготы и преференции зарубежным инвесторам.

4. Развитая сеть транспортных коммуникаций и инфраструктура.

5. Стабильная социально-политическая ситуация, отсутствие конфликтов регионального и национального характера.

6. Низкий уровень преступности и коррупции.

7. Высококвалифицированная рабочая сила.

Но существуют негативные факторы, сдерживающие приток инвестиций в Беларусь:

– недобросовестная конкуренция со стороны местных государственных предприятий, которые имеют доступ к относительно дешевым сырьевым и кредитным ресурсам;

– правовая нестабильность, сопровождающаяся частыми изменениями действующих законодательных актов;

– неопределенность политики приватизации: в большинстве акционерных предприятий контрольный пакет акций (свыше 51%) принадлежит государству, т. е. самым крупным собственником акционерных субъектов хозяйствования является государство;

– сложные для понимания налоговые и административные положения;

– высокая доля государственной собственности.

В целом можно сделать вывод, что в Беларуси условия ведения бизнеса на существующем предприятии по-прежнему отстают от ближайших государств по ряду показателей. Общеизвестно, что рейтинг Всемирного банка служит своего рода ориентиром не только для отечественного бизнеса, но и для потенциальных иностранных инвесторов, стимулируя их вкладывать средства в страну с наивысшей позицией. Общее улучшение позиции в мировом рейтинге «Doing Business» – это весьма позитивный знак для иностранных инвесторов, которые руководствуясь данными отчета, могут увеличить приток прямых иностранных инвестиций в будущем.

Для улучшения инвестиционного имиджа Республики Беларусь мы предлагаем его формирование по двум направлениям:

1. Улучшение инвестиционного климата. В свою очередь для улучшения инвестиционного климата должны проводиться мероприятия по устранению негативных факторов, препятствующих притоку инвестиций, например: совершенствование нормативно-правовой базы; развитие инфраструктуры. А так же следует сохранять и развивать инвестиционный потенциал и снижать инвестиционные риски. Для сохранения и развития инвестиционного потенциала необходимо:

1. Техническое перевооружение и модернизация основных производственных фондов. Это позволит:

- увеличить эффективность существующего оснащения;
- уменьшить расходы на выпуск продукции;
- увеличить объемы производства;
- повысить качество производимой продукции;
- увеличить ассортимент продукции;
- повысить производительность труда.

2. Внедрение энерго- и ресурсосберегающих технологий. Внедрение таких технологий, а также стремительное развитие в мире «зелёной» экономики связано с глобальными экологическими проблемами.

3. Расширение международного сотрудничества в сферах: образования,

здравоохранения, борьбы с международной преступностью.

4. Укреплять авторитет страны на мировом рынке за счет:

- поставок конкурентоспособной продукции на мировой рынок;
- увеличения количества научных исследований;
- стабильной социально-политической ситуации;
- снижения уровня преступности и коррупции;
- повышения квалификации рабочей силы;
- повышения правовой стабильности.

2. Активное распространение информации о ресурсном, производственном и трудовом потенциале региона, возможностях ведения бизнеса. В этом направлении выделим следующие проблемы: информация об инвестиционных возможностях предприятий региона перегружена лишними данными либо недостаточна; финансовая отчетность ряда предприятий считается коммерческой тайной и является недоступной для инвесторов.

Для решения этой проблемы мы предлагаем создание сайта, который позволит обеспечить доступность получения информации. Сайт должен разрабатываться на государственном уровне, чтобы все предприятия были обязаны предоставлять нужную информацию. На главной странице данного сайта предполагается разместить все плюсы и минусы инвестирования в Республику Беларусь. Сайт будет иметь перечень предприятий Республики Беларусь. При выборе предприятия вы сможете ознакомиться с описанием предприятия, с описанием основных видов деятельности предприятия, а также ознакомиться с отчетностью предприятия.

На сайте предполагается создание раздела с описаниями рисков как для государства в целом, так и для отдельных отраслей. Для удобства предоставления информации мы предлагаем использование карты рисков, с помощью которых можно удобно расположить информацию, выделить плюсы и минусы, выделить важные данные.

Карта риска – графическое и текстовое описание ограниченного числа рисков организации, расположенных в прямоугольной таблице, по одной оси которой указана сила воздействия или значимость риска, а по другой – вероятность или частота его возникновения. Цифрами обозначаются определенные риски.

Так же на сайте будет представлена информация о поступивших инвестициях за прошлые годы, сферах, в которые поступило наибольшее количество инвестиций, рейтинг регионов по количеству поступивших инвестиций и другое.

Список цитированных источников

1. Министерство иностранных дел Республики Беларусь: инвестиции и иностранные представительства. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mfa.gov.by/investments/>

2. Сорокина, Т.Д. Экономика предприятия отрасли: учеб. пособие. – М.: БНТУ, 2012. – 61 с.

3. Министерство экономики Республики Беларусь: инвестиционная политика. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.by/ru/invpolicy/invest-klimat>

4. Вся Беларусь: Инвестиционный климат. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://allby.tv/article/633/investitsionnyiy-klimat-belarusi>.

СИСТЕМА ИЗМЕРЕНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ

Современные методы управления включают процессно-ориентированный подход. На предприятиях, где процессы не налажены, работа людей приобретает хаотический характер. При этом энергия сотрудников тратится не на выполнение полезных дел, а на согласование действий, конфликты, поиск информации, преодоление препятствий, исправление ошибок.

Управлять процессами – это значит видеть и выделять процессы как последовательность взаимосвязанных действий, измерять и анализировать результаты процессов, контролировать связь результатов с ресурсами, необходимыми для их достижения, принимать меры по непрерывному улучшению процессов.

Существующая практика построения систем управления содержит в себе ряд подходов к их организации. Наиболее известны из них системы, построенные на управлении функциями и управлении бизнес-процессами организации. В настоящее время в Республике Беларусь наиболее распространена система функционального управления. Функционально-ориентированная организация – это организация, структура которой имеет вертикальную типологию, построенную в соответствии с выполняемыми функциями, и строгую иерархическую подчиненность «сверху-вниз».

Понятие «бизнес-процесс» находится в основе процессного подхода к анализу и синтезу деятельности организации. Процессный подход дает возможность рассматривать деятельность организации как связанную систему бизнес-процессов, каждый из которых протекает во взаимосвязи с другими бизнес-процессами или внешней средой. Практика показывает, что система управления, построенная на принципах процессного управления, является более эффективной и результативной по сравнению с равной ей по масштабу функциональной системой. Совместно с этим создание и введение такого рода концепции – сложный процесс.

Рассмотрим классификацию бизнес-процессов [1].

В зависимости от места бизнес-процессов в организационной структуре компании:

- горизонтальные процессы – процессы, отражающие взаимодействие по горизонтали;
- индивидуальные горизонтальные процессы – процессы, выполняемые отдельными работниками;
- межфункциональные горизонтальные процессы – процессы, выполняемые многими работниками;
- вертикальные процессы – процессы, отражающие взаимодействие работников по вертикали;
- интегрированные процессы – процессы, отображающие взаимодействие участников процессов по вертикали и по горизонтали.

В зависимости от степени их сложности:

- монопроцессы – односложные процессы;

- вложенные процессы – монопроцессы, входящие в состав более сложного процесса (макропроцесса);
- связанные процессы – выделенные и последовательно реализуемые по определенному алгоритму монопроцессы.

В зависимости от их предназначения:

- основные бизнес-процессы – горизонтальные бизнес-процессы, обеспечивающие выполнение настоящих операционных задач, связанных с созданием продукта и реализацию его клиенту; - это процессы, операции которых имеют прямое отношение к продукту предприятия и тем самым влияют на создание добавленной стоимости;
- поддерживающие бизнес-процессы – горизонтальные бизнес-процессы, обеспечивающие выполнение основных процессов, они не имеют непосредственного отношения к производимым товарам и услугам, но без них невозможно выполнение операций по созданию добавленной стоимости;
- бизнес-процессы управления – вертикальные бизнес-процессы, обеспечивающие управление деятельностью компании, основными и поддерживающими бизнес-процессами.

В зависимости от их места в иерархии целей организации:

- бизнес-процессы верхнего уровня – процессы, направленные на реализацию стратегических целей компании, наиболее значимые для компании;
- бизнес-процессы среднего уровня – бизнес-процессы, направленные на реализацию тактических целей;
- бизнес-процессы нижнего уровня – бизнес-процессы, направленные на реализацию оперативных целей.

В зависимости от степени их детализации:

- макропроцессы – укрупненные бизнес-процессы имеющие степень детализации, необходимую для описания бизнес-процессов верхнего уровня;
- субпроцессы – бизнес-процессы, имеющие степень детализации, необходимую для описания бизнес-процессов среднего уровня;
- микропроцессы – бизнес-процессы, имеющие предельно максимальную степень детализации, используются для описания бизнес-процессов нижнего уровня.

В рамках основных составляющих сбалансированной системы показателей:

- бизнес-процессы финансов;
- клиентские бизнес-процессы;
- бизнес – процессы производства;
- бизнес-процессы обучения, развития и роста.

Управление бизнес-процессами осуществляется с помощью системы показателей. Для них формируются целевые значения, осуществляется мониторинг, оценивается состояние процесса, проводится анализ.

Обычно руководители организаций гораздо больше беспокоятся о результатах, чем о методе их достижения. Но важно знать, каким же именно способом можно достичь тех или иных результатов. Технологические показатели обеспечивают данными, необходимыми для прогнозирования и контроля качества товаров и услуг. Когда с товаром или услугой возникают проблемы, причину можно узнать, просмотрев оперативные данные. Результаты, безусловно, важны для всех организаций, но не менее важно понимать и оцени-

вать то, каким образом достигаются данные результаты. Таким образом, изучение и измерение показателей бизнес-процессов является неотъемлемой частью эффективного управления предприятием.

Для начала определим, какие показатели в принципе целесообразно измерять. Выделим семь основных показателей и изобразим их на рис. 1.

Показатель результативности. Результативность процесса – это степень достижения результатов в соответствии с определенными требованиями и нормами, в том числе требованиями потребителей. Результативность процесса показывает отношение достигнутых по факту результатов к запланированным.

Чтобы установить показатель результативности того или иного процесса, необходимо выявить клиента процесса и выяснить, что является результатом процесса, полезным для него. Когда ясен результат, можно определить и способ его измерения.

Показатель эффективности. Эффективность процесса – это отношение между достигнутым результатом и использованными для его достижения ресурсами. Данный процесс определяет расход ресурсов различного вида для получения результатов процесса.

Эффективность каждого процесса необходимо измерять и анализировать, так как ключевая цель усовершенствования процесса состоит в том, что производить больше полезной продукции с как можно меньшими затратами ресурсов.



Рисунок 1 – Измеряемые показатели бизнес-процессов

Показатель производительности. Как правило, показателю производительности уделяется незаслуженно мало внимания руководителями предприятий. И напрасно, так как это основной интегральный показатель, который определяет конкурентоспособность не только компании в целом, но и отдельных ее процессов. Производительность была самым основным показателем эффективности в восьмидесятых годах прошлого века. Компании необходимо иметь в своем запасе несколько показателей, оценивающих производительность, чтобы грамотно применять человеческие и другие ресурсы. Показате-

лем производительности является соотношение результата и затраченных на его достижение ресурсов.

Чаще всего под ресурсами подразумеваются люди, однако это не всегда так. Вот примеры нескольких традиционных показателей производительности:

- 1) продажи на сотрудника;
- 2) прибыль на сотрудника;
- 3) число единиц продукции, произведенных одним сотрудником;
- 4) стоимость единицы продукции в расчете на трудозатраты;
- 5) затраты на энергоносители на единицу продукции;
- 6) отношение количества произведенных единиц со знаком качества к затратам на сырье.

Показатели производительности отражают, насколько оправданы трудовые затраты и другие капиталовложения компании. Гораздо сложнее выбрать правильные стандарты и целевые показатели для оценки производительности.

Показатели качества. Рассматривая каждый процесс, важно измерять не только результат и затраты на его получение, но и степень удовлетворенности клиентов полученным результатом. Ведь, в конечном счете, цель процесса состоит не в том, чтобы произвести продукт, а в том, чтобы удовлетворить клиента. Это совсем не одно и то же. Формально результат может быть получен, но клиент не удовлетворен. В этом случае нельзя утверждать, что процесс достиг цели.

Чаще всего удовлетворенность клиентов измеряют путем прямого опроса, в ходе которого выясняется, что им понравилось и что не понравилось в процессе обслуживания. При этом устанавливаются балльные оценки различных аспектов сервиса.

Передовые организации производят оценку процессов и операционных результатов следующим образом:

- Оценивается длительность цикла всех ключевых процессов.
- Оценивается время и/или затраты на доработку для всех ключевых процессов производства и доставки.
- Определяются и отображаются все ключевые показатели производительности для основных процессов, происходящих в организации.
- Для каждой единицы, функции и департамента определяются ключевые процессы. Для каждого ключевого процесса определяются свои процессные показатели.

Таким образом, мы определили, что система измерения процессов должна содержать показатели результативности, эффективности, производительности и качества. Разрабатывая показатели процесса, следует применять весь диапазон этих метрик. Результативность и эффективность работы компании и стратегического управления этой работой может помочь также оценить довольно значительное число разнообразных методик. Как правило, все они являются попыткой найти золотую середину между традиционной системой финансовых показателей (которая не обладает особой четкостью и интегрированностью) и комбинацией других – нефинансовых показателей.

Список цитированных источников

1. Кочнев, А.Ф. Практическое руководство по внедрению процессного подхода к управлению компанией // Консалтинговая компания iTeam. – 2010. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://iteam.ru/literature/processes/process_approach_book

УПРАВЛЕНИЕ АКЦИОНЕРНОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Введение. Акции являются одной из альтернативных возможностей получения дополнительного дохода от вложений свободного капитала. Фондовый рынок в Республике Беларусь не развит из-за недостаточной финансовой осведомленности населения, которая заключается в том, что субъекты хозяйствования не знают, в какое предприятие выгодно вложить свои деньги. В качестве цели при написании статьи выступает алгоритмизация расчетов коэффициента акционерной привлекательности предприятия.

Основная часть. Современный рынок ценных бумаг Республики Беларусь находится в стадии начального функционирования. С его развитием возникает необходимость в изучении всего комплекса предоставляемых им возможностей. Инвесторы, желающие вложить средства в фондовые ценности, сталкиваются с проблемой: каким ценным бумагам, а также кому из эмитентов ценных бумаг отдать предпочтение? Важнейшим сегментом фондового рынка является рынок акций. В западной практике известен достаточно большой набор методов оценки инвестиционных качеств акций. Общий подход к оценке заключается в анализе финансового состояния акционерного общества, перспектив его развития.

Необходимым элементом анализа акций является оценка их рыночной стоимости. Показатели рыночной стоимости акций белорусских акционерных обществ не так широко используются, как на западных фондовых рынках. Определение рыночной стоимости важно и для потенциального инвестора, собирающегося приобрести те или иные акции, и для держателя акций, желающего спрогнозировать их дальнейший курс, и для акционерного общества.

Особенно актуальным вопросом является обоснование рыночной стоимости акций тех хозяйствующих субъектов, акции которых доступны широкому кругу потенциальных акционеров, а именно населению. Актуальность оценки акций предоставляет акционерам широкую стратегию действий в будущем, определяет будущую выгоду своих вложений. Вместе с тем актуальность оценки акций выражается в принятии первого шага к тому, чтобы повысить безопасность вложений населения страны.

Проблемы оценки рыночной стоимости акций изучались многими отечественными и зарубежными учеными самых различных школ и направлений. Среди них следует отметить В. Анынина, Ф. Бергера, Т. Бердникову, Б. Бойда, А. Буренина, А. Запорожана, А. Иванова, Л. Энджела и др.

Проблема обоснования и формирования методов оценки рыночной стоимости акций компаний постоянно требует глубокого анализа, тщательной научной проработки и решения целевых задач для получения конечного положительного эффекта. Это прежде всего теоретическое обоснование организации и функционирования рынка ценных бумаг и его институтов, обоснование и классификация основных методов оценки рыночной стоимости акций, а также формирование механизма оценки рыночной стоимости акций компаний.

Акция — это эмиссионная ценная бумага, закрепляющая права ее владельца (акционера) на получение части прибыли акционерного общества в

виде дивидендов, на участие в управлении акционерным обществом и на часть имущества, остающегося после его ликвидации [1, с. 37].

Акции выпускаются (эмитируются) акционерным обществом в целях привлечения дополнительных денежных средств для своей деятельности, осуществляемого через их реализацию физическим (гражданам) и юридическим (организациям) лицам. При образовании акционерного общества его уставный капитал и, следовательно, все акции обеспечены объединенным имуществом учредителей общества. После того как акционерное общество приступило к работе, при необходимости оно имеет право увеличить свой уставный капитал посредством дополнительного выпуска акций.

Виды акций:

1. Простая акция – ценная бумага, удостоверяющая право владельца на долю собственности акционерного общества при его ликвидации, дающая право ее владельцу на получение части прибыли общества в виде дивиденда и на участие в управлении обществом.

2. Привилегированная акция - ценная бумага, дающая право ее владельцу на получение дивиденда в качестве фиксированного процента, право на долю собственности при ликвидации общества и не дающая права голоса на участие в управлении обществом.

Для того, чтобы рынок ценных бумаг Республики Беларусь стал эффективным механизмом оборота ценных бумаг, способствовал экономическому росту, обеспечивал приток инвестиций и надежную защиту интересов всех субъектов хозяйствования, его дальнейшее функционирование должно строиться на следующих принципах: социальная справедливость; надежная защита инвесторов; регулирование; контролирование; эффективность; правовой порядок; прозрачность и открытость; конкурентоспособность; целостность.

Как было отмечено ранее, одной из причин неразвитости финансового рынка в стране является наличие финансовой безграмотности населения. Граждане государства не владеют информацией о наличии акционерных обществ, эмитирующих свои ценные бумаги широкому кругу инвесторов, порядке действий при покупке акций.

Для того чтобы купить акции предприятий, необходимо совершить следующую последовательность шагов (рисунок 1):

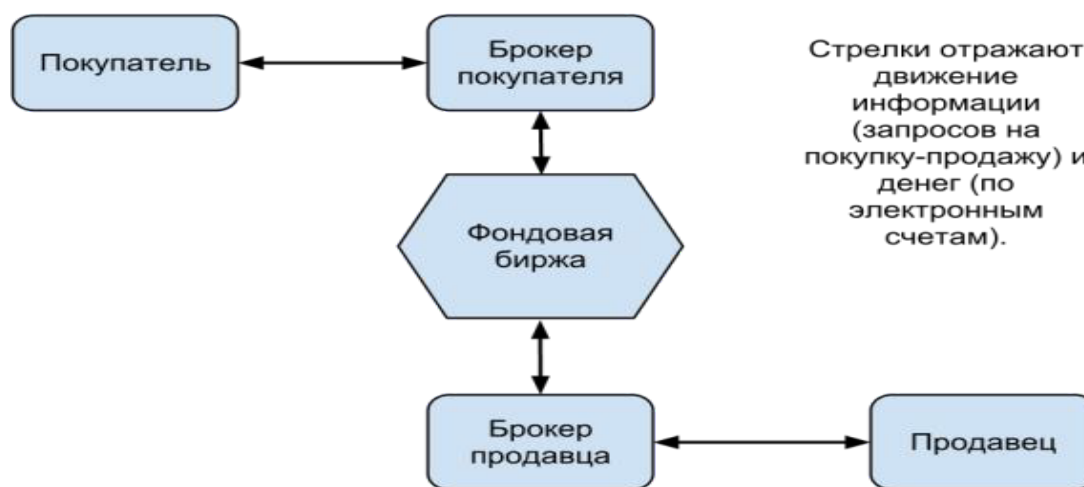


Рисунок 1 – Обобщенный механизм покупки-продажи, которая осуществляется через посредников
Источник: собственная разработка

Пройти эту последовательность шагов физическому лицу помогают брокерские компании.

Фондовая биржа представляет собой организованный рынок, на котором владельцы ценных бумаг совершают сделки купли-продажи через членов биржи, выступающих в качестве посредников [2, с. 97]. В качестве проблемы, которая была выявлена, выступает неосведомленность физических лиц. Для них акции остаются малопонятным инструментом, в качестве вложения и сбережения средств. Так, например если рассмотреть акционерные общества Республики Беларусь, то доля физических лиц незначительна – от 1% до 24%, что значительно ниже, чем доля юридических лиц или государства.

Это связано с тем, что физическое лицо не знает, как приобрести акции. В статье предлагается вывести коэффициент акционерной привлекательности предприятия, который будет способствовать тому, что граждане будут знать, как и откуда приобретаются эти акции. В качестве коэффициентов, участвующих в расчете коэффициента акционерной привлекательности предприятия, выступают:

1. Коэффициент финансового рычага, который представляет собой соотношение между собственным и привлеченным капиталом. Иными словами, коэффициент финансового рычага – показатель риска, который принимает на себя компания, создавая определенную структуру источников финансирования (формула (1)):

$$K_{\text{фр}} = \frac{\text{ПК}}{\text{СК}} * 100\%, \quad (1)$$

где ПК – привлеченный капитал предприятия;

СК – собственный капитал предприятия.

2. Интерпретация золотого правила экономики. Результативность предприятия оценивается по темпам роста его основных показателей (продажи, прибыль, активы).

Оптимальным является соотношение, при котором выполняется условие, представленное в виде формулы (2):

$$T_{\text{бп}} > T_{\text{оп}} > T_{\text{а}} > 100\%, \quad (2)$$

где $T_{\text{бп}}$ — темп изменения балансовой прибыли; $T_{\text{оп}}$ — темп изменения объема продаж; $T_{\text{а}}$ — темп изменения валюты (итога) баланса.

3. Коэффициент, характеризующий долю акционерного капитала в общем капитале предприятия. Доля акционера в капитале компании – это сумма денег, которую акционер внес в общий капитал. Доля акционерного капитала в общем капитале предприятия определяется по формуле (3):

$$d = \frac{N * Q}{A} * 100\%, \quad (3)$$

где N – номинал одной акции; Q – количество акций; A – активы предприятия.

После расчета коэффициентов проводится ранжирование, и полученному значению коэффициента соответствует заданное количество баллов.

1. Коэффициент финансового рычага (формула (1)):

Если $k_{фр} < 25\%$ - 4 балла;

$25\% < k_{фр} < 50\%$ - 3 балла;

$50\% < k_{фр} < 75\%$ - 2 балла;

$75\% < k_{фр} < 100\%$ - 1 балл;

$k_{фр} > 100\%$ - 0 баллов.

2. Золотое правило экономики (формула (2)):

Если Золотое правило выполняется, то предприятие получает – 4 балла, а в том случае если не выполняется – 0 баллов.

3. Доля акционерного капитала в общем капитале предприятия (формула (3)):

Если $d < 10\%$ - 0 баллов;

$10\% < d < 40\%$ - 1 балл;

$40\% < d < 70\%$ - 2 балла;

$70\% < d < 100\%$ - 3 балла;

$d > 100\%$ - 4 балла.

После выставления баллов нужно сложить полученные данные по каждому предприятию и выявить наиболее привлекательное предприятие, то есть то, у которого количество баллов, в сумме, будет больше.

Заключение. Таким образом, использование данной методики позволит предприятию решить проблему с долей физических лиц в уставном фонде, так как оно сможет регулировать свою привлекательность среди акционерных обществ; и субъекты хозяйствования смогут выбирать, в акции какого предприятий вкладывать денежные средства. Вследствие чего это позволит, хотя и незначительно, развиваться фондовому рынку страны.

Список цитированных источников

1. Колтынюк, Б.А. Рынок ценных бумаг: учеб. – 2 изд. – СПб.: Из-во Михайлова В.А., 2001. — 560 с.

2. Рынок ценных бумаг и биржевое дело: учебник для вузов Р95 / Под ред. проф. О.И. Дегтяревой, проф. Н.М. Коршунова, проф. Е.Ф. Жукова. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. — 501 с.

УДК 336.71

Романюк П.И.

Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г.

МЕТОДОЛОГИЯ РАСЧЕТА КОЭФФИЦИЕНТА АКЦИОНЕРНОГО ПРЕСТИЖА ПРЕДПРИЯТИЯ

Введение. Фондовый рынок представляет одну из главных возможностей получения дополнительного дохода от вложений свободного капитала. В свою очередь рынок ценных бумаг в Республике Беларусь не развит из-за недостаточной финансовой осведомленности населения, которая заключается в том, что физические лица не знают, в какое предприятие выгодно вложить свои деньги. В связи с чем выбор субъекта по вложению свободного капитала населения является одним из актуальных вопросов для держателей финансовых ресурсов. Уровень мобильности рынка ценных бумаг остается низким, что связано с малым объемом предложения акций на фондовом рынке. В качестве цели при написании статьи выступает алгоритмизация расчетов коэффициента акционерного престижа предприятия.

Основная часть. Фондовый рынок (или рынок ценных бумаг) – это совокупность отношений финансового рынка, связанных с выпуском и

обращением ценных бумаг, а также формы и методы такого обращения [1]. Это также система институтов и экономических механизмов, обслуживающих кругооборот ценных бумаг. Фондовый рынок, или рынок ценных бумаг, в структуре рыночной экономики выделяется особо. Прежде всего из-за того, что объектом купли-продажи является специфический товар - ценные бумаги. Главным отличием рынка ценных бумаг от рынка любого другого товара является то, что он служит формированию денежного капитала, в последующем возможно используемого для инвестирования производства какого-либо реального товара или же приращения начального капитала.

С каждым годом количество акций возрастает, но в то же время физические лица не имеют информации, куда и каким образом вкладывать свои средства. Объем акций в обращении представлен на рисунке 1.



Рисунок 1 – Объем акций в обращении

В качестве проблемы, которая была выявлена, выступает неосведомленность физических лиц. Для граждан страны ценные бумаги остаются малопривлекательным инструментом, в качестве сбережения средств. Так, например если рассмотреть акционерные общества Республики Беларусь, то доля физических лиц незначительна – от 1 % до 25%, что значительно ниже, чем доля юридических лиц или государства.

Для эффективного, организованного функционирования рынка ценных бумаг необходимы такие системы, которые будут осуществлять свободное взаимодействие интересов продавцов и покупателей. В настоящее время на белорусском фондовом рынке может предоставить только ОАО «Белорусская валютно-фондовая биржа». Поскольку рынок ценных бумаг призван обслуживать экономические интересы участников производственных отношений, его состояние во многом определяется макроэкономической ситуацией как в стране, так и за рубежом. Связь фондового рынка с макроэкономикой позволяет определить проблемы иной природы — экономической, которые имеют не меньшее значение для рынка ценных бумаг [2].

Почему же так происходит? В связи с тем, что физическое лицо не знает, как вести себя и что делать, для того чтобы приобрести акции, в статье предлагается вывести коэффициент акционерной привлекательности предприятия, который будет способствовать тому, что физическое лицо будет знать, как и откуда приобретаются эти акции. В качестве коэффициентов, участвующих в расчете коэффициента акционерной привлекательности предприятия, выступают:

1. Коэффициент финансового рычага, который представляет собой соотношение между собственным и привлеченным капиталом. Иными словами, коэффициент финансового рычага – показатель риска, который принимает на себя компания, создавая определенную структуру источников финансирования, то есть используя в качестве их как собственные, так и заемные средства (формула (1)):

$$k_{фр} = \frac{ПК}{СК} * 100\%, \quad (1)$$

где ПК – привлеченный капитал предприятия;
СК – собственный капитал предприятия.

2. Интерпретация золотого правила экономики. Основным критерием эффективности работы компании является ее результативность и прибыльность. Результативность предприятия оценивается по темпам роста его основных показателей (продажи, прибыль, активы) и скорости оборота денежных средств. Для этого сравниваются два и более периода и анализируется их изменения в динамике.

Оптимальным является соотношение, при котором выполняется условие, представленное в виде формулы (2):

$$T_{бп} > T_{оп} > T_a > 100\%, \quad (2)$$

где $T_{бп}$ — темп изменения балансовой прибыли;
 $T_{оп}$ — темп изменения объема продаж;
 T_a — темп изменения валюты (итога) баланса.

3. Коэффициент, характеризующий долю акционерного капитала в общем капитале предприятия. Доля акционера в капитале компании – это сумма денег, которую акционер внес в общий капитал открытого или закрытого акционерного общества. Доля строго пропорциональна числу имеющихся у акционера акций, если предприятие не производило дополнительную эмиссию ценных бумаг. Доля акционерного капитала в общем капитале предприятия определяется по формуле (3):

$$d = \frac{N * Q}{A} * 100\%, \quad (3)$$

где N – номинал одной акции;
Q – количество акций;
A – активы предприятия.

После расчета коэффициентов проводится ранжирование, и полученному значению коэффициента соответствует заданное количество баллов.

1. Коэффициент финансового рычага

Если $k_{фр} < 25\%$ - 4 балла;

$25\% < k_{фр} < 50\%$ - 3 балла;

$50\% < k_{фр} < 75\%$ - 2 балла;

$75\% < k_{фр} < 100\%$ - 1 балл;

$k_{фр} > 100\%$ - 0 баллов.

2. Золотое правило экономики:

Если Золотое правило выполняется, то предприятие получает – 4 балла, а в том случае если не выполняется – 0 баллов.

3. Доля акционерного капитала в общем капитале предприятия

Если $d < 10\%$ - 0 баллов;

$10\% < d < 40\%$ - 1 балл;

$40\% < d < 70\%$ - 2 балла;

$70\% < d < 100\%$ - 3 балла;

$d > 100\%$ - 4 балла.

После выставления баллов нужно провести совокупную группировку полученных данных и выявить наиболее привлекательное предприятие, то есть то, у которого сумма баллов больше.

Заключение. Таким образом, использование данной методики расчета коэффициента акционерного престижа предприятия позволит населению решить проблему выбора вложений денежных средств в акции тех или иных предприятий, и, тем самым, позволит, хотя и незначительно, развиваться фондовому рынку страны.

Список цитированных источников

1. Организация и финансирование инвестиций: Учеб. пособие / Под ред. Т.К. Савчук. – Мн.: БГЭУ, 2009.-196 с.
2. Курс экономической теории: Учеб. пособие. Под ред. М.И. Плотницкого, А.Н. Тура. – Мн.: «Мисанта», 1997.

УДК 338

Рохацевич К.О.

Научный руководитель: доцент Зазерская В.В.

МЕТОДЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКА ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ

Транспорт является одной из ключевых отраслей любого государства. Объем транспортных услуг во многом зависит от состояния экономики страны. Однако сам транспорт часто стимулирует повышение уровня активности экономики. Он освобождает возможности, таящиеся в слаборазвитых регионах страны или мира, позволяет расширить масштабы производства, связать производство и потребителей.

Особое место транспорта в сфере производства заключается в том, что, с одной стороны, транспортная промышленность составляет самостоятельную отрасль производства, а потому особую отрасль вложения производственного капитала. Но с другой стороны, она отличается тем, что является продолжением процесса производства в пределах процесса обращения и для процесса обращения.

Особое место среди различных видов транспорта занимает автомобильный. Он более мобилен по своей природе и менее зависит от внешних факторов.

В большинстве стран, в том числе и в Республике Беларусь, автомобильный транспорт занимает ведущее место по объемам перевозок грузов и пассажиров [1].

Опыт развитых зарубежных стран показывает, что рыночные отношения в экономике ни в коей мере не исключают, а наоборот предполагают создание развитой и эффективной системы многостороннего государственного регулирования транспортной деятельности.

Регулирование рынка транспортных услуг предполагает сочетание экономических и административных методов воздействия на работу транспорта, осуществления регулирования как в долгосрочной перспективе, так и в режиме оперативных воздействий. В основе управления бизнесом за рубежом лежит доктрина "невмешательства", своими корнями уходящая в ранний капитализм XVIII века. Она предусматривает, что правительство не должно вмеши-

ваться в деятельность частных лиц, занимающихся предпринимательством, а должно предоставлять им свободу действий. Вместе с тем практика показала, что в действительности эта доктрина в меньшей степени применима к транспорту, чем к другим видам деятельности. Существует много причин, по которым общество должно осуществлять контроль над транспортом.

Задачи регулирования транспортной деятельности:

1. Основные операции транспорта необходимо регулировать в интересах общественной безопасности (дорожного движения и экологической).

2. Во многих случаях транспорт является естественной монополией, что представляет собой сдерживающий фактор его развития.

3. Чаще всего транспорт сильно подвержен конкурентной борьбе. Это ведет к снижению заработной платы работающих в отрасли.

4. Социальные затраты транспорта очень велики, в связи с этим их необходимо учитывать и перераспределять. Автомобильный транспорт не может существовать без таких элементов, как автомобильные дороги, стоянки и т. п. Это обуславливает дополнительное финансирование.

5. Транспорт часто требует международного взаимодействия, что определяет необходимость государственных соглашений.

6. Транспорт вместе с системой материально-технического снабжения и связью является частью инфраструктуры национальной экономики и одновременно стимулятором ее развития.

7. Транспорт, в связи с высоким коэффициентом перевозимости производимых товаров, является отраслью, прогрессивно стимулирующей инфляционные процессы. В связи с этим, в условиях нестабильной экономической обстановки необходим контроль за уровнем тарифов.

8. Транспорт является центральным звеном при ликвидации чрезвычайных ситуаций и играет важную роль в обеспечении обороноспособности страны.

Методы регулирования транспортной деятельности укрупненно можно подразделить на: нормативно-правовые; экономические; комплексные.

Нормативно-правовые методы по области своего воздействия, своей направленности могут быть подразделены на определяющие безопасность и регулирующие рынок транспортных услуг.

В числе нормативно-правовых актов, регулирующих безопасность автомобильного транспорта, можно отметить правила дорожного движения, устав автомобильного транспорта, правила перевозок опасных грузов, стандарты по экологической безопасности и т. д.

К методам регулирования рынка транспортных услуг следует отнести: лицензирование; квоты и разрешения (например, для международных перевозок); ограничения (числа компаний, размеров парка и др.).

Среди экономических методов можно выделить комплексные и частные. Комплексные методы предполагают изменение системы производственных отношений, и в частности отношений собственности. Это национализация транспортных компаний либо их приватизация. Частные методы экономического регулирования транспортной деятельности осуществляются при неизменной системе производственных отношений. Это: налоги, тарифы, штрафные санкции, оплата дополнительных операций, кредитов, дотаций и т. д.

Синтетические методы регулирования автотранспортной деятельности представляют собой синтез нормативно-правовых и экономических мер, которые сложно разделить и обособить.

Лицензирование как метод регулирования рынка транспортных услуг

Основополагающая цель лицензирования объединяет две по своей сути разные задачи:

1. Регулирование рынка транспортных услуг.
2. Обеспечение безопасности транспортной деятельности.

Двойственность задач лицензирования и их характер предопределяют неоднородный характер объектов (субъектов) лицензирования.

Лицензированию подлежит определенный вид деятельности. Автотранспортная деятельность многопланова. Лицензирование деятельности в области автомобильного транспорта осуществляется Министерством транспорта и коммуникаций [2]. Она включает в себя: автомобильные перевозки; техническое обслуживание и ремонт автомобилей (обеспечение хранения и заправка автомобилей топливом, смазочными материалами и т. д.). Обеспечение безопасности автотранспортной деятельности предъявляет определенные требования к лицам, занимающимся такой деятельностью, а также к используемым техническим средствам. Таким образом, объект (субъект), подлежащий лицензированию, имеет несколько эклектический характер.

Транспортная лицензия выдается, как правило, на каждое транспортное средство. Однако существуют определенные ограничения.

В настоящее время практически во всех странах существует сложная дифференциация лицензий по различным признакам.

Первоначальной задачей транспортной инспекции было лицензирование транспортной деятельности. При этом за процессом лицензирования не просматривались, да и не могли просматриваться основные функции транспортной инспекции:

1. Ограничение либо стимулирование притока транспорта в те или иные сектора регионального рынка транспортных услуг.
2. Определение дополнительных льгот и формирование особых условий для предприятий и предпринимателей, осуществляющих социально значимые перевозки.
3. Применение к транспортным предприятиям санкций при нарушении требования лицензирования и др.

По мере развития рыночной экономики и устранения причин, тормозящих развитие системы государственного регулирования, функции и задачи транспортной инспекции значительно расширятся. При этом важнейшими из них будут следующие:

1. Разработка правил допуска новых предприятий к работе в различных секторах рынка.
2. Непосредственное осуществление деятельности по допуску новых предприятий на различные сектора транспортного рынка или расширение прав действующих предприятий (лицензирование транспортной деятельности).
3. Контроль выполнения транспортными предприятиями требований, налагаемых на них выданной лицензией, и применение предусмотренных законодательством санкций в случае нарушения этих требований.
4. Контроль ценообразования и применения тарифов.
5. Налоговое регулирование транспортной деятельности.
6. Контроль и анализ транспортного обслуживания в различных секторах рынка.

7. Финансирование отдельных проектов в области транспорта, имеющих общегосударственное значение, а также оказание государственной помощи различным предприятиям в обеспечении такого финансирования.

8. Покрытие текущих убытков транспортных предприятий, повышение рентабельности которых за счет самокупаемости является по тем или иным соображениям невозможным (дотации транспортным предприятиям).

9. Разработка и контроль выполнения экологических стандартов.

10. Разработка и контроль выполнения норм безопасности труда на транспорте и технических стандартов безопасности.

11. Разработка и применение административно-экономических мер по экстренной концентрации транспортных ресурсов в чрезвычайных ситуациях. Необходим определенный период становления, накопления опыта, а также подкрепления всех перечисленных функций транспортной инспекции соответствующими административными и правовыми актами, что происходит в настоящее время.

Список цитированных источников

1. Национальный Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by>

2. О лицензировании отдельных видов деятельности: Указ Президента Республики Беларусь от 01.09.2010г. № 450 [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Режим доступа: <http://pravo.by/document/?guid=3871&p0=P31000450> – Дата доступа: 02.05.2017.

УДК 338

Рохацевич К.О.

Научный руководитель: доцент Зазерская В.В.

РАЗВИТИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

Транспорт является одной из ключевых отраслей любого государства. Объем транспортных услуг во многом зависит от состояния экономики страны. Однако сам транспорт часто стимулирует повышение уровня активности экономики. Он освобождает возможности, таящиеся в слаборазвитых регионах страны или мира, позволяет расширить масштабы производства, связать производство и потребителей.

Особое место транспорта в сфере производства заключается в том, что, с одной стороны, транспортная промышленность составляет самостоятельную отрасль производства, а потому особую отрасль вложения производственного капитала. Но с другой стороны, она отличается тем, что является продолжением процесса производства в пределах процесса обращения и для процесса обращения.

В современных условиях внешнеэкономическая деятельность (ВЭД) является важной составляющей, формирующей структуру, динамику, устойчивость национальной экономики. Сегодня ни одно государство в мире не может успешно развиваться без эффективной системы внешнеэкономических отношений, позволяющих интегрироваться в мировое хозяйство.

Внешнеэкономическая деятельность - это совокупность форм и методов торгово-экономического и финансово-производственного взаимодействия субъектов на мировом рынке с целью использования преимуществ международного разделения труда для достижения более высокой эффективности функционирования участвующего субъекта. Иными словами, это осуществление хозяйствующими субъектами одного государства внешнеэкономических связей с хозяйствующими субъектами других государств.

Внешнеэкономические связи - это совокупность регулярных и устойчивых экономических отношений между субъектами по поводу реализации экспортно-импортных операций, связанных с перемещением товаров, услуг, рабочей силы и капитала через национальные границы с целью обеспечения взаимосвязанного воспроизводства. В сферу данных отношений входят обмен товарами, организация финансовых и кредитных отношений, специализация и кооперация производства, научно-техническое сотрудничество, оказание экономического и технического содействия, создание совместных предприятий и других форм экономического сотрудничества.

Понимание роли развития внешнеэкономической деятельности для обеспечения устойчивого роста белорусской экономики требует динамизма и активности в совершенствовании внешнеэкономической политики и повышения роли Беларуси в мировой торговле. Активное участие страны в мировой торговле связано со значительными преимуществами: оно позволяет более эффективно использовать имеющиеся в стране ресурсы, приобщиться к мировым достижениям науки и техники, в более сжатые сроки осуществить структурную перестройку своей экономики [1]. Главным направлением развития экспорта Республики Беларусь является увеличение доли товаров и услуг с высокой добавленной стоимостью. Однако получить хороший результат от экспорта бывает достаточно проблематично. Полученная прибыль и добавленная стоимость в значительной степени определяются разнообразными факторами, находящимися и не находящимися в сфере влияния экспортеров. Например, барьеры входа на рынки стран или государственное субсидирование экспорта отдельных товарных групп, которое видоизменяется при вступлении в ВТО. Беларусь вынуждена будет взять на себя обязательство придерживаться принципов справедливой конкуренции, то есть применять только те меры государственной поддержки экспорта, которые напрямую не влияют на издержки производства.

В условиях глобализации только полноценное вхождение государства в мировую торговую систему предполагает эффективное развитие национальной экономики, обеспечение экономической безопасности, создание механизмов защиты национальных экономических интересов. Международные экономические отношения являются определяющим фактором развития любого государства. Республика Беларусь располагает весомым потенциалом транспортных услуг, рациональное и эффективное использование которых имеет важное экономическое значение, в частности, способствует увеличению валютных поступлений от экспорта услуг комплекса. Занимая 7,66% в структуре ВВП, удельный вес экспортных поставок транспортных услуг в общем объеме экспорта страны составляет 44,1 %. Функционирование предприятия как основного звена внешнеэкономического комплекса государства в системе международных экономических отношений требует пересмотра традиционных форм и методов организации и управления его внешнеэкономической сферой деятельности. В связи с этим особого внимания заслуживают вопросы эконо-

мической оценки ВЭД транспортных услуг, объективность которой поощряет рост производства, способствует повышению его эффективности.

Беларусь – важнейшая транспортная артерия евразийского пространства.

Ежегодно через территорию страны следует свыше 100 млн тонн европейских грузов, из них около 90% – между Россией и ЕС. При этом республика в полной мере обеспечивает оперативность и безопасность транзита. Транспортные услуги оказываются железнодорожным, автомобильным, воздушным, речным и трубопроводным видами транспорта.

Международные транспортные коридоры

Географическое положение Беларуси предопределило ее роль в качестве транзитной дорожной державы: республика находится на перекрестке основных транспортных маршрутов, связывающих государства Западной Европы с Востоком, регионы Черноморского побережья со странами Балтийского моря. Территорию Беларуси пересекают 2 трансъевропейских транспортных коридора, определенных по международной классификации под номером II (Запад – Восток) и под номером IX (Север – Юг) с ответвлением IXB.

Экспорт услуг в январе-ноябре 2016 г. составил 6 109,7 млн долл. и превысил соответствующий период 2015 г. на 1,7% (+100,1 млн долл.) [2].

В структуре экспорта услуг в январе-ноябре 2016 г. по-прежнему наибольший удельный вес занимают транспортные услуги – 43,2%, это минимальное значение с 2005 г. Это свидетельствует об улучшении структуры экспорта услуг. Доля услуг, зависящих от товаров снижается (доля транспортных снизилась на 1,6%).

В целом, экспорт услуг в общем экспорте товаров и услуг в январе-ноябре 2016 г. занимает 22,6% и превышает аналогичный показатель 2015 г. на 2,6 п.п.

В 2015 г. по сравнению с 2014 г. экспорт перевезенных грузов снизился по таким видам транспорта, как трубопроводный на 19,64%, железнодорожный на 24,2%, автомобильный на 21,8%, воздушный на 14,57%, внутренний водный на 25,10%. Лидером в 2015 г. по экспорту стал автомобильный транспорт. Он составляет 34,8% от общего экспорта перевезенных грузов Республики Беларусь. В среднем за 5 лет экспорт снизился по таким видам транспорта, как трубопроводный на 6,4%, железнодорожный на 15,7%, автомобильный на 0,5%, внутренний водный на 15,6% [3].

Сравнивая 2012 и 2013 гг., можно сделать вывод, что темпы роста экспорта перевезенных грузов по всем видам транспорта увеличились с 100,69% до 104,28%, несмотря на снижение по позиции «другие виды транспорта» на 25,34% [3].

В 2014 и 2013 гг. темпы роста экспорта перевезенных грузов по всем видам транспорта снизались с 104,28% до 97,83%, несмотря на рост воздушного на 81,52% и «других видов» на 31,9% транспорта [3].

Сравнивая 2015 и 2014 гг., видим, что темпы роста экспорта по всем видам транспорта снизались с 97,83% до 77,96%.

Импорт услуг в январе-ноябре 2016 г. составил 3 892,3 млн долл. и снизился по сравнению с аналогичным периодом 2015 г. на 96,8 млн долл., или на 2,4%.

Сальдо внешней торговли услугами в январе-ноябре 2016 г. традиционно сложилось положительным в размере 2 217,4 млн долл., что на 196,9 млн долл. лучше, чем за аналогичный период 2015 г. (+2 020,5 млн долл.).

Импорт перевезенных грузов

В 2015 году по сравнению с 2014 годом импорт перевезенных грузов снизился по таким видам транспорта, как железнодорожный на 3,8%, автомобильный на 14,7%, внутренний водный на 29,1%. Лидером в 2015 году стал автомобильный транспорт. Он составляет 36,5% от общего импорта перевезенных грузов Республики Беларусь. В среднем за 5 лет импорт снизился по таким видам транспорта, как железнодорожный на 3,8%, внутренний водный на 12,2% [3].

Сравнивая 2012 и 2013 гг., можно сделать вывод, что темпы роста импорта перевезенных грузов по всем видам транспорта снизились с 97,57% до 92,40%, несмотря на рост автомобильного транспорта на 16,8% [3].

За 2014 и 2013 гг. темпы роста импорта перевезенных грузов по всем видам транспорта увеличились с 92,40% до 110,64% [3].

В 2015 и 2014 гг. темпы роста экспорта перевезенных грузов по всем видам транспорта снизились с 110,64% до 84,37%, несмотря на рост воздушного транспорта на 50,9% [3].

Развитие и становление экономики любого современного государства невозможно без точно функционирующей транспортной инфраструктуры. Эффективная, бесперебойная и прибыльная работа предприятий промышленности и торговли находится в прямой зависимости от регулярной деятельности транспортных организаций.

Список цитированных источников

1. Дайнеко, А.Е. Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность Беларуси / А.Е. Дайнеко [и др.]. – Минск: НИИ Минэкономики Республики Беларусь, 2004. – 300 с.

2. Национальный Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by>

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

УДК 378.4:001.895(476.7)

Свиржевская В.В.

Научный руководитель: ассистент Вакульская Л.С.

ИННОВАЦИИ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ БрГТУ)

Целью данной работы является выработка мероприятий по повышению конкурентоспособности выпускников белорусских вузов (в частности БрГТУ) на рынке труда.

Предмет исследования – процесс и методы подготовки специалистов в высших заведениях Республике Беларусь.

Объект исследования – учреждение образования «Брестский государственный технический университет».

Основной целью системы высшего образования является профессиональная подготовка специалистов высшей квалификации в соответствии с социальным заказом. Поэтому именно профессиональная деятельность специалистов задаёт и определяет цели изучения всех учебных дисциплин, а следовательно, и содержание, и структуру, и формы соответствующей учебной деятельности студентов, готовящихся к этой профессиональной работе. Вот почему особое значение в настоящее время приобретают исследования по прогнозированию грядущих требований на рынке труда [1].

В рамках поставленной цели выделены следующие задачи:

1. Выявление проблемы (оценка текущей ситуации на рынке труда, соотношение требований к студентам белорусских вузов и имеющихся у них навыков);
2. Проведение исследований в рамках выявленной проблемы с целью выявления способов её решения;
3. Выработка предложений по решению проблемы.

Автором были проведены исследования методом фокус-группы, анкетирования и глубинных интервью.

В результате исследований было опрошено 53 студента белорусских вузов, причем около 79,25% опрошенных – студенты БрГТУ, все студенты дневной формы обучения возрастом от 17 до 22 лет.

Для 57% опрошенных студентов основным критерием для выбора специальности являлось наличие желаемой специальности в вузе. 89% студентов поступали с целью дальнейшего трудоустройства, остальные – для саморазвития и иных целей.

В ходе исследований была выявлена прямая весьма тесная (коэффициент корреляции - 0.98965) связь между курсом обучения студента и его активностью в процессе поиска работы.

Исследовав проблему безработицы на рынке труда Республики Беларусь, можно заметить проблему несоответствия некоторых знаний и умений у студентов (выпускников) и требований, предъявляемых к ним (стажировка, практика, работа). Данное несоответствие было выявлено в ходе сравнения требований к выпускникам и стажёрам (студентам 3-4 курсов) специальности «Маркетинг».

К навыкам, отсутствующим в программе подготовки специалистов, можно отнести работу с графическими редакторами, Google AdWords, Яндекс.Метрика и языками программирования, навык управления проектами, ведения переговоров и прочие. Следовательно, можно сделать вывод о том, что выдвижение заявленной проблемы является целесообразным.

Управление учебным процессом вуза состоит из множества задач. Для решения проблемы в данной работе рассматривается один из важных аспектов управления - моделирование процесса построения учебного плана.

В соответствии с Кодексом Республики Беларусь об образовании от 13 января 2011 г. (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, № 2/1795 от 17.01.2011) учебные планы являются составной частью учебно-программной документации образовательных программ высшего образования.

Учебный план УВО (учебные планы учреждений высшего образования по специальностям (направлениям специальностей, специализациям)) разрабатывается учреждением высшего образования с учетом типового учебного плана, а также региональных особенностей и особенностей учреждения выс-

шего образования в подготовке специалистов с высшим образованием.

Учет региональных особенностей и особенностей учреждения высшего образования в подготовке специалистов с высшим образованием реализуется посредством установленных образовательным стандартом и Порядком академических свобод учреждения высшего образования, а также определяемых учреждением высшего образования компонента учреждения высшего образования, дисциплин специализации, факультативных дисциплин и учебных дисциплин цикла "Дополнительные виды обучения".

Таким образом, разрыв между требованиями работодателей и способностями студентов можно устранить путем добавления необходимых учебных дисциплин в учебный план. Однако, данный способ не является приемлемым среди определенного количества опрошенных студентов. Около 74% опрошенных указывали в своих пожеланиях модернизацию и актуализацию учебного плана и учебного процесса (причем 81,1% желают пройти специализированные курсы).

Проанализировав полученную информацию, были предложены следующие мероприятия:

1. Введение курсов на платной основе. Согласно п.2 ст. 279 ГК РФ 218-3 от 7.12.1998г.[2], если в соответствии с учредительными документами учреждению предоставлено право осуществлять приносящую доходы деятельность, то полученные от такой деятельности доходы и приобретенное за счет их имущество поступают в самостоятельное распоряжение учреждения и учитываются на отдельном балансе. Таким образом предложенный вид деятельности может быть осуществлен в учреждениях образования.

В рамках фокус-группы был выявлен особый спрос на следующие дисциплины: изучение Photoshop, SRM/ERM систем, контекстная реклама, Project Management, AutoCAD и прочее.

Здесь же следует отметить необходимость внедрения новых алгоритмов формирования учебного плана с применением различных методик для данных курсов.

2. Проведение профессиональных ярмарок (организуемых студентами) и инвестиционных проектов (разработка мобильных приложений, решение кейсов от предприятий, создание различных инженерных разработок, пиар-кампаний и так далее).

3. Повышение мобильности преподавателей и студентов (силами студентов факультета электронно-информационных систем создание мобильного приложения университета на базе сайта, с возможностью просмотра расписания, новостей, и кабинетов группы и преподавателей; возможно создание «базы знаний студентов» в форме видеоконтента).

4. Создание карты специальностей силами студентов старших курсов (отображение перечня дисциплин и связи между ними).

5. Введение интерактивных практических занятий. В традиционной организации учебного процесса в качестве способа передачи информации используется односторонняя форма коммуникации - пассивный метод. Обучающийся находится в ситуации, когда он только читает, слышит, говорит об определенных областях знания, занимая лишь позицию воспринимающего. Иногда односторонность может нарушаться (например, когда обучающийся что-либо уточняет или задает вопрос), и тогда возникает двусторонняя коммуникация. Характерно, что односторонняя форма коммуникации присутствует не только на лекционных занятиях, но и на семинарских. Такая форма коммуникации, существующая столь долгое время, неприемлема сегодня по следующим

причинам:

- от пассивного участия в процессе обучения очень скоро не остается и следа;
- односторонняя коммуникация оправдана лишь в случае недостатка информации, невозможности ее получения другим способом, кроме как из рассказа лектора;
- преподаватель, как правило, использует материал, который не является оригинальным. Оригинальны лишь способы его конструирования, логика и манера изложения. Это ценно и свидетельствует об уровне и мастерстве преподавателя, но мало чем способствует в конструировании знания обучающимся – чужая конструкция знания никогда не становится своей. В рамках фокус-группы были выявлены следующие пожелания студентов в области формы интерактивных практических занятий: рынок труда, открытие и функционирование предприятия, разработка проекта, анализ рынка, проведение интервью и написание отчетов, поддержание работы сайта и его информационной поддержки и прочие формы.

Для оценки эффективности проведения платных курсов необходимо изучить зарубежный опыт проведения подобного рода занятий. В процессе анализе были рассмотрены высшие учебные заведения США, России, Чехии и Польши. Однако, сравнение не может быть проведено в связи со следующими различиями:

- в изученных странах доля государственного компонента в структуре учебного плана составляет порядка 20%, в ВУЗах РБ данный показатель составляет около 40%;
- алгоритмы формирования учебного плана в этих странах позволяют нейтрализовать дисбаланс между установленными требованиями действующих образовательных стандартов и реальными потребностями рынка труда;
- в различных странах существуют различные стандарты подготовки специалистов;
- наиболее котируемые ВУЗы изученных стран находятся в частной собственности, а следовательно, сами определяют типовой учебный план.

Опираясь на вышеизложенные различия невозможно точно и достоверно оценить эффективность проведения платных курсов в высших учебных заведениях РБ. Однако, спрос на данный вид обучения является устойчивым и сами опрошенные говорят, что проведение дополнительных занятий в их ВУЗе является для них наиболее удобной формой получения знаний и практического опыта.

Проведение вышеизложенных мероприятий может не быть безусловной инновацией, однако будет способствовать формированию самых необходимых для студентов качеств: работы с информацией, аналитического мышления, коммуникативных и управленческих навыков, а также заинтересованности студентов в поиске и соответствии рабочим местам.

Список цитированных источников

1. Когнитивный анализ качества подготовки специалистов в вузах / В.А. Камаев, М.А. Заболотский, И.А. Полякова, Л.В. Тихонин // Современные наукоемкие технологии. – 2005. – № 6. – С. 25-26.
2. Гражданский кодекс Республики Беларусь. Принят Палатой представителей 28 октября 1998 года.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ДОБРОВОЛЬНОГО СТРАХОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В развитых странах рынок страхования является одним из важнейших элементов финансовой системы. Страхованием охвачена большая часть социально-экономических объектов и явлений, а страховые услуги составляют значительную долю валового внутреннего продукта. В Республике Беларусь страховой рынок развит не так хорошо. В нём доминируют 19 страховых компаний (самая крупная – Белгосстрах). При этом участие частных организаций ограничено только рынком добровольного страхования [1].

Добровольное страхование – это страхование, которое проводится на основе добровольного согласия страхователя и страховщика.

На сегодняшний день страховой рынок Республики Беларусь представлен следующими видами добровольного страхования: личное страхование, страхование имущества и страхование ответственности.

Удельный вес добровольных видов страхования в общей сумме страховых взносов за 2016 год составил 55,8% (за январь-декабрь 2015 года – 52,1%). По добровольным видам страхования за январь-декабрь 2016 года страховые взносы составили 542,1 млрд рублей, что на 113,5 млрд рублей больше, чем в аналогичном периоде 2015 года. Заметно увеличение страховых премий по добровольным видам страхования. Это положительная тенденция, и для ее закрепления было бы целесообразно либерализовать страховой рынок. Среди добровольных видов по сборам страховых премий лидирующее место занимает имущественное страхование – 67,6 % (страхование транспортных средств, имущества предприятий и организаций, страхование грузов и т. д.), затем личное страхование – 24 % (страхование от несчастных случаев, страхование дополнительных пенсий, страхование жизни) и страхование ответственности – 8,4 % [2].

Личное страхование – отрасль страхования, где в качестве объектов страхования выступают жизнь, здоровье и трудоспособность граждан. Личное страхование подразделяется на группы: страхование жизни и страхование, не относящееся к страхованию жизни [3]. Основными видами добровольного личного страхования, относящимися к страхованию жизни, являются:

- добровольное страхование жизни;
- добровольное страхование дополнительных пенсий.

К добровольным видам личного страхования, не относящимся к страхованию жизни, относятся:

- добровольное страхование от несчастных случаев.

Этот вид страхования включает в себя следующие разновидности:

- индивидуальное страхование от несчастных случаев;
- страхование от несчастных случаев за счет средств предприятий;
- страхование водителей и пассажиров от несчастных случаев;
- страхование детей от несчастных случаев и др.;

- добровольное страхование от несчастных случаев и болезней.

Разновидностями данного вида страхования являются:

- страхование от несчастных случаев и болезней во время поездки за границу; страхование от несчастных случаев и болезней иностранных граждан, временно проживающих в Республике Беларусь;
- репродуктивное (детородное) страхование женщин и др.;
- добровольное страхование медицинских расходов;
- прочие виды личного страхования, не относящиеся к страхованию жизни.

В нашей республике личное страхование на добровольной основе развито слабо.

Имущественное страхование – страхование, объектом которого выступают не противоречащие законодательству Республики Беларусь имущественные интересы, связанные с утратой (гибелью) или повреждением имущества, находящегося во владении, пользовании, распоряжении [3].

Состояние и перспективы имущественного страхования непосредственно зависят от экономического положения страны, денежных доходов и уровня жизни населения, наличия развитой сети страховых компаний, имеющих устойчивое положение и предлагающих широкий выбор страховых услуг.

На современном этапе развития страховой рынок Республики Беларусь представлен следующими видами добровольного имущественного страхования:

- добровольное страхование юридических лиц, которое включает в себя следующие разновидности: добровольное страхование животных; добровольное страхование урожая сельскохозяйственных культур; добровольное страхование наземных транспортных средств; добровольное страхование ценностей касс и др.;

- добровольное страхование имущества граждан, которое включает: добровольное страхование домашнего имущества; добровольное страхование животных; добровольное страхование строений, принадлежащих гражданам на праве собственности; добровольное страхование памятников; добровольное страхование наземных транспортных средств; добровольное страхование воздушных судов; добровольное страхование внутреннего водного транспорта; добровольное страхование грузов; добровольное страхование строительно-монтажных рисков;

- добровольное страхование предпринимательского риска, к которому относятся: страхование риска непогашения кредита; страхование убытков вследствие вынужденного перерыва в производстве; страхование финансовых рисков.

Страхование ответственности – отрасль страхования, где объектом выступает ответственность перед третьими (физическими и юридическими) лицами, которым может быть причинен ущерб (вред) вследствие какого-либо действия или бездействия страхователя [3].

В Республике Беларусь получили распространение и развитие следующие виды страхования ответственности:

- добровольное страхование владельцев воздушных судов;
- добровольное страхование профессиональной ответственности;
- добровольное страхование гражданской ответственности предприятий, создающих повышенную опасность для окружающих;
- добровольное страхование гражданской ответственности владельцев

транспортных средств.

В последнее время доля добровольных видов страхования превышает долю обязательных видов, пусть и не намного. Среди белорусов востребованы следующие виды добровольного страхования: страхование транспорта, страхование от несчастных случаев и болезней во время поездки за границу, имущественное страхование и т. д. Несмотря на это, за последнее время заметно вырос спрос на страхование медицинских расходов и ответственности владельцев жилых помещений. Статистика показывает, что белорусы в первую очередь страхуют имущество, а страхование главной ценности – жизни и здоровья ставят на второе место. За январь – август 2015 года доля заключенных договоров добровольного имущественного страхования составила 60,2%, доля заключенных договоров добровольного личного страхования составила 32%, доля заключенных договоров страхования ответственности составила 7,8%.

В заключение необходимо отметить, что необходимо развивать и совершенствовать рынок страховых услуг Республики Беларусь, в частности сферу добровольного страхования. Для этого необходимо повысить статус и международную привлекательность страховых организаций за счет стимулирования притока средств инвесторов и поэтапного снятия ограничений в отношении доступа иностранного капитала на страховой рынок Беларуси. Также необходимо развивать конкурентную среду в страховой деятельности, создавать равные условия для всех организаций независимо от формы собственности. Основным мероприятием здесь должен стать допуск частных страховых компаний к отдельным видам обязательного страхования. Одним из направлений развития страхового рынка Республики Беларусь является разработка и внедрение новых страховых услуг на добровольной основе для отдельных категорий населения, например, студентов, кредитополучателей. Предлагаемые меры позволят либерализовать белорусский страховой рынок, сделать его более понятным и привлекательным для иностранного инвестора, укрепить финансовую устойчивость страховщиков, гарантируя тем самым надежную страховую защиту обществу.

Список цитированных источников

1. Белорусская ассоциация страховщиков [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.belasin.by/>. – Дата доступа: 20.04.2017.

2. Министерство Финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.minfin.gov.by/>. – Дата доступа: 20.04.2017.

3. Особенности страхового рынка Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://vuzlib.com.ua/articles/book/5708-Osobennosti_strakhovogo_rynka_/1.html. – Дата доступа: 20.04.2017.

УДК 368.036.1

Скомороха Л.А.

Научный руководитель: старший преподаватель Осипчук Н.В.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ СТРАХОВОЙ КОМПАНИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Введение. Целью работы является совершенствование существующей методики анализа финансовой устойчивости страховых компаний для более полной и комплексной оценки страховой компании.

В настоящее время проблема оценки финансового состояния организации является крайне актуальной. Одним из важнейших условий организации

страхового дела является контроль финансовой устойчивости страховщиков. И самое важное: финансовая устойчивость дает предприятию независимость от неожиданных изменений рыночной конъюнктуры, и, следовательно, риск оказаться банкротом становится минимальным. В связи с этим особую актуальность приобретают системы показателей, позволяющие наиболее точно определить степень финансовой устойчивости страховщика.

Основная часть. Финансовая устойчивость страховщика – это его способность исполнять принятые на себя обязательства в рамках подписанных договоров страхования независимо от изменения экономической конъюнктуры. Для оценки финансовой устойчивости страховой компании в каждой стране существует целая система показателей.

Для оценки финансовой устойчивости страховой компании в Беларуси используются следующие показатели: коэффициент достаточности страховых резервов (на основании страховых выплат), коэффициент достаточности страховых резервов (на основании страховых взносов), тест на достаточность резерва произошедших, но незаявленных убытков, тест на достаточность резерва заявленных, но неурегулированных убытков, коэффициент достаточности собственного капитала, комбинированный коэффициент (с учетом перестрахования), комбинированный коэффициент (без учета перестрахования), рентабельность страховой деятельности, рентабельность финансово-хозяйственной деятельности [1].

Так как целью работы является совершенствование методики анализа финансовой устойчивости страховых компаний, предлагается дополнить методику показателями, которые в настоящее время не используются в официальной методике.

1. Коэффициент сбалансированности страхового портфеля (формула (1)).

Коэффициент сбалансированности страхового портфеля $K_{ссп}$ характеризует долю превышения поступлений страховых премий (взносов) над выплатами. Данный коэффициент дает возможность определить правильность построения тарифных ставок по страховым продуктам. Сравнивая его среднее значение с рекомендуемым, можно сделать вывод о степени профессионализма андеррайтинга (разработка мероприятий по защите страхового портфеля) по заключенным договорам.

$$K_{ссп} = \frac{\text{Страховые премии(нетто)} - \text{перестрахование}}{\text{Страховые премии(нетто)} + \text{изменение страховых резервов}}, \quad (1)$$

где страховые премии (нетто) – строка 064 отчета о прибылях и убытках;
перестрахование – строка 063 отчета о прибылях и убытках;
изменение страховых резервов – строка 065 отчета о прибылях и убытках.

Рекомендованное значение коэффициента по накопительным видам страхования (страхование жизни, дополнительных пенсий) составляет 20, по рисковому видам страхования – более 50.

2. Показатель лояльности клиентов

Целью данного показателя является оценка качества клиентской базы, т. е. насколько данная страховая компания пользуется спросом среди клиентов. Данный показатель рассчитывается экспертным методом.

Показатель лояльности клиентов = Процент лояльных клиентов — Процент нелояльных клиентов

Критерии лояльности клиентов:

- постоянный страхователь,
- отсутствие страховых выплат за ряд лет,
- оставляют положительные отзывы и рекомендуют компанию другим лицам,
- помогают компании в «конкурентной разведке», рассказывая о том, что предлагают ему конкуренты (помогает быть в курсе событий).

Нелояльные клиенты имеют противоположные характеристики, а также с их стороны возможно расторжение заключенных договоров.

3. Сбалансированность финансовых потоков

Показатели сбалансированности денежного потока раскрывают соответствие и синхронность притока и оттока денежных средств, характеризуют темпы наращивания чистого денежного потока, эффективность операций по поступлению и выбытию денежных средств. Характеристика показателей представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели сбалансированности финансовых потоков

Анализ динамики дебиторской задолженности (страховые взносы, подлежащие уплате в следующих периодах)	На основе бухгалтерской отчетности
Анализ динамики кредиторской задолженности (не выплаченные страховые возмещения по произошедшим страховым случаям)	На основе бухгалтерской отчетности
Убыточность различных видов страхования	$K_y = \frac{B}{C_d},$ <p>где В — сумма выплаченного страхового возмещения; C_d — страховая сумма, приходящаяся на поврежденный объект страховой совокупности</p>

Коэффициент убыточности может быть меньше или равен единице, но не больше, иначе это означало бы, что все застрахованные объекты уничтожены более одного раза.

4. Рентабельность инвестиционного портфеля (формула (2)) (финансовый показатель, отражающий доходность (или убыточность) инвестиционных вложений, а также характеризующий степень эффективности проводимой инвестиционной политики).

$$R = \frac{\sum P_i \cdot k_i}{\text{Объем инвестиций}} * 100\%, \quad (2)$$

где P_i – доля ценной бумаги в портфеле;

k_i – доходность ценной бумаги/

Заключение. Данные показатели могут быть использованы всеми страховыми организациями, так как они важны для характеристики потенциала и возможностей страховой организации, а также для того, чтобы представление о страховой организации было наиболее полным, объективным и многогранным.

Список цитированных источников

1. Министерство финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.minfin.gov.by/upload/insurance/komm/rekomm_analiz.pdf. – Дата доступа: 22.04.2017.

ТРУДОВАЯ МИГРАЦИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Целью настоящей работы является изучение и анализ трудовой миграции Республики Беларусь и Российской Федерации.

Трудовая миграция – совокупность территориальных перемещений людей, связанных с занятостью и поисками работы. Понятие миграции уже давно перестало быть чем-то новым и диковинным. Согласно результатам исследования международных миграционных перемещений в России и Беларуси, последние шесть лет характеризуются достаточно высокими темпами роста показателей миграции.

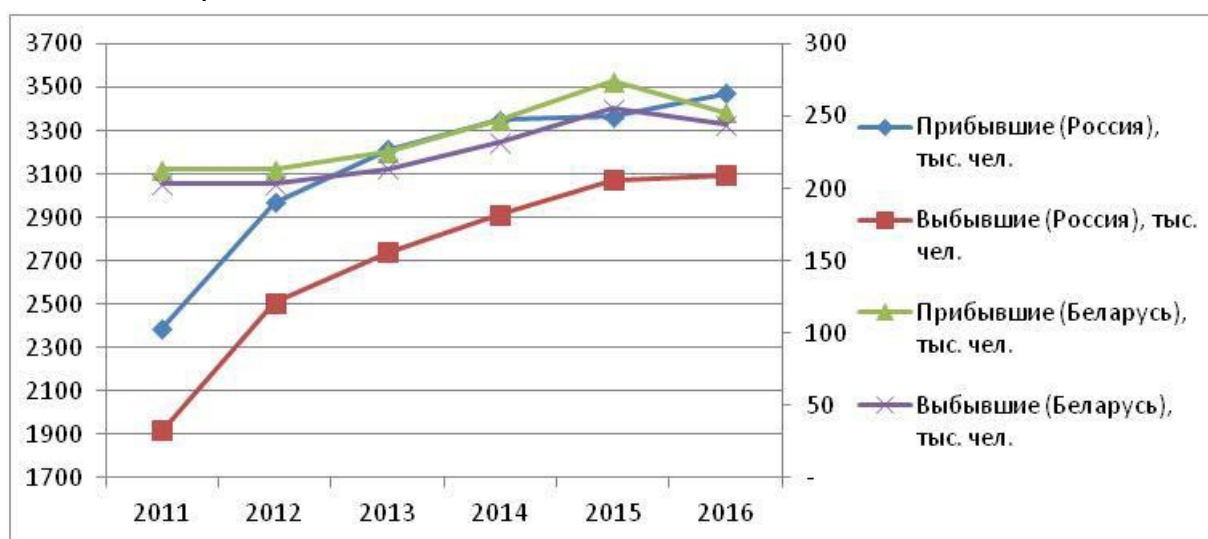


Рисунок 1 – Итоги миграции России в 2011-2016 гг. [1, 2]

В России в последние годы происходит сокращение прироста численности постоянного населения за счет миграции, т. к. на смену иммиграции на постоянное место жительства пришла трудовая иммиграция, закрывающая ниши в потребностях экономики. При этом масштабы официального привлечения и использования иностранной рабочей силы в Российской Федерации увеличились, но в гораздо меньшей степени, чем неофициального. Так, около 70% объема трудовой миграции белорусов приходится на Россию, причем отток незарегистрированных трудовых мигрантов более чем в 30 раз превышает зарегистрированную трудовую миграцию. По неофициальным оценкам, в России могут работать от 0,9 до 1,6 млн белорусов.

Причины трудовой миграции:

1. Взаимодополняемость экономик Республики Беларусь и Российской Федерации, процесс их интеграции.
2. Более высокие заработные платы и уровень жизни.
3. Рост уровня безработицы в странах.
4. Развитие связей между субъектами в системе международного разделения труда.
5. Возможность сделать успешную карьеру.
6. Медленное развитие частного сектора.

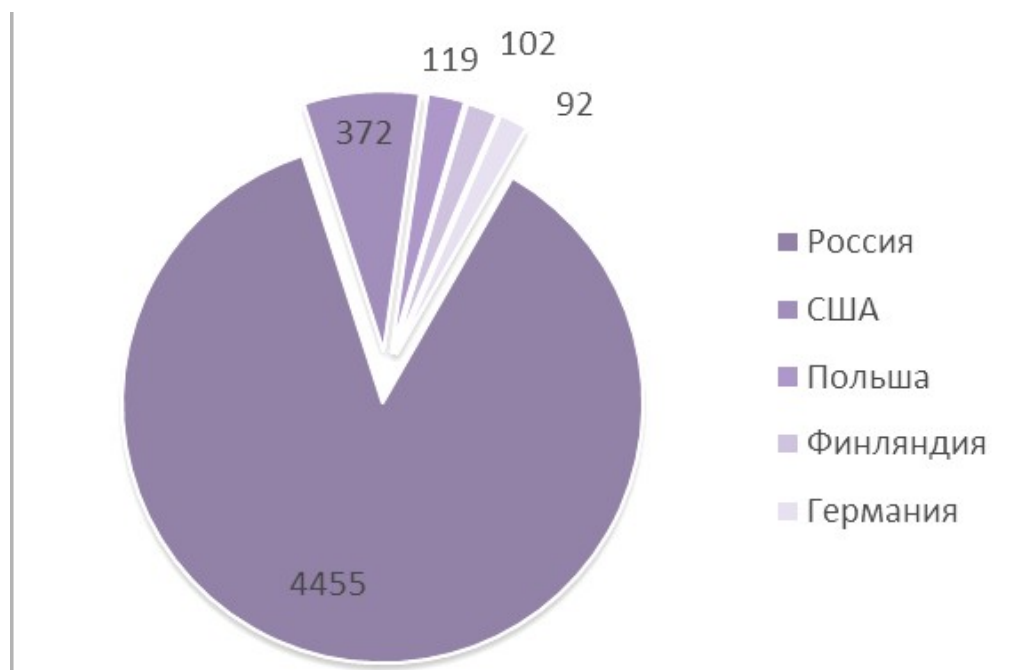


Рисунок 2 – Топ-5 стран, в которые выехало больше всего белорусов 2015 [1]

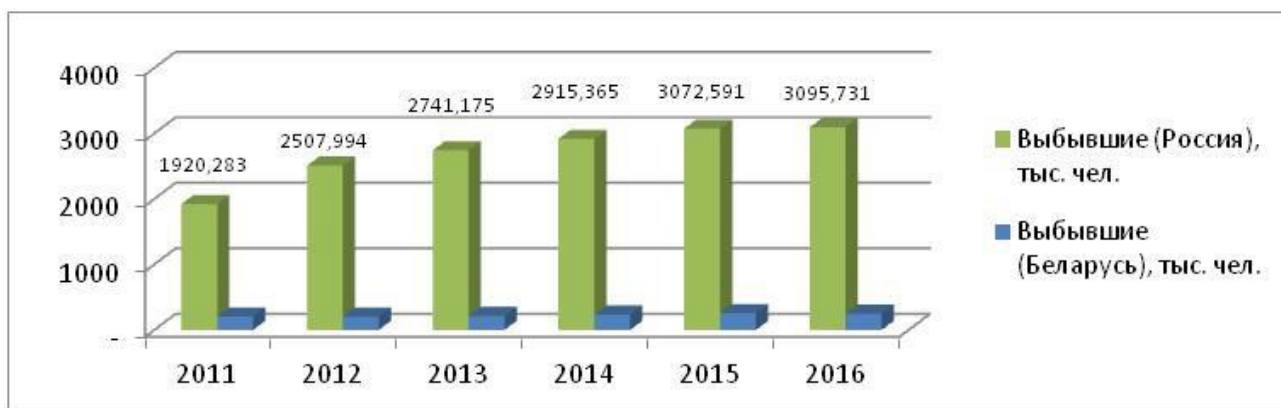


Рисунок 3 – Динамика объема мигрантов Беларуси и России за 2011-2016 гг. [3, 4]

Факторы привлекательности России как страны-иммигранта:

1. Отсутствие языкового барьера для граждан Республики Беларусь.
2. Равные условия трудоустройства с гражданами России в силу интеграции экономик.
3. Запрос на белорусских трудовых мигрантов.
4. Невозможность белорусской рабочей силы пробиться на западные рынки труда из-за ограничительных мер и большой конкуренции со стороны мигрантов из других стран.

Сопоставление результатов 2004 и 2015 гг. показало, что на трудовую миграцию в большинстве ориентированы мужчины, хотя удельный вес женщин, участвующих в трудовой миграции, значительно вырос: с 6% в 2004 г. до 36% в 2015 г. [4] Серьезным внутренним фактором, способствующим увеличению мобильности белорусских женщин, стало принятие в стране ряда законодательных актов по противодействию торговлей людьми. Существенным внешним фактором является развитие розничной торговли, сетевого ретейла и сферы общественного питания в России, предоставляющих значительное количество рабочих мест для женщин.

Таблица 1 – Характеристика последствий трудовой миграции

Последствия трудовой миграции			
Для Республики Беларусь		Для Российской Федерации	
положительные	отрицательные	положительные	отрицательные
Приток денежных средств в экономику страны	Потери инвестиций в обучение и подготовку уехавших специалистов и ученых	Белорусские мигранты ведут себя мирно, не оказывают влияния на криминогенную обстановку	Использование рабочей силы с нарушением законодательства
Снижение напряженности на национальном рынке труда	Потери «человеческого капитала» страны, ослабление ее интеллектуального потенциала	Удовлетворение спроса на квалифицированную и неквалифицированную относительно дешевую рабочую силу	Неравномерность распределения трудовых мигрантов в разных районах
Повышение квалификации белорусских специалистов, овладевающих современными методами организации труда	Дополнительная нагрузка на ФСЗН	Белорусские работники достаточно конкурентоспособны на российском рынке труда и выигрывают по параметру «цена–качество» по сравнению с трудовыми мигрантами из других стран СНГ	Приезд малоквалифицированных мигрантов увеличивает долю населения с низкой квалификацией и низкой оплатой труда

Резюмируя сказанное, можно отметить, что:

1) за десятилетие у белорусов появилось больше возможностей трудоустройства на законной основе на территории России;

2) в настоящее время трудовые мигранты отмечают лучшую социальную защиту и лучшие жилищные условия;

3) подавляющая часть респондентов в конечном итоге, заработав определенную сумму денег, желает возвратиться на родину к своей семье.

В своем исследовании применим *метод корреляционного анализа*. Расчет коэффициентов корреляции позволит выявить тесноту и направление взаимосвязи изучаемых показателей, сформировать выводы о воздействии того или иного фактора на результирующую величину.

Информационной базой дальнейшего анализа послужили статистические данные, публикуемые службой государственной статистики России и Беларуси. Проведение корреляционного анализа предполагало выделение ключевых факторов экономического роста ВВП России, среди которых в работе было исследовано влияние количества трудовых мигрантов и величины производительности труда. В качестве результирующего показателя, служащего основным индикатором развития страны, предлагается использовать объем ВВП в сопоставимых ценах. Для оценки тесноты и направления связи (прямая или обратная зависимость) между изучаемыми переменными используются показатели корреляции.

Коэффициент парной корреляции (r_{xy}) определяется по следующей формуле:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2] [n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

где n – количество измерений,

x, y – значения исследуемых величин.

Для построения матрицы коэффициентов парной корреляции воспользуемся офисным приложением Microsoft Excel. Результаты расчетов приведем в таблицах 2 и 3.

Таблица 2 – Расчет парной корреляции объема ВВП России и мигрантов из Беларуси

x	y	x ²	y ²	xy
4894	46308,54	23951236,00	2144480987,14	226634000,58
10182	59698,12	103673124,00	3563865218,30	607846231,13
16564	66926,86	274366096,00	4479205037,07	1108576564,43
15748	71016,73	247999504,00	5043375752,53	1118371443,27
17931	79199,70	321520761,00	6272592480,09	1420129820,70
17741	83232,60	314743081,00	6927665702,76	1476629556,60
$\Sigma x = 83060$	$\Sigma y = 406382,55$	$\Sigma x^2 = 1286253802$	$\Sigma y^2 = 28431185177,89$	$\Sigma xy = 5958187616,71$

Таблица 3 – Расчет парной корреляции прибывших мигрантов в Российскую Федерацию и производительности труда

x	y	x ²	y ²	xy
191656	103,2	36732022336,00	10650,24	19778899,20
356535	103,8	127117206225,00	10774,44	37008333,00
417681	103,5	174457417761,00	10712,25	43229983,50
482241	101,8	232556382081,00	10363,24	49092133,80
590824	100,7	349072998976,00	10140,49	59495976,80
598617	97,8	358342312689,00	9564,84	58544742,60
$\Sigma x = 2637554$	$\Sigma y = 610,8$	$\Sigma x^2 = 1278278340068$	$\Sigma y^2 = 62205,5$	$\Sigma xy = 267150068,9$

Подставляя данные из приведенных таблиц в формулу, рассчитаем значения коэффициентов парной корреляции, которые составляют соответственно 0,95 и -0,77.

Значение коэффициентов парной корреляции лежит в интервале от (-1) до (+1). Положительное значение показателя свидетельствует о прямой связи между изучаемыми признаками, отрицательное – об обратной.

Как видно из расчетов, существует достаточно *высокая и положительная (прямая) связь количества прибывших мигрантов из Республики Беларусь в Российскую Федерацию с показателем объема валового выпуска продукта РФ (0,95)*. Однако так же наблюдается обратная связь показателей прибывших мигрантов в Российскую Федерацию и производительности труда в целом российской экономики (-0,77). Учитывая, что анализ производился по статистическим демографическим данным, можно отметить справедливость выявленных взаимосвязей.

Анализируя полученные коэффициенты корреляции, можно говорить о том, что граждане Республики Беларусь, которые приезжают работать в Российскую Федерацию, играют важную роль в экономиках обеих стран.

Список цитированных источников

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Минск, 2016 – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/-makroekonomika-i-okruzhayushchaya-sreda/natsionalnye-scheta/godovye-dannye_11/-proizvodstvo-valovogo-vnutrennego-produkta/
2. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/vvp/vvp-god/tab1.htm
3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Минск, 2016 – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/demografiya_2/g/obschie-itogi-migratsii-naseleniya-respubliki-belarus/
4. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/demography/#

АНАЛИЗ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ ПОСРЕДСТВОМ НЕОФИЦИАЛЬНЫХ ИНДЕКСОВ: БИГМАК, ОЛИВЬЕ И ИВАНОВНА

Целью статьи является систематизация подхода к оценке качества жизни с помощью неофициальных индексов, позволяющего самым широким слоям населения в доступной форме, без специальных экономических знаний анализировать положение нашей страны в мировом сообществе с точки зрения социально-экономического комфорта ее среднестатистического гражданина.

Индекс (в пер. с лат.) – показатель, указатель.

В статистике индексами называют относительные величины динамики, характеризующие изменение сложного явления во времени, в пространстве, элементы которого (т. е. явления) непосредственно не суммируются.

В мире существует множество индексов, которые приравнивают глобальные экономические величины (например, зарплаты или курсы валют) к обыденным вещам - так измерить и сравнить их с другими странами становится проще.

Например, индекс бигмака, который с 1986 года регулярно подсчитывают специалисты журнала «The Economist». Пожалуй, это самый известный из неофициальных индексов, его цель – подсчитать, насколько адекватен курс доллара в разных странах, т. е. определить реальные обменные курсы валют различных государств и увидеть разницу между валютами [1].

Индекс бигмака основан на теории паритета покупательной способности, по которой валютный курс должен уравнивать стоимость корзины товаров в разных странах (то есть отношение обменных валютных курсов). Это значит, что на одну и ту же сумму денег, пересчитанную по текущему курсу в национальные валюты, в разных странах мира можно приобрести одно и то же количество товаров и услуг. Вместо целой потребительской корзины берется один продукт – бигмак, поскольку его можно считать универсальным и идентичным для всех стран продуктом. Чем выше покупательная способность, тем больше стоит валюта, и наоборот [3].

Журнал не рассчитывает индекс бигмака для Беларуси, но провести такую оценку, сравнив цену гамбургера в Беларуси с его ценой в США, несложно, что представлено в таблице 1. Считается, что если стоимость гамбургера в той или иной стране в пересчете на доллары ниже его цены в США, то валюта недооценена, если выше - переоценена.

Таблица 1 – Сравнение РБ и США по индексу бигмака

	Средняя з/п, США, \$	Цена б/м, США, \$	Кол-во б/м на 1 з/п, США, \$	Средняя з/п, РБ, \$	Цена б/м, РБ, \$	Кол-во б/м на 1 з/п, РБ, \$	Во сколько раз больше может купить американец	Недооцененность бел. нац. валюты, %
2010	3906,25	3,73	1047	408,755	2,40	170	6	-35,66
2015	5480,00	4,79	1144	423,269	2,14	198	6	-55,32
2016	5667,00	4,93	1149	363,088	2,19	166	7	-55,58
2017	-	5,06	-	-	2,29	-	-	-54,74

Судя по цене гамбургера на январь 2017 г., белорусский рубль на 54,74 % недооценен по отношению к доллару США, и степень его недооцененности по отношению к доллару упала по сравнению с 2016 годом.

Для того чтобы бигмак в Беларуси стоил столько же долларов сколько и в США, один доллар должен стоить приблизительно 1 рубль 15 копеек.

По статистике можно резюмировать, что валюта США в Беларуси значительно переоценена, приблизительно на 36,86 %.

Судя по индексу бигмака в мировом масштабе, рассчитаном в таблице 2, курс доллара завышен во всех анализируемых в данной работе странах мира по состоянию на январь 2017 года.

Таблица 2 – Индекс бигмака, январь 2017 г. [5]

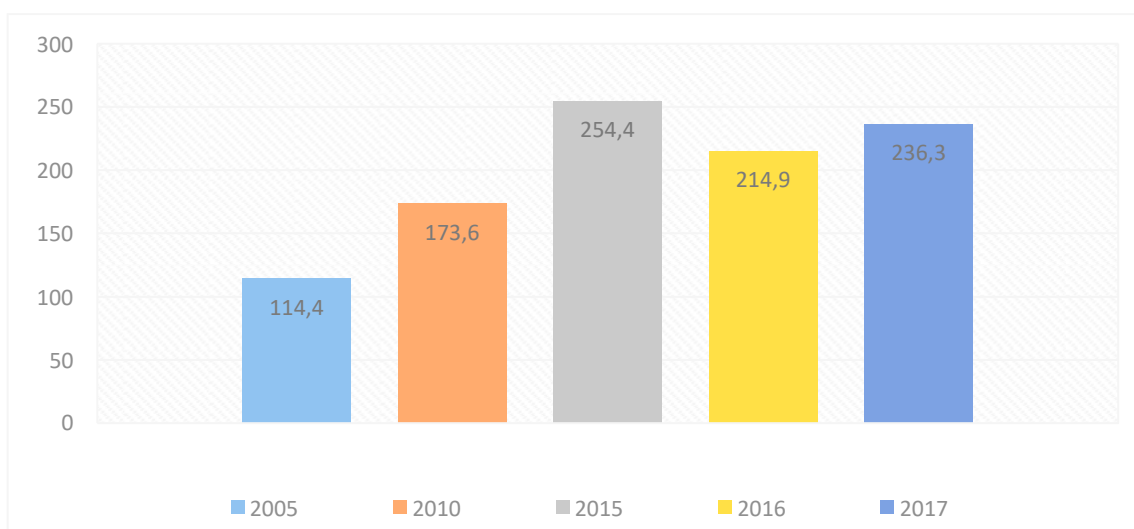
Страна	РБ	США	Польша	Россия	Украина
Цена б/м, \$	2,29	5,06	2,30	1,54	2,15
Недооцененность национальной валюты, %	-54,74	-	-54,55	-69,57	-57,51

В прессе существует огромное количество аналогов этого индекса, например, индекс KFC, индекс борща, рейтинг «Чарки-шварки», индекс iPod, индекс Старбакса, индекс кофе с молоком, индекс бутерброда с колбасой, индекс картошки, индекс блина и др.

Индекс кофе с молоком высчитывается на основании того, как активно население приобретает следующие четыре товара: кофе, молоко, шоколад и бутилированная вода, а также как меняются цены на них. Эти продукты выбраны не случайно. Не являясь товарами первого потребления, они становятся популярнее у покупателей тогда, когда те становятся более спокойными за своё финансовое благополучие. Ещё одной особенностью индекса является то, что он весьма незначительно отличается у людей с разным доходом и не особенно варьируется в зависимости от того, где исследование проводится территориально. Так что этот неофициальный индекс можно использовать не просто для того, чтобы определить, как живет та или иная социальная группа, но и чтобы посмотреть, насколько оптимистично население настроено относительно своего будущего в целом. Индекс ежемесячно публикует исследовательская компания "Ромир" [4].

В феврале 2009 года газета «Труд» начала высчитывать так называемый индекс оливье для определения уровня инфляции потребительских цен на продукты питания [2]. Суть расчета индекса заключается в определении количества килограмм салата оливье на 1 среднюю заработную плату.

Диаграмма 1 – Индекс оливье в РБ



В течение 5 лет (с 2005 по 2010 год) благосостояние белорусов по условному индексу оливье росло, что можно увидеть на диаграмме 1. Так, в 2005 на среднюю зарплату можно было позволить себе приготовить лишь 114,4 килограммов этого блюда. А в 2010 — уже 173,6 килограмма — в 1,5 раза больше. В 2016 же году виден спад с дальнейшим нарастанием количества килограмм салата, которые можно приготовить на 1 заработную плату среднестатистического белоруса.

Среди аналогов индекса народного салата можно выделить индекс рождественских цен. Этот индекс определяет изменение цен на товары по стоимости корзины, включающей в себя 12 подарков из английской народной песни «12 дней рождества» [4].

Индекс социального благополучия (ИСБ) с душевным названием «Ивановна» рассчитывается для того, чтобы показать, сколько часов нужно проработать среднестатистическому белорусу, а также жителям некоторых других стран, чтобы купить товары и услуги из заранее определенной потребительской корзины. Для подсчетов берутся официальные данные о зарплате, продолжительности рабочей недели, количестве рабочих дней в году и официальные цены. В потребительской корзине оказались продовольственные товары (хлеб, свинина, молоко, подсолнечное масло, шоколад и т.д.), непродовольственные товары (джинсы, кроссовки, костюм, зубная паста, стиральный порошок, книжный шкаф, лекарства и т. д.), товары длительного пользования (автомобиль, телевизор, компьютер, телефон, стиральная машина, квартира и т. д.) и услуги (высшее образование, стрижка, проезд в транспорте, интернет, ЖКУ, услуги врача и др.). Всего – 35 позиций.

Идеи в основе ИСБ «Ивановна» простые и понятные даже для обыкновенного человека:

Первая: чем больше свободного времени остаётся человеку на семью, отдых, образование, развлечения, хобби, путешествия и т. д. после того, как он отработал необходимое количество времени на покупку необходимых для него товаров и услуг, тем выше его благополучие.

Вторая: чем меньше времени необходимо работать для приобретения необходимых человеку товаров и услуг, тем выше его производительность труда, тем больше возможностей для сбережения и накопления, тем больше дополнительных возможностей для увеличения доходов и повышения уровня жизни.

Третья: чем меньше времени нужно работать человеку для приобретения необходимых товаров и услуг, тем устойчивее долгосрочный тренд на снижение этого показателя, тем больше в стране накопленного капитала, качественнее общественные институты развития, эффективнее деятельность трипартизма (общество, бизнес, государство). Изменение ИСБ «Ивановна» в долгосрочной перспективе указывает на перспективность, социальную направленность правовой, социально-экономической модели, её способности привлекать и интегрировать разные формы капитала [6].

Диаграмма 2 – ИСБ «Ивановна» в РБ

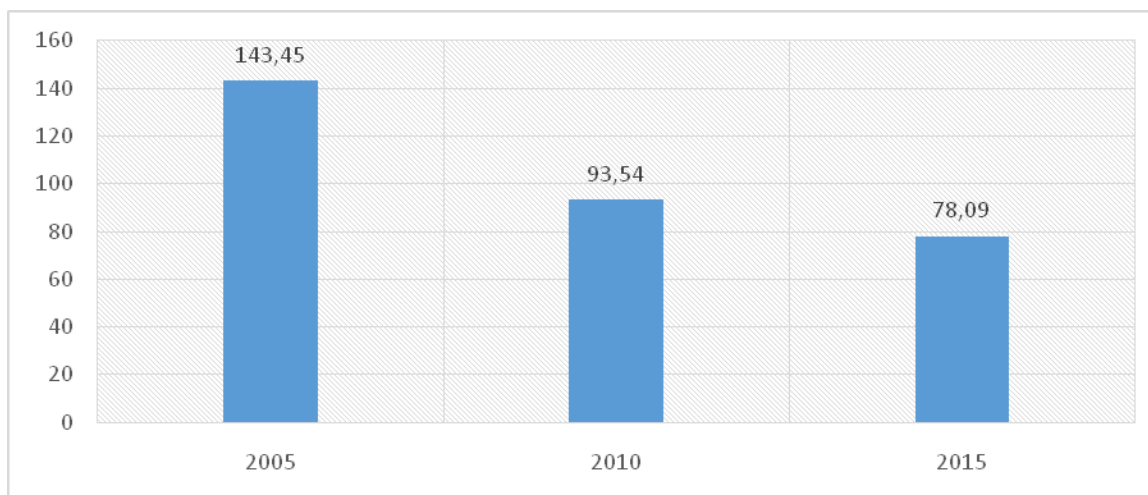
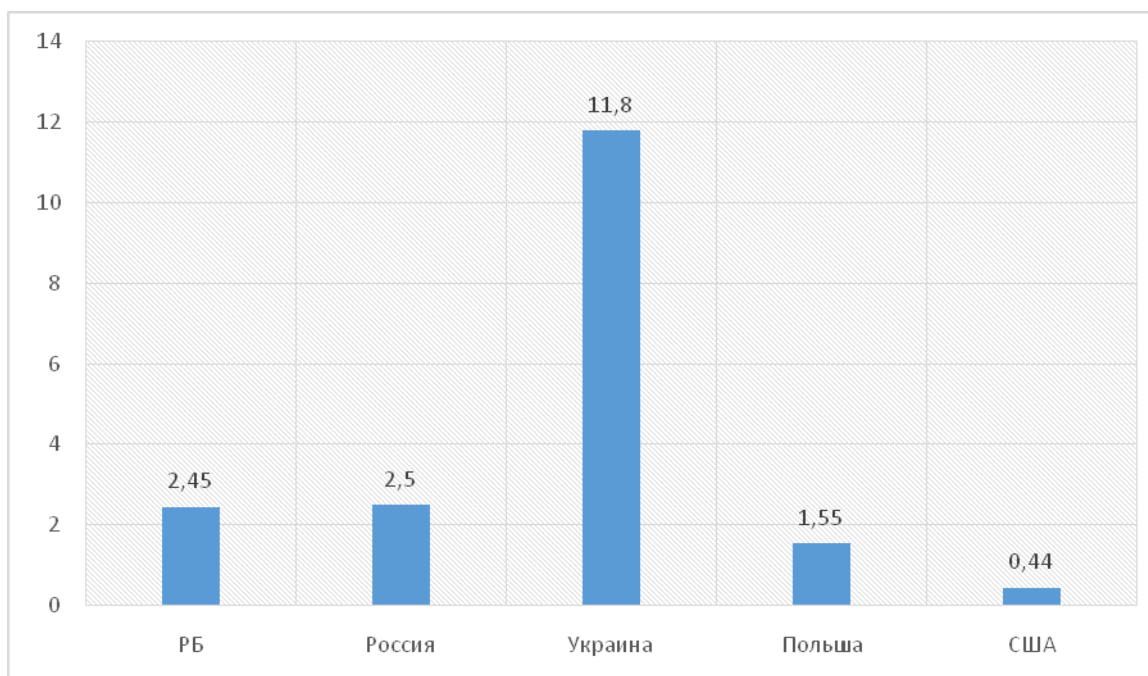


Диаграмма 3 – ИСБ «Ивановна» в 2015 г., лет



Подобные индексы делают хорошее дело: превращают экономическую статистику в нечто понятное и близкое всем. Но экономисты отрицательно относятся к оценке с помощью них, поскольку они созданы не для того, чтобы быть точными инструментами.

Индексы не учитывают такие факторы, как пошлины, размер арендной платы, нефтегазовые отношения, маркетинговая стратегия, инфляция, диетические предпочтения, социально-экономические классификации, уровни конкуренции и местные издержки (например, реклама, производство и налоги).

Кроме того, эти индексы носят заведомо упрощенный характер: очевидно, что потребительская корзина белоруса не состоит только из чарки и шкварки. Но такое упрощение делается специально, чтобы индекс был предельно простым. Не всем понятен определенный процент инфляции, но все понимают, что приготовить оливье к Новому году стало дороже на столько-то. Для серьезной аналитики такие индексы не подойдут, а вот как источник простой информации о ценах и уровне жизни – вполне.

Можно, как угодно относиться к таким индексам, но толика правды в этом имеется. Ведь в курсах валют имеются и значительные биржевые спекуляции, и политические моменты. А здесь – еда, без которой не прожить, и ее реальная стоимость.

К началу 2016 года ресурсы нынешней модели для повышения благосостояния людей исчерпаны. Страна начала проедать накопленный капитал, что при неизменности самой модели приведёт в деградации и болезненным социальным последствиям. Требуется активация новых «локомотивов» роста и развития. Главными из них являются экономическая свобода, защита прав частной собственности, свободная конкуренция на рынке, открытая торговля, демократия и политическая конкуренция.

Список цитированных источников

1. Комсомольская правда [Электронный ресурс] / КП – Минск, 2012. – Режим доступа: <http://www.kp.by>. - Дата доступа: 25.04.2017.
2. Свободная энциклопедия Wikipedia [Электронный ресурс] / Своб. энциклоп. Wikipedia – Режим доступа: <http://www.wikipedia.org>. - Дата доступа: 30.04.2017.
3. Банки Беларуси. Кредиты. Вклады. Курсы валют [Электронный ресурс] / Банки Беларуси. Кредиты. Вклады. Курсы валют - Режим доступа: <http://www.myfin.by>. – Дата доступа; 13.05.2017.
4. Общественное объединение содействия развитию частного предпринимательства «Единство» [Электронный ресурс] / Общ. объедин. сод. развит. частн. предприним. Единство – Режим доступа: <http://edinstvo-gomel.by>. – Дата доступа: 18.05.2017.
5. Цены в мире [Электронный ресурс] / Цены в мире – Режим доступа: <http://www.globalprice.info>. – Дата доступа: 17.04.2017.
6. Научно-исследовательский центр Мизеса [Электронный ресурс] / Науч.-исслед. Центр Мизеса – Режим доступа: <http://liberty-belarus.info>. – Дата доступа: 10.05.2017.

УДК 334

Тюрина А.Э.

Научный руководитель: доцент Ермакова Э.Э.

ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Целью статьи является оценка результатов инновационной деятельности и определение проблем инновационного развития экономики Республики Беларусь.

Инновация представляет собой результат интеллектуальной деятельности человека, который имеет практическое применение и имеет в итоге своего внедрения получение какого-либо эффекта: экономического, технического, социального либо экологического.

Под понятием «инновационная деятельность» понимается совокупность мероприятий различного характера, направленных на внедрение в производство результатов интеллектуальной деятельности с целью повышения производительности труда, получения экономического эффекта, повышения технологического уровня производства и уровня качества производимой продукции или оказываемых услуг.

Комплекс мероприятий инновационной деятельности может включать меры научного, технологического, организационного, финансового и коммерческого характера, которые во взаимодействии своем приводят к инновациям [1].

В условиях развития инновационной экономики в Беларуси присутствует ряд экономических, правовых и социальных факторов, сдерживающих активное участие предприятий в сфере инноваций.

Состояние, темпы и направление развития сферы инноваций можно легко определить, проанализировав показатели научной и инновационной деятельности. К основным, наиболее значимым и часто используемым показателям можно отнести:

- внутренние затраты государств на научные исследования и разработки;
- структура внутренних затрат на научные исследования и разработки;
- отраслевое распределение затрат на технологические инновации;
- число инновационно-активных предприятий;
- объем отгруженной инновационной продукции;
- активность патентной деятельности;
- оценка факторов, препятствующих инновациям.

Все показатели в стоимостных измерителях представлены с учетом инфляции и выражены в денежных единицах Республики Беларусь образца 2009 года (после деноминации).

Одним из наиболее важных и оказывающих значительное влияние на состояние Национальной инновационной системы факторов является наукоёмкость ВВП (внутреннего валового продукта) страны. Ведь активность и эффективность инновационной деятельности определяются во многом объемом финансирования сферы инноваций. В Японии, к примеру, высокая эффективность в данной сфере является результатом осуществления значительных по объему инвестиций. Сравнение внутренних затрат на научные исследования и разработки представлено на диаграмме (рис. 1).

На диаграмме явно прослеживается тенденция увеличения наукоёмкости ВВП таких стран, как Япония, Германия, США, Франция и Великобритания. И, как следствие, сфера науки и инноваций функционирует в перечисленных странах достаточно эффективно и развивается довольно стремительно. К сожалению, в Беларуси такого не наблюдается. Даже в соседней России, которая раньше сосуществовала с Республикой Беларусь и другими соседними странами в составе СССР и развивалась по схожим направлениям и законам, коэффициент наукоёмкости с каждым годом увеличивается. В Беларуси же доля внутренних затрат на науку, научные исследования и разработки с каждым годом лишь снижается. Со значения 0,70 в 2011 году до 0,52 в 2014 году. В 2015 году показатель наукоёмкости ВВП не изменился. Стоит отметить, что не только снижение данного показателя настораживает и беспокоит, но и его значение. В Республике Беларусь наукоёмкость ВВП в течение анализируемые 4 лет не превышала 1%. В то время как в индустриально развитых странах данное значение находится на уровне 2 - 3%.

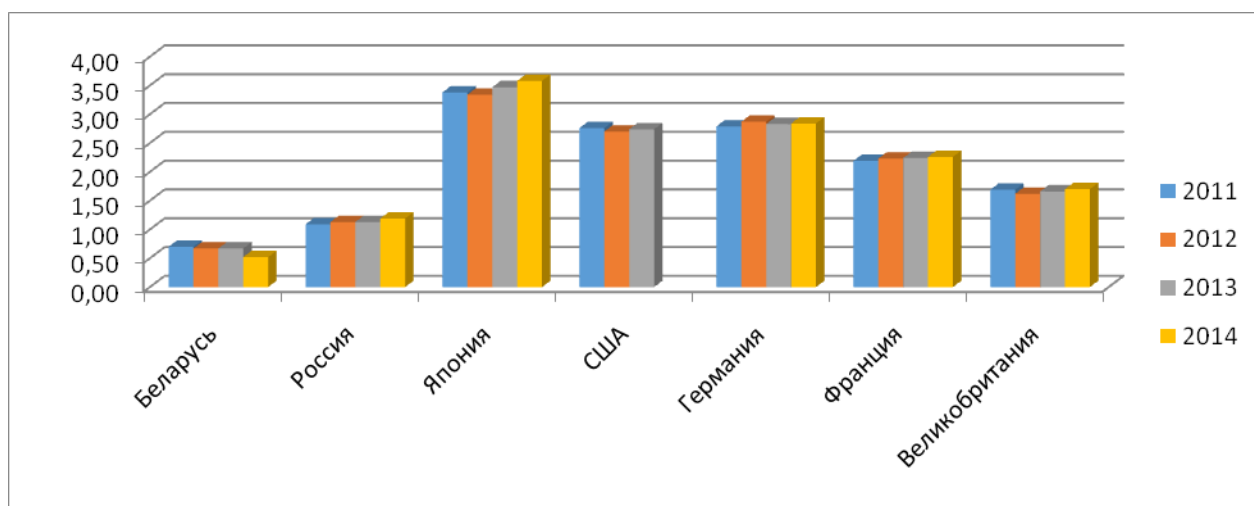


Рисунок 1 – Внутренние затраты на научные исследования и разработки [2]

Следующим рассматриваемым показателем станет объем отгруженной инновационной продукции и доля инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции. Данные показатели также очень важны при анализе состояния сферы инноваций. Ведь их уровень указывает на интенсивность внедрения новаций в производство, способность страны к удовлетворению внутренних потребностей в инновационной продукции и экспортный потенциал государства относительно инновационной продукции. Уровень данных показателей представлен на рисунке 2.

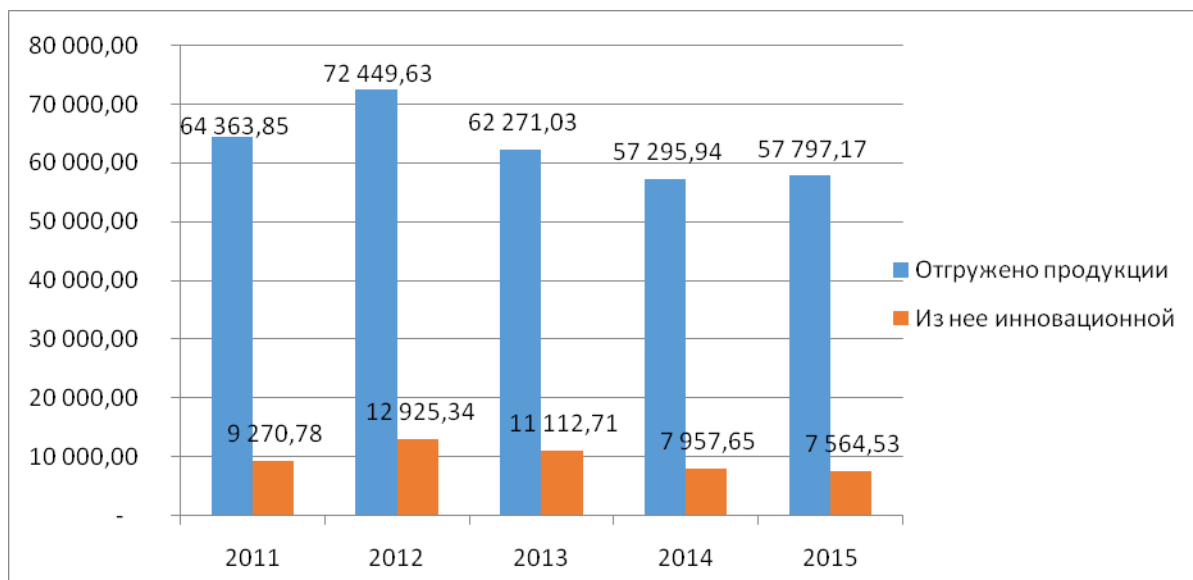


Рисунок 2 – Объем отгруженной инновационной продукции, млн руб. [2]

На рисунке 2 наглядно видно, что наблюдается снижение как общего объема отгруженной продукции, так и инновационной продукции в ее составе. Это свидетельствует, во-первых, о снижении общей производственной активности и уменьшении объемов производства по всем видам продукции. Эта тенденция начала прослеживаться с 2012 года, когда кризисные явления стали проявляться в полной мере. Данные кризисные явления привели к ухудшению финансового состояния предприятий и связанному с этим снижению объемов производства и сокращению штатов сотрудников.

Во-вторых, данный факт указывает на снижение инновационной активности, что связано с тем же осложнением финансового состояния предприятий. Ведь инновационная деятельность как никакая другая требует большого объема инвестиций, что во время кризиса может позволить себе не каждая организация.

Далее рассмотрим показатели изобретательской и патентной активности. Число поданных заявок на получение патента отражает активность научной и изобретательской деятельности отечественных разработчиков. А число выданных патентов свидетельствует о качестве проделанной работы и новизне изобретений и разработок. Данные по этим показателям отражены на рисунке 3.

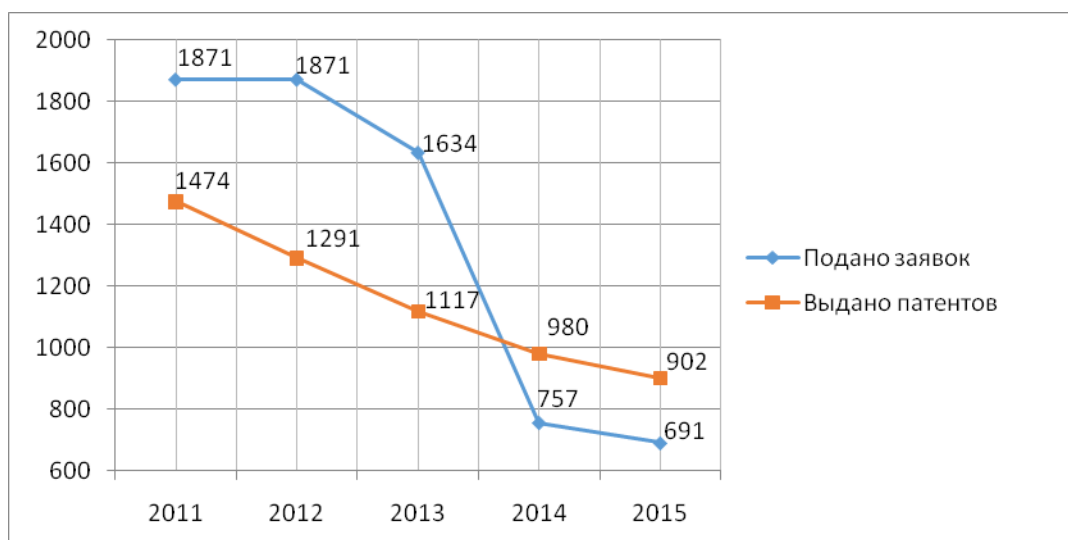


Рисунок 3 – Число поданных заявок и выданных патентов на изобретения [2]

Заметно, что число поданных заявок превышает в 2011, 2012 и 2013 годах число выданных патентов. Это несовпадение можно объяснить, скорее всего, тем, что изобретения, претендующие на получение патента, не отвечают требованиям новизны, оригинальности, промышленной применимости, которые предъявляются к патентуемым объектам интеллектуальной собственности.

Так же по данным графика можно отметить уменьшение как числа выданных патентов, так и числа поданных заявок. Данный факт подтверждает снижение изобретательской активности. Причиной данного явления выступает в большинстве случаев дефицит денежных средств при одновременной дороговизне и трудоемкости планируемых исследований и разработок.

Далее проанализируем активность белорусских предприятий в сфере инноваций и рассмотрим динамику численности инновационно-активных предприятий и их доли в общей численности предприятий Беларуси за последние годы (таблица 1).

Таблица 1 – Показатели инновационной активности предприятий промышленности [2]

Показатели	2011	2012	2013	2014	2015
Число инновационно-активных предприятий, ед.	443	437	411	383	342
Доля инновационно-активных предприятий, %	22,7	22,8	21,7	20,9	19,6

Статистические данные об инновационной активности предприятий промышленности свидетельствуют о тенденции уменьшения числа инновационно-активных предприятий и доли их в течение анализируемого периода. Это может объясняться рядом причин.

1. Предприятие может быть ликвидировано в связи с наступлением состояния банкротства. В таком случае организация перестает существовать вовсе. Но возможен и другой вариант.

2. В настоящее время, когда кризисные явления наблюдаются повсеместно, существует большая степень неопределенности и высокий уровень риска. Эти угрозы побуждают предприятие отказаться от осуществления довольно рискованной и капиталоемкой инновационной деятельности и перейти к более традиционной и надежной. В данном случае предприятие продолжает свое существование, но просто меняет направление своей деятельности.

Сложившаяся тенденция снижения инновационной активности, уменьшения числа инновационно-активных предприятий и числа регистрируемых патентов должна объясняться наличием ряда факторов, оказывающих негативное воздействие на развитие сферы инноваций. Это может быть влияние различного типа: экономическое, политическое, демографическое, а также влияние состояния внутренней среды предприятия.

Необходимо отметить основные факторы, оказывающие наибольшее по силе негативное воздействие на инновационную деятельность предприятий промышленности.

1. Финансовые проблемы предприятий играют сегодня, пожалуй, важнейшую роль. Трудности, связанные с нехваткой денежных средств, испытывало большинство предприятий. И в таком случае речь уже будет идти не об осуществлении инновационной деятельности, а хотя бы о том, чтобы предприятие не стало банкротом, а продолжило свое существование.

2. Дороговизна инновационного процесса, причем, как процесса разработки (найм высококвалифицированных работников, приобретение необходимого для процесса разработки оснащения), так и процесса внедрения (возможно, потребуется заменить оборудование, нанять соответствующий персонал) и распространения инноваций.

3. Высокая степень неопределенности и высокий уровень риска инновационной деятельности, что в нынешних условиях заставляет предприятия серьёзно задуматься над направлением применения имеющихся средств: инвестировать в рискованную инновационную деятельность и претендовать на более высокий уровень доходности либо осуществлять более традиционный способ производства и с большей степенью уверенности рассчитывать на средний уровень доходности.

4. Факторы внутренней среды, среди которых можно выделить: отсутствие высококвалифицированного персонала, высокий уровень физического и морального износа основных фондов, отсутствие технологии производства инновационной продукции, несовершенство системы управления.

В качестве мер по повышению уровня инновационной активности можно предложить:

– обучение, переподготовка, повышение квалификации персонала: повышение квалификации является неотъемлемым условием карьерного роста и успешной трудовой деятельности в любой сфере. Сфера инноваций развивается стремительными темпами, что требует от работников данной отрасли регулярного обучения, обмена опытом, повышения квалификации, в том числе и за рубежом, а также при сотрудничестве с иностранными исследователями, научными центрами, исследовательскими лабораториями;

– прекращение «утечки мозгов»: большое количество высококвалифицированных кадров не видит перспективы для своего развития внутри Республики Беларусь. Это и является главной причиной их иммиграции в индустриально развитые страны. Главной мерой предотвращения данного процесса может стать ряд мер по привлечению отечественных специалистов к работе в Беларуси: предоставление приоритета при найме их на работу, премиальные выплаты за высокий уровень квалификации, предоставление возможностей для успешной исследовательской деятельности (доступ к лабораториям с современным оборудованием, финансовое обеспечение процесса исследований и разработок).

Резюмируя, можно сказать, что все предложенные меры по активизации инновационной деятельности в Республике Беларусь являются вполне реальными, и применение их может дать ощутимые положительные результаты при условии грамотного, разумного и рационального их использования.

Список цитированных источников

1. Введение в инноватику: учебное пособие / А.Н. Асаул, В.В. Асаул, Н.А. Асаул, Р.А.Фалтинский; под ред. заслуженного деятеля науки РФ А.Н. Асаула. – СПб: АНО ИПЭВ, -2010, -280с.

2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь // Сборник «Наука и инновационная деятельность» за 2012 – 2015 гг.

УДК 657.6

Чергейко М.Н.

Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г.

ЗНАЧЕНИЕ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Введение. В условиях глобализации трансформация экономической системы Республики Беларусь сопровождается усилением роли экономической безопасности предприятия, как надежной, капитальной основы экономически эффективного государства. Отсутствие научно обоснованных рекомендаций по организации системы внутреннего контроля требует глубокого исследования этого вопроса, что и определяет актуальность темы статьи. В этой связи, предлагаемые организационные основы формирования системы внутреннего контроля приобретают научное и практическое значение и являются реальными потребностями современного предприятия.

Основная часть. В настоящее время всё больше предприятий уделяют особое внимание внутреннему контролю, поскольку он выступает важнейшим элементом отлаженного механизма управления.

Системе внутреннего контроля исследователями и практиками даны различные определения. Внутренний контроль — это система мер, организованных руководством предприятия и осуществляемых на предприятии с целью наиболее эффективного выполнения всеми работниками своих обязанностей при совершении хозяйственных операций. Внутренний контроль определяет законность этих операций и их экономическую целесообразность для предприятия.

Внутренний контроль, по мнению зарубежных учёных, «это контроль, который осуществляется путём проверки и оценки адекватности и эффективности других видов контроля» [1].

Объектами внутреннего контроля выступают имущество, обязательства, связанные с производством, экономические отношения, «т. е. весь комплекс причинно-следственных взаимосвязей и взаимоотношений, возникающих в результате деятельности экономического субъекта».

В качестве субъектов внутреннего контроля авторы выделяют «бухгалтерскую, финансовую, другие функциональные службы предприятий и объединений в пределах установленной компетенции» или «работника или участника (владельца) организации, совершающего контрольные действия при исполнении возложенных на него обязанностей либо только на основании соответствующих прав» [2].

Важно отметить то, что задачей хозяйствующего субъекта должна быть не организация системы контроля, которая бы точно предусматривала отсутствие ошибок и неэффективности его применения в хозяйственной деятельности организации, а система, которая должна вовремя обнаружить и устранить недостатки, тем самым позволяя увеличить эффективность работы. Один из главных принципов внутреннего контроля состоит в том, что нужно контролировать, как построен и работает процесс, какие качественные изменения в нем протекают, то есть нет необходимости сосредоточиваться лишь на экспертном контроле операций. Таким образом, можно прийти к следующему заключению: увеличение роста эффективности внутреннего контроля состоит в повышении качества внутреннего контроля, а не в увеличении числа перепроверяемых действий [3].

Система внутреннего контроля должна содействовать снижению риска неэффективного применения всех ресурсов хозяйствующего субъекта (финансовых, инвестиционных, трудовых).

Функция внутреннего контроля может реализовываться несколькими способами, и для того чтобы использовать преимущества, которые даст организации эффективно налаженный внутренний контроль, не нужно создавать целое подразделение. Иначе говоря, функции внутреннего контроля могут делать сторонние консультанты или специализированная компания при условии недопущения конфликта интересов. Следовательно, использование и внедрение системы внутреннего контроля должно базироваться на разумности и анализе трудозатрат при осуществлении контроля и полученном результате хозяйственной деятельности [4].

Система внутреннего контроля организации оказывает свое воздействие на все возникающие управленческие решения, начиная с планирования деятельности и заканчивая составлением бухгалтерской финансовой отчетности. В целях поддержания безопасного уровня деятельности организации нужно осуществлять непрерывный контроль и проводить анализ по итогам хозяйственной деятельности.

Отсутствие любого контроля вне зависимости от направлений деятельности затормаживает процесс развития организации либо даже совсем останавливает его. Так, например, если малые предприятия будут полностью сосредоточены только на защите активов и недопущении мошенничества и при этом не будут думать о мотивации сотрудников, это приведет в свою очередь к текучке кадров, снижению инициативы работников и другое. Если направить контроль только на оптимизацию налогообложения и не уделять внимания обеспечению организации управленческого учета, то менеджер организации не будет обладать точными данными для необходимой аналитической работы, применяя результаты которых можно довольно быстро реагировать на изменение внешней и внутренней среды.

Эффективность работы хозяйствующих субъектов во многом зависит от постоянного контроля, так как он призван выявлять недостатки и нарушения, а также предостерегать от них и способствовать своевременному их устранению.

По мере расширения бизнеса каждая компания сталкивается с необходимостью усиления контроля. Экономические преступления и нарушения финансовой, корпоративной и иной дисциплины, как правило, влекут за собой значительные финансовые потери и репутационные риски и представляют собой реальную угрозу стабильности бизнеса, а в некоторых случаях и его

существованию. При этом все компании в равной степени подвержены данным угрозам. По различным оценкам наиболее распространенным преступлением является незаконное присвоение имущества (хищение).

Поэтому чрезвычайно важно принимать надлежащие меры для предотвращения, выявления и своевременного расследования преступлений. Одним из способов выявления мошенничества является форензик.

Форензик – это независимое финансовое расследование, проводимое внутри компании, для выявления финансовых рисков или доказательств фактов мошеннической деятельности со стороны сотрудников компании [5].

Целью форензика является выявление несоответствий в финансовой отчетности компании. Многие фирмы для различных целей «приукрашивают» свои итоговые документы. Это может быть связано с необходимостью получения кредитов и займов, или чтобы сохранить конфиденциальность акционеров компании. Не стоит забывать, что поводом к искажению данных, может быть мошенничество [6].

В своем роде форензик – это криминалистика для бизнеса [7]. Зачастую специалисты группы форензик исполняют роль так называемого следственного комитета для расследований в собственном бизнесе.

Команда специалистов состоит из аудиторов, бухгалтеров, юристов, программистов, криминалистов и экспертов различных направлений, они помогут разрешить конфликтные или скрытые ситуации с минимально возможными потерями для бизнеса.

В ходе расследования специалистам необходимо выяснить, было ли совершено преступление; если да, то кем, на какую сумму и каким способом.

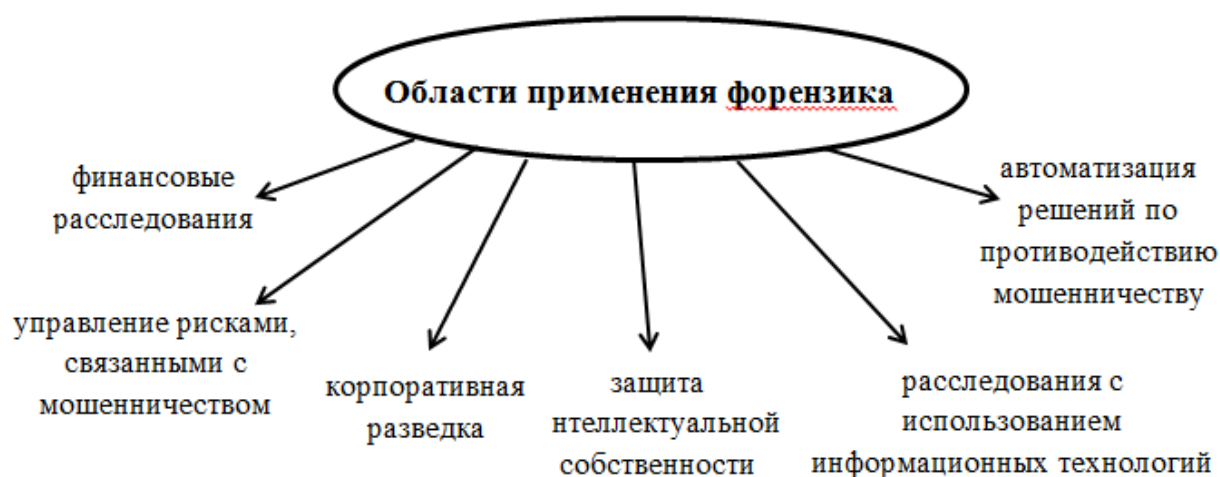


Рисунок 1 – Области применения

Алгоритм проведения форензика:

- Этап 1 Сбор и изучение документальных источников информации;
- Этап 2 Проведение криминалистического исследования электронных данных;
- Этап 3 Интервьюирование сотрудников организации;
- Этап 4 Составление отчета о выполненной работе [8].

Форензик является одним из действенных инструментов, позволяющих существенно минимизировать риски неправомερных или злонамеренных действий, а иногда остается единственным способом разрешения сложившейся неблагоприятной ситуации.

С помощью расследования компания может: разработать компьютерные системы собственной безопасности, получить представление о финансовой деятельности предприятия и доказательства мошенничества, которые могут быть использованы в дальнейшем в суде, получить независимую экспертную оценку документации.

Список цитированных источников

1. Егорова, С.Е. Анализ эффективности и аудит маркетинговой деятельности / С.Е. Егорова, О.А. Волкова // Аудит и финансовый анализ. – 2010. – 112 с.
2. Верезубова, Т. Финансовый контроль: пути совершенствования / Т. Верезубова // Финансы, учёт, аудит. – 2010. – №1. – С. 28.
3. Мельник, М.В. Ревизия и контроль: учебное пособие / М.В. Мельник, - 3-изд., стер. – М.: КНОРУС, 2011. – 325 с.
4. Волочко, Н.К. Финансовый контроль и аудит: практикум / Н.К. Волочко - Минск: БГЭУ, 2012. – 73 с.
5. Сайт компании Комплайнс Риск Кноуледж [Электронный ресурс]/ Статья «Что такое форензик ?» – Режим доступа: <http://compliance-rk.com/uslugi/forensik/>– Дата доступа: 08.01.2017.
6. Объединенные налоговые консультанты [Электронный ресурс] / Статья «Форензик» - Режим доступа: – Дата доступа: 07.01.2017.
7. Сайт аудиторской компании КМППГ [Электронный ресурс]/ Статья «Расследование финансового мошенничества» – Режим доступа: <http://www.kpmg.com/ru/ru>– Дата доступа : 20.01.2017.
8. Экспертная компания [Электронный ресурс]: Статья «СОВРЕМЕННЫЙ FORENSIC АУДИТ» – Режим доступа: <http://www.stroiaudit.ru>. – Дата доступа : 22.01.2017.

УДК 338/1:316.42

Чернышева В.Ю.

Научный руководитель: доцент Зазерская В.В.

ОЦЕНКА ФАКТОРОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЖКХ

Целью работы является исследование факторов, влияющих на инвестиционную деятельность предприятия сферы жилищно-коммунального хозяйства на современном этапе развития экономики.

Государственное регулирование инвестиционной деятельности в Республике Беларусь осуществляется в соответствии с приоритетными направлениями социально-экономического развития страны на будущий период. В свою очередь, дальнейшее развитие теплоснабжения связано с повышением эффективности и постоянным обеспечением развития систем теплоснабжения с применением современных технологий. Так, в «Концепции развития теплоснабжения Республики Беларусь на период до 2020 года» предусмотрено финансирование этого направления как за счёт внутренних, так и внешних источников (кредиты, займы и привлечённые средства, в том числе иностранных инвесторов) [1].

В свою очередь, причинами, сдерживающими приход инвесторов на потенциально привлекательный рынок жилищно-коммунальных услуг, являются:

I. Регулируемая государством система формирования тарифов, а также усложненная методика расчета, требующая экономического обоснования при-

веденных затрат, вызывают высокий потенциальный риск потери или увеличения срока окупаемости вложенных средств.

Порядок регулирования тарифов на жилищно-коммунальные услуги в Республике Беларусь включает установление [2]:

1. Субсидируемых государством тарифов на жилищно-коммунальные услуги для населения до начала очередного финансового года с учетом роста доходов населения, а также параметров возмещения затрат на оказание таких услуг за счет всех источников, определяемых ежегодно законом о республиканском бюджете на очередной финансовый год. При этом полное возмещение затрат на предоставляемые населению жилищно-коммунальных услуг является обязательным.

2. Тарифов на коммунальные услуги, предоставляемых юридическим лицам. В указанные тарифы, кроме затрат, зависящих от объемов оказываемых юридическим лицам услуг, включаются установленные законодательством налоги и неналоговые платежи, рентабельность, а также затраты, связанные с предоставлением населению этих услуг и не покрываемые тарифами на жилищно-коммунальные услуги для населения и бюджетными субсидиями. К тому же, устанавливаются предельные нормативы рентабельности, используемые для определения суммы прибыли организаций жилищно-коммунального хозяйства, подлежащей включению в регулируемый тариф.

Особенности тарифного регулирования в Республике Беларусь, а также затратный механизм установления тарифов обуславливают необходимость включения инвестиционных затрат в себестоимость производимых услуг.

В то же время анализ динамики тарифов на тепловую энергию для нужд отопления и горячего водоснабжения за период 2014-2017 гг. (рис. 1) показал, что, несмотря на некоторую положительную динамику субсидируемых тарифов для населения, государство продолжает сдерживать их рост. Поэтому в анализируемом периоде наблюдается отставание темпов динамики субсидируемых тарифов от тарифов, обеспечивающих полное возмещение экономически обоснованных затрат. Такая ситуация является благоприятной для населения, но при этом отпугивает частных инвесторов.

Тарифы на тепловую энергию для нужд отопления и горячего водоснабжения, 1 Гкал

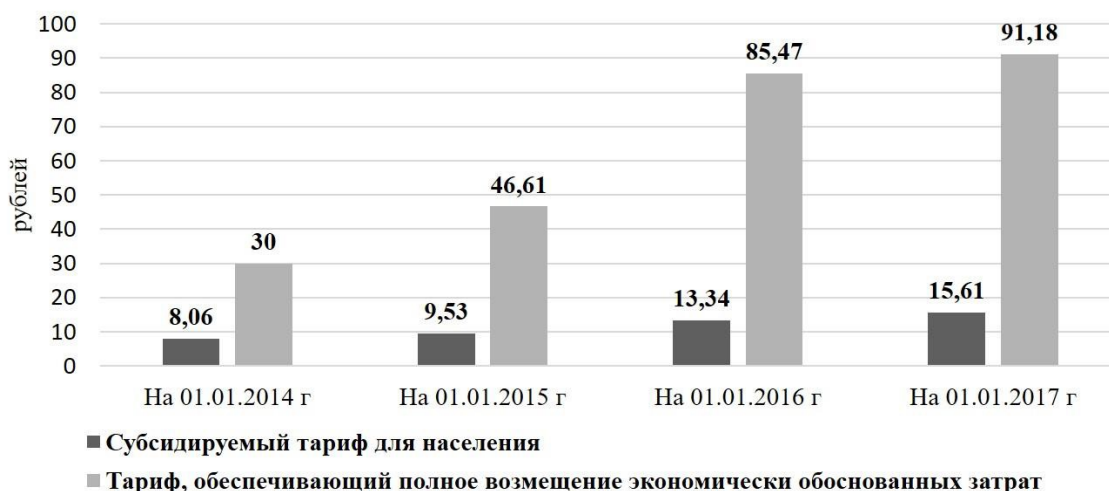


Рисунок 1 – Динамика тарифов на тепловую энергию для нужд отопления и горячего водоснабжения за период 2014-2017 гг.
Примечание – собственная разработка на основании [3]

II. Еще одним фактором, сдерживающим инвестиционную деятельность предприятий жилищно-коммунального хозяйства, является наличие у них высокой дебиторской задолженности. Такое положение сказывается на финансовой устойчивости предприятия, а также увеличивает инвестиционные риски.



Рисунок 2 – Динамика дебиторской задолженности организаций за 2011 - 2015 гг.
Примечание – собственная разработка на основании [4]

Анализ динамики дебиторской задолженности организаций за 2011-2015 гг. (рис. 2) показал, что в анализируемом периоде наблюдается устойчивая тенденция к увеличению дебиторской задолженности, в том числе просроченной, что обусловлено, прежде всего, кризисными явлениями в экономике и снижением покупательной способности населения.

Вместе с тем предприятия жилищно-коммунальной сферы как объект инвестиций должны представлять интерес для инвесторов по нескольким причинам:

1. Предприятия являются естественными локальными монополистами и имеют гарантированный рынок сбыта. Потребители не могут отказаться от предоставляемых этими предприятиями услуг.

2. За свои услуги, отпускаемые потребителям, прежде всего населению, предприятия имеют устойчивую часть поступлений в виде «живых денег». Эти платежи прогнозируемы, своевременны и стабильны.

3. Необходимость модернизации устаревших фондов городской инфраструктуры можно рассматривать как преимущество предприятий коммунального хозяйства перед другими объектами инвестиций. Замена устаревших инженерных сетей и оборудования может привести к значительному снижению себестоимости производства услуг и тем самым сгенерировать значительную экономию финансовых ресурсов. Такие предприятия могут быть привлекательными с точки зрения инвестирования.

Необходимо также отметить, что на сегодняшний день основным источником финансирования инвестиционной деятельности предприятий ЖКХ являются бюджетные ассигнования из местных бюджетов, которые характеризуются определенным лимитом и имеют целевой характер финансирования. Так, целевое финансирование означает, что тот или иной проект должен соответствовать целям развития региона. В свою очередь, объем финансирования будет зависеть от наполняемости местного бюджета.

При таком характере инвестирования на предприятиях отсутствует заинтересованность в более эффективном использовании полученных средств. В

то же время ограниченность и строго целевое использование бюджетных средств сужают инвестиционную деятельность предприятия.

В свою очередь, анализ динамики средних процентных ставок по долгосрочным кредитам для юридических лиц за период 2016-2017 гг. (рис. 3) свидетельствует о существенном снижении процентных ставок по банковским кредитам за наблюдаемый период, что связано с проводимой государством денежно-кредитной политикой и снижением ставки рефинансирования. Благодаря этому, кредитные ресурсы для предприятий стали более доступными.



Рисунок 3 – Динамика средних процентных ставок по долгосрочным кредитам для юридических лиц за период 2016-2017 гг.

Примечание – собственная разработка на основании [5]

Однако, ввиду того, что предприятия жилищно-коммунального хозяйства относятся к категории низкорентабельных, использование «дорогих» кредитных ресурсов для них является нецелесообразным. Поэтому в своей хозяйственной деятельности предприятия сферы ЖКХ отдают предпочтение краткосрочным кредитам на текущие нужды. В то же время долгосрочные кредиты на обновление основных производственных фондов не используются. Такая ситуация отрицательным образом сказывается на инвестиционной активности предприятия, а также на качестве предоставляемых услуг.

Поэтому в текущих условиях особенно актуальной становится разработка механизма привлечения частных инвестиций в отрасль жилищно-коммунального хозяйства.

Список цитированных источников

1. Государственная программа «Комфортное жилье и благоприятная среда» на 2016-2020 годы [Электронный ресурс]: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 21.04.2016 г., №326 // Официальный сайт Совета Министров Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.government.by/upload/docs/file8c3586a94739667b.PDF>. – Дата доступа: 20.02.2017.

2. О некоторых вопросах регулирования тарифов (цен) на жилищно-коммунальные услуги и внесении изменений и дополнений в некоторые указы Президента Республики Беларусь: Указ Президента Респ. Беларусь, 5 дек. 2013 г., №550 // Эталон – Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.

3. Информационно-справочный сайт Тарифы.БУ [Электронный ресурс]. – Минск, 2017. – Режим доступа: <http://www.tarify.by>. – Дата доступа: 01.05.2017.

4. Статистический ежегодник Республики Беларусь 2016 / Национальный статистический комитет Республики Беларусь; ред. И. В. Медведева [и др.]. - Минск: [б. и.], 2016. - 518 с.

5. Официальный сайт Национального банка Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by> / – Дата доступа: 01.05.2017.

РОЛЬ СВОБОДНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЗОНЫ "БРЕСТ" ВО ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛЕ БРЕСТСКОГО РЕГИОНА

Созданная в 1996 году свободная экономическая зона "Брест" является сегодня одной из самых привлекательных инвестиционных площадок Республики Беларусь. Уникальное географическое положение, специальный правовой режим, предоставляемые налоговые, таможенные и административные льготы создают исключительно благоприятные условия для ведения бизнеса именно в СЭЗ "Брест". Территория СЭЗ (около 8000 га) обладает развитой инженерно-транспортной инфраструктурой, способной обеспечить практически любые производства. Для инвесторов имеются свободные земельные участки под строительство, возможен также подбор помещений в аренду с последующим выкупом.

На сегодняшний день в СЭЗ "Брест" выпускается более тысячи наименований промышленной продукции и товаров: электротехнические изделия, машины и оборудование дорожной разметки, краски и эмали, газовые и электроплиты, мебель, морепродукты, мясные и кондитерские изделия и др.

Резидентами являются такие предприятия, как:

- ИП "ИНКО-ФУД" ООО - производство мясных продуктов;
 - ИООО "БРВ Брест" - производство мебели;
 - ИООО "КОНДОР" (Швеция, Россия) - производство лакокрасочной продукции;
 - ЗАО "Пинскдрев" - производство мягкой мебели;
- и др.

В экономике Брестской области СЭЗ "Брест" является наиболее выгодной сферой для капиталовложений. Значительный интерес для деловых кругов представляет ряд налоговых и таможенных льгот, установленных для предприятий-резидентов свободной экономической зоны. На сегодняшний день предприятия-резиденты производят более 16 % от объема промышленного производства области и обеспечивают четвертую часть экспорта.

По состоянию на 1 января 2015 г. в зоне зарегистрировано 78 предприятий-резидентов, в том числе 50 с участием иностранного капитала. Объем вложенных инвестиций составляет около 1,3 млрд долл. Основные страны инвесторы: Россия – 22%, Великобритания – 19%, Польша – 18%, Германия – 11%, Чехия – 5%, США – 2% и другие (см. Рисунок 1).



Рисунок 1 – Доля основных инвесторов Брестского региона 2015 г, %

Стоит отметить, что СЭЗ "Брест" немаловажную роль играет в наращивании экспортного потенциала Брестского региона. В 2015 году предприятия СЭЗ экспортировали товаров на 489,8 миллионов долларов или в процентах к 2014 г. – 68,7 %. Несмотря на то, что произошло уменьшение экспорта и импорта в 2015 году (см. Таблица 1), торговое сальдо за период 2010-2015 гг. в 2015 году является максимальным (98,9 млн. долл.).

Таблица 1 – Оборот товаров и услуг СЭЗ "Брест", млн долл.

Оборот товаров, млн долл.						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Экспорт	357,1	468,8	627,7	753,8	713,2	489,8
Импорт	346,9	468,4	617,8	734,9	667,1	390,9
Сальдо	10,2	0,4	9,9	18,9	46,1	98,9
Оборот услуг, млн долл.						
Экспорт	0,83	0,88	1,47	2,12	1,9	1,96
Импорт	4,50	5,96	10,89	10,58	9,7	4,93
Сальдо	-3,67	-5,08	-9,42	-8,46	-7,8	-2,97

27-28 октября 2016 г. в Дании в городе Орхусе состоялось заседание правления Датско-Белорусской бизнес-ассоциации (организация объединяет бизнесменов, которые уже работают или хотят выйти на рынок Беларуси), где состоялась презентация возможностей Брестской области в сфере пищевой промышленности, переданы коммерческие предложения ряда белорусских предприятий, имеющих сертификаты на поставку продукции на рынок ЕС.

Было подписано соглашение о сотрудничестве, которое предусматривает обмен делегациями деловых кругов, организацию совместных мероприятий, информационную поддержку.

Заклученный договор о сотрудничестве призван повысить интерес зарубежных предпринимателей к стране. Планируется также, что соглашение будет способствовать привлечению иностранных инвестиций, наращиванию взаимного товарооборота.

По показателям внешней торговли СЭЗ, экспорт услуг растет более быстрыми темпами, чем экспорт товаров, однако сальдо внешней торговли услугами является отрицательным, а сальдо внешней торговли товарами — положительным. К основным статьям импорта услуг, влияющих на сальдо, относятся финансовые услуги, плата за пользование интеллектуальной собственностью, услуги в области архитектуры, инженерные и прочие технические услуги.

География экспорта насчитывает 65 стран. Основной внешнеторговый партнер – Россия, однако ежегодно увеличиваются поставки продукции в страны ЕС. Так, в Чехию поставляется офисная мебель, во Францию - офисные стулья, телевизионные антенны, в Германию – электронные табло и блоки, офисные стулья, стекло для производства ламп накаливания, в Польшу – строительные детали из пластмасс, стекло для производства ламп, краска и машины для дорожной разметки, велосипеды и другие изделия. Постоянно расширяется номенклатура товаров, поставляемых в Казахстан и Украину.

Все это говорит о том, что продукция, выпускаемая резидентами СЭЗ "Брест", конкурентоспособна и востребована на внешних рынках. Прежде всего благодаря внедрению на предприятиях нового высокотехнологичного оборудования, постоянному расширению ассортимента выпускаемой продукции.

Однако, несмотря на все вышеперечисленное, по итогам 2015 года в зоне насчитывалось 38 убыточных предприятий. В том числе 14 из них получили

убытки от хозяйственной деятельности, столько же — от скачков на валютном рынке, 5 субъектов находятся в стадии санации, еще пять — в стадии смены собственника. Особенно сложно приходится предприятиям, производящим мебель. Падение объемов производства там наблюдалось в прошлом году и продолжается в текущем.

Для определения влияния СЭЗ на торговый оборот Брестской области был произведен расчет коэффициента корреляции по данным таблицы 2 (см. Таблица 2).

Таблица 2 – Данные для расчета коэффициента корреляции, млн долл.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Объем внешней торговли товарами Брестской области, Y	3202,1	3900,0	4319,4	4863,1	4652,1	3203,8
Объем торгового оборота СЭЗ, X	704,0	937,2	1245,5	1488,7	1380,3	880,7

Для начала нами построен точечный график для определения типа зависимости между двумя признаками X и Y, где X – это объем внешней торговли товарами Брестской области (млн долл.), а Y – объем торгового оборота товарами, приходящийся на СЭЗ (млн долл.) (см. рис. 2).

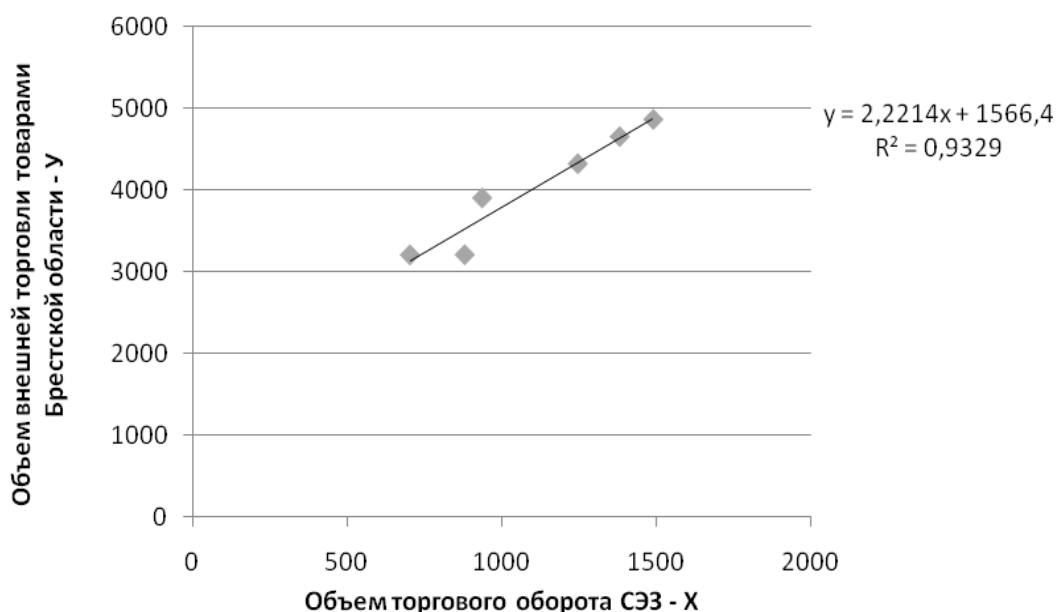


Рисунок 2 – Точечный график зависимости между двумя признаками, млн долл.

На рисунке 2 видно, что все точки располагаются вдоль некой гипотетической линии, которая является прямой. Из этого можно сделать вывод о наличии линейной связи.

Для определения тесноты связи был посчитан линейный коэффициент корреляции с помощью Microsoft Excel.

В результате произведённых расчетов **коэффициент корреляции равен 0,97**, что свидетельствует о прямой и очень сильной связи между двумя заданными признаками.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод о необходимости уделения значительного внимания развитию СЭЗ и привлечения в неё иностранных предпринимателей с целью увеличения торгового оборота и расширения торговых связей, тем самым улучшая экономическое состояние региона.

УПРАВЛЕНИЕ ВОЗВРАТНЫМИ ПОТОКАМИ ТОВАРОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

Каждый день люди совершают миллионы покупок по всему миру, даже не задумываясь о таких процессах, как утилизация, повторная эксплуатация, перепродажа товара или продажа на запчасти. Компании, в свою очередь, стремятся охватить как можно больший круг потенциальных клиентов, при этом постоянно пытаются снизить свои затраты и оптимизировать работу. Помимо ежедневных задач (закупка сырья, производство комплектующих и в результате – готовой продукции, распределение товара по розничным и оптовым точкам продаж, поступление продукции в фирменные магазины, продажа и сервисное обслуживание), компания должна выполнять анализ рынка, вносить изменения в базу данных, проводить статистику за различные производственные циклы, к тому же следить за обслуживанием потребителей, постоянно поддерживая с ними связь. В приоритете для себя компания должна выбрать производство и дальнейшее обслуживание при помощи прямой связи или обратной, снижая затраты и создавая положительную репутацию на рынке. При выборе производства с обратной связью и управлении возвратами компания будет получать наибольшую экономическую выгоду, так как произойдет повышение совокупной прибыли за счёт того, что будут уменьшаться затраты на учет, списание товаров и их утилизацию, а также компания получит возможность использовать продукт повторно, что, вероятнее всего, дешевле, чем производить новый [1, с. 442].

В настоящее время потребители диктуют свои условия в области состава и качества продукции, оказываемых услуг по поставке и сервисному обслуживанию товара. Компании в свою очередь учитывают предпочтения клиентов, обеспечивая необходимое качество продукции, сервис, в том числе включая возврат продукции. Но обычно компании не задумываются о том, куда распределить возвращенную продукцию, где хранить, как утилизировать, продавать повторно товар по сниженной цене, стоит ли вообще использовать возвращенный товар. Сложность заключается в том, что большинство цепей поставок изначально проектировались для перемещения продукции в прямом направлении. В результате возникает ряд проблем: возвраты поступают быстрее, чем происходит переработка или другие виды утилизации возвращаемой продукции; на складе хранятся значительные объемы возвращенной продукции; имеют место неучтенные или неразрешенные возвраты. При разработке новых продуктов и проектировании цепи продаж компании должны продумывать комплекс необходимых мер, которые позволят в будущем сократить объем возвратных потоков. Однако, учитывая, что наличие возвратов неизбежно, целесообразно изменить способ организации движения возвратных потоков, рассмотреть вариант передачи данной функции на аутсорсинг. Безусловно, большую часть возврата продукции активизируют потребители. Путём анализа данных из различных мировых источников можно обнаружить, что средний процент возврата покупок, сделанных потребителями, составляет 7%, в то время как возвраты товаров, заказанных через Интернет, достигают 80%. Следовательно, логистика возврата товара является важной функцией цепи поставок и требует к себе большого внимания как со стороны компании, так и со стороны её логистического менеджмента. Следует учитывать, что при правильном управлении обратными потоками можно получить дополнитель-

ную прибыль и, соответственно, существенно снизить процент возвращаемой продукции [5, с. 1].

Управление возвратами является важной составляющей таких процессов, как маркетинг и логистика, создавая дополнительную ценность для продукции. Как компонент маркетинга, эффективная возвратная логистика работает на бренд: она улучшает степень удовлетворенности клиента качеством услуг и продуктов, поскольку способствует уменьшению рисков при покупке для потребителя. Эффективная возвратная логистика является элементом рекламы для компании, донося до клиента информацию о том, что данная компания преследует социальные цели общества и стремится работать на благо потребителя [4, с. 2].

Как компонент логистики, управление возвратом продукции чрезвычайно эффективно. Возвращаемые товары, которые доставляются в кратчайшие сроки, могут быть запущены повторно в цепочку поставок: либо в их текущем состоянии, либо после соответствующей доработки. Они же могут послужить низкозатратным источником для получения комплектующих, ведь возвращаемые товары можно разобрать на составляющие. Уже тысячи компаний либо пользуются услугами фирм, занимающихся логистикой, либо внедряют соответствующие отделы в структуру своих компаний. Как известно, в стоимость товара входят не только затраты на производство, рекламу, транспортировку, но и затраты, связанные с качеством сервисного обслуживания. Вот почему именно возвратная логистика становится основной задачей, решение которой даёт предприятию возможность максимально использовать свой производственно-технологический потенциал [2, с. 122].

Когда речь идет о возвратной логистике, надо заметить, что существуют условия для более быстрого и эффективного её внедрения:

- соблюдение стандарта на управление отходами еще на стадии проектирования изделия;
- создание информационных баз данных о запасах вторичных материальных ресурсов;
- функционирование государственных бирж вторичного сырья, обеспечивающих возможность эффективной коммуникации между компаниями, поставляющими и перерабатывающими вторичные ресурсы;
- развитие возвратной логистики является стратегической задачей государства и самой компании;
- установление льготных условий кредитования для предприятий, работающих на вторичном сырье;
- создание дополнительной ценности для продукции.

Соблюдение вышеперечисленных условий позволит развиваться фирме и очень быстро ощутить на своём примере все преимущества использования возвратной логистики. Примером одного из таких преимуществ может служить повышение своей конкурентоспособности на рынке. Было выявлено, что бизнес-лидеры проявляют большой интерес к возвратной логистике по нескольким причинам: цены на захоронение отходов постоянно растут, сбор отходов за последние десятилетия возрос в несколько раз, повысились ожидания потребителей в отношении социальной стратегии бизнеса. Существуют и другие факторы, которые стимулируют компанию к проявлению инициативы в области возвратной логистики: рост рынка лизинговых услуг, рост прямых продаж через Интернет, который побуждает продавцов развивать эффективное управление возвратами.

Ещё десять лет назад можно было легко представить производство без эффективного управления возвратами, однако после бурного роста прямых продаж через Интернет произошли существенные изменения в отношении

управления возвратами товаров. Таким образом, система логистики просто обязана эффективно справляться с возвратом товара, пользуясь либо существующими каналами, либо повторными. Менеджеры обязаны научиться анализировать, выбирать, отслеживать и внедрять эти каналы, чтобы должным образом использовать материальные потоки и усиливать позиции своей компании на рынке. Менеджеры должны понимать, что доля обратной логистики в издержках, прибылях и активах их компаний достаточно велика [3, с. 2]. Соответственно, эффективная обратная логистика может принести и чрезвычайно высокие дивиденды. По нашему мнению, преимущества обратной логистики могут быть следующими:

- проведение повторных продаж;
- формирование хорошей репутации;
- уменьшение операционных издержек;
- повышение оборачиваемости активов.

Заметим, что роль анализа данных возвращаемой продукции должна быть направлена на выявление причин, последствий возврата продукции и предотвращение возврата товаров, потому как сосредоточиваться лишь на совершенствовании процессов возврата не совсем целесообразно. Грамотная компания выявляет причину возврата, вид и состояние возвращаемой продукции, после чего направляет все свои силы на устранение всех возможных проблем и принимает решение о дальнейшем развитии эффективного управления возвратами. Когда компания имеет такую информацию о возвращенной продукции и план рационального её использования, то такой подход не только поможет снизить количество возвращаемой продукции, но и повысит уровень удовлетворенности клиентов.

Список цитированных источников

1. Международный научный журнал «Молодой ученый». – 2016. – №4 (часть1). – С. 357-452.
2. Карх, Д.А. Некоторые теоретические и прикладные аспекты возвратной логистики / Д.А. Карх, С.В. Потапова // Известия Уральского государственного экономического университета. – 2012. – С. 118-122.
3. Савчук, О.А. Управление возвратными потоками оптовых организаций и их классификация // Экономика и управление. – 2014. – № 1 (37). – с. 69-72.
4. Потапова, С.В. Проблема определения понятия «возвратная логистика» и её роль в управлении цепями поставок. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>
5. Барняк, Ю. Возвратная логистика: новый центр прибыли [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.lobanov-logist.ru>

УДК 658.8

Ширковец О.В.

Научный руководитель: доцент Медведева Г.Б.

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-КОММЕРЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Электронная коммерция или же E-Commerce – самый перспективный сегмент логистики, обладающий наибольшим потенциалом роста. Главным преимуществом интернет-торговли на сегодняшний день является смещение центра тяжести на рынке и в логистической системе в сторону покупателя. Современный уровень развития информационных технологий позволяет

покупателю удобно и, что немаловажно, быстро сравнить интересующий его товар с аналогами прямо с экрана своего телефона или компьютера. Как результат - потребителю проще получить то, что хочет именно он, а не то, что ему предлагают. Конкуренция способствует смещению приоритетов в сторону максимального удовлетворения потребностей потребителя. Таким образом, логистическая система становится “тянущей” и функционирует именно по заказу покупателя [1].

Одна из главных проблем почти всех интернет-магазинов заключается в решении вопроса с доставкой заказов посредством курьерской службы (свыше 90% среди них: Deal.by; Amd.by) – именно это является «узким горлом» в данной сфере бизнеса, при этом менее 2% компаний (прим. GsmArena.by) передают доставку как отдельный процесс на аутсорсинг, остальные же ориентируются на комбинированный способ доставки заказов (курьерская служба и аутсорсинг, пример: интернет-магазин 21vek). Тем не менее, конкуренция на рынке электронной коммерции Беларуси стремительно возрастает, и как следствие, крупные игроки вынуждены трансформировать свою структуру и внедрять логистику не как вспомогательный бизнес-процесс, а как основной.

В ближайшем будущем прогнозируют **три основных стратегии развития логистики E-Commerce**:

1. Создание собственных логистических сервисов,
2. Привлечение аутсорсинговых компаний, специализирующихся на доставке
3. Объединение с крупными торговыми интернет-площадками, активно продвигающими спектр логистических услуг для своих клиентов.

При сравнении с зарубежными странами, в которых доля интернет-торговли превышает традиционную, в Беларуси качество логистического аутсорсинга развивается не столь активно.

Развитие собственной логистики – это важная составляющая стратегического роста, на которую следует обратить внимание многим игрокам рынка E-Commerce, планирующим наращивание своей рыночной доли на местном рынке и стремящихся предоставлять самый полный, перспективный и инновационный спектр услуг своим клиентам.

Уже сегодня отслеживается тенденция трансформации логистики интернет-магазинов из примитивной курьерской доставки в более сложную операционную систему обработки заказов, включающую в себя фулфилмент (фулфилмент – это полный комплекс операционно-складской обработки товаров для интернет-магазинов: прием товаров и адресное хранение на складе, подбор товара для поступивших заказов и их комплектация и упаковка, отгрузка заказов на доставку), отгрузку прямым со склада розничной точки торговой сети, а также рекламации, что способствует развитию логистики как маржинального и самодостаточного бизнеса.

Также необходимо отметить **основные проблемы**, с которыми сталкивается рынок электронной коммерции на современном этапе:

- Спектр логистических услуг в сфере интернет-торговли очень слабо структурирован и стандартизирован во многом благодаря нюансам в законодательной базе.
- Очень сложно разработать стратегию для роста и развития интернет-магазинов. Невозможно предугадать покупательский спрос, в связи с чем все больше компаний, предоставляющих свои услуги, стремятся работать по предзаказам и с минимальными складскими запасами с целью избежания «замораживания капитала» и затаривания складов.

Можно выделить следующие **основные тенденции развития логистики в сфере электронного бизнеса на ближайшие 7-10 лет** [2]:

1. Активное развитие рынка в ближайшие 20 лет.
2. Переход логистических операторов от традиционных сервисов в специализированные для E-commerce.
3. Отмирание собственных курьерских служб доставки заказов интернет-магазинов.
4. Развитие агрегаторов как основных драйверов логистики E-commerce.
5. Основная конкурентная борьба на рынке интернет-торговли развернется не на внутреннем рынке, а с китайскими, европейскими и американскими сервисами.
6. Кристаллизуется и получит огромный рост доставка крупногабаритных товаров, самым массовым сегментом станет доставка еды.
7. Активное развитие пунктов выдачи заказов искоренит традиционную доставку на дом и в офисы.
8. Освоение 3PL-операторами фуллфилмента, а также переход интернет-магазинов к активному использованию услуг логистического аутсорсинга.

Основу заказов в последние годы составляли преимущественно компактные товары: мобильные телефоны, портативная электроника, одежда, обувь и т. д., однако сегодня через интернет-каналы активно развиваются продажи строительных и отделочных материалов, спортивного инвентаря, мебели и товаров для интерьера (IKEA), крупной бытовой техники (21vek.by), запчастей к автомобилям, велосипедов и многого другого.

Ключевая проблема, с которой уже сталкиваются интернет-магазины, – это отсутствие конкурентного рынка качественного сервиса доставок крупногабаритных товаров.

Причем, важно учитывать, что кроме самой перевозки, логистический оператор должен доставить шкаф именно в квартиру клиента, т. к. доставка до подъезда как уникальный логистический феномен вызывает у клиента злую улыбку и отказ от покупки и является ярким примером проблемы перекалывания части издержек на плечи самого потребителя.

Вывод: В современных условиях технологии развиваются стремительными масштабами. Все то, что ранее было лишь осязаемо, постепенно уходит в виртуальную среду с целью упрощения информационных потоков в связи «компания-клиент». Все больше и больше компаний реконструируют свою деятельность с целью развития бизнеса, предоставления новых возможностей своим клиентам, снижения издержек, а также в связи со стремительным развитием и приходом интернета во сферы нашей жизни. Те, кто вовремя перестроят свою деятельность и реконструируют логистику своего предприятия, – привлекут новых клиентов, откроют для себя новые рынки сбыта и оптимизируют свою деятельность, иные же, кто проигнорирует техническую эволюцию, – рискуют потерять своих клиентов и бизнес-привлекательность. Именно поэтому необходимо постоянно внедрять самые современные технологии в деятельность компании и шагать в ногу со временем, открывая для себя все новые возможности и предлагая клиентам все более обширный спектр услуг. В конкурентной борьбе выживут именно те компании, которые смогут расположить к себе потребителя и которым будет что предложить даже самому искушенному клиенту.

Список цитированных источников

1. Интернет-торговля в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.mintorg.gov.by/index.php?option=com_content&task=view&id=2036&Itemid=30
2. Тенденции развития электронной торговли в РБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.logist.by/press/view/logistics-for-e-commerce>

РЕГИОНАЛЬНЫЕ КЛАСТЕРЫ КАК ОСНОВА ДЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА ТЕРРИТОРИИ

В современных условиях происходит эффективное формирование и развитие региональных кластеров, что является одним из условий повышения конкурентоспособности региональной экономики. Кластеры обеспечивают наибольшую устойчивость региональной экономики и реализацию ее конкурентных преимуществ на основе альянса в сфере реализации продукции, оперативного управления; менеджмента.

Регионы в программах стратегического развития реализуют направления формирования и развития региональных кластерных структур. При формировании региональных кластеров можно выделить две основные дополняющие стратегии (рис. 1).



Рисунок 1 – Стратегии при формировании региональных кластеров

В научной литературе используется большое количество определений кластеров. Различаются три основных определения кластеров в зависимости от функционирования [1; 2]. В данных определениях подчеркивается основная черта его функционирования: это регионально ограниченные формы экономической активности; это вертикальные производственные цепочки; это отрасли промышленности, определенные на высоком уровне агрегации.

Основным фактором построения какого-либо из типов кластеров является совокупность фундаментальной науки и инновационных прикладных исследований, что дает возможность реализации инноваций в регионе, однако нет критериев формирования социально ориентированных кластеров. При этом нужно понимать, с какой практической целью это связано, а стратегический процесс формирования кластера может быть связан минимум с четырьмя факторами, на основании которых формируются разные типы кластеров [3].

На практике современные региональные кластерные системы — это совокупность функционально и экономически взаимосвязанных предприятий на территории региона, выстроенных в единую цепочку производства. Такие предприятия, как правило, градообразующие или выполняют «структурно-осевую» роль в экономике региона. Характер развития кластеров в регионах обоснован интеграцией интересов отраслевых структур и основных субъектов регионального социально-экономического развития [2]. Главный критерий формирования кластерных комплексов на уровне региона — наличие многоуровневой системы взаимных интересов между предприятиями — участниками подобных структур и основными факторами территорий присутствия этих

предприятий. Под этими факторами мы понимаем наиболее значимые группы влияния территорий присутствия, в том числе региональные и муниципальные органы власти и население.

В настоящее время создание региональных кластеров в Республике Беларусь — дело ближайшего будущего. Одним из основных направлений повышения конкурентоспособности региональной экономики выступает повышение эффективности использования потенциала развития региональных кластеров. На это направлена кластерная политика. Основные задачи её реализации:

1. В программы развития регионов необходимо включать разработку стратегии развития регионального кластера, определять участников кластерной структуры, формировать условия для эффективного организационного развития кластеров.

2. При разработке мероприятий по реализации региональной политики необходимо обеспечить эффективную поддержку проектов по таким направлениям, как инновационное развитие региона, инвестиционные процессы в регионе, развитие инфраструктуры, поддержка и развитие научных и образовательных технологий и т. д.

3. Обеспечение взаимодействия органов исполнительной власти субъектов государства, органов местного самоуправления, научных и образовательных учреждений и объединений предпринимателей по реализации кластерной политики.

Для обеспечения ускоренного социально-экономического развития регионов и формирования кластеров необходима активизация привлечения инвестиций, повышение интенсивности развития малого и среднего предпринимательства. При этом результатом реализации кластерной политики является рост инновационной активности элементов кластера и повышение эффективности научного и образовательного процесса в регионе.

В целом для реализации основных направлений кластерной политики следует нейтрализовать существующие недостатки:

- не созданы механизмы методической, информационно-консультационной и образовательной поддержки развития кластеров;
- отсутствует необходимая координация деятельности государственных органов исполнительной власти, органов местного самоуправления, объединений предпринимателей по реализации кластерной политики;
- ограничен набор инструментов финансовой поддержки кластерных проектов из бюджетных источников.

Стоит отметить, что формирование кластеров создает благоприятную среду для создания новых объединений образовательных технологий. Объединение в интегрированную структуру научных разработок, различных исследований, прикладных технологий и центры внедрения инноваций стимулирует инновационный процесс. Развивая региональные интегрированные кластерные структуры, основное внимание уделяется поддержке инноваций, так как именно они обеспечивают долгосрочные перспективы развития региона и улучшения его социально-экономических показателей. Следовательно, для реализации программ инновационного развития регионов необходимо использовать кластерный подход формирования интегрированных оргструктур [4].

Обобщив вышесказанное, заметим, что формирование региональных интегрированных структур кластерного типа повышает конкурентоспособность не только элементов, входящих в данное образование, но и конкурентоспособность региона в целом, улучшая социально-экономические показатели

развития за счет поляризованного развития. Кластерная структура позволяет новым элементам, входящим в данную структуру, ускорить свое развитие и внедрять инновации, привлекая инвестиции; свободно обмениваться информацией, иметь больше каналов распространения инноваций; усилить конкурентоспособность благодаря новым взаимосвязям между элементами; усилить кадровый потенциал.

Список цитированных источников

1. Громыко, Ю.В. Что такое кластеры и как их создавать? // Альманах «Восток». – 2007. – Вып. № 1 (42).
2. Кашбиева, Р.Р. Современные подходы к трактовке кластера / Р.Р. Кашбиева, В.Л. Васильев // Инновационные технологии. – 2011. – № 1 (6). – С. 50-53.
3. Ракитина, И.С. Механизмы повышения эффективности функционирования региональной инновационной подсистемы / И.С. Ракитина, В.И. Меньщикова // Социально-экономические явления и процессы. – Тамбов, 2013. № 5 (51). – С. 151-156.
4. Кашбиева, Р.Р. Роль кластерных образований в региональной экономике / Р.Р. Кашбиева, В.Л. Васильев // Инновационная деятельность в гуманитарных науках: сборник трудов IV-й Междунар. конф. – Ульяновск: Изд-во Ульяновск, гос. ун-та, 2010. – С. 72-73.

УДК 330.322.01

Ярошевич Д.А.

Научный руководитель: доцент Кивачук В.С.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КРАУДИНВЕСТИНГА

Мир стремительно меняется, и на смену привычной «экспертной» экономике приходит краудэкономика – экономика, лишенная поисковых запросов и посредников. Но сначала давайте разберемся с самим понятием. Краудфандинг – это коллективное сотрудничество людей, которые добровольно объединяют свои деньги или другие ресурсы через интернет, чтобы поддержать усилия других людей или организаций [1].

Можно выделить несколько видов краудфандинга по виду вознаграждения:

- Благотворительность;
- Награда или нефинансовое вознаграждение;
- Инвестирование или краудинвестинг.

Следует отметить, что основной предпосылкой развития в Беларуси краудфандинга стал кризис в национальной экономике. На фоне резкого подорожания ресурсов банки и государственные структуры не стали менять систему финансирования для тех, кто хотел реализовать какую-то из своих идей на практике. Народное финансирование оказалось в противовес этому более гибким. Автор идеи в зависимости от краудфандинговой платформы может вернуть финансовому донору определенный продукт, а может подготовить отчет об итогах своего проекта.

По словам экспертов, краудфандинговые платформы в Беларуси чаще используются для нужд благотворительности. Зачастую это происходит потому, что другие каналы привлечения пожертвований попросту отсутствуют.

Однако краудфандинг уже зарекомендовал себя одним из наиболее эффективных инструментов финтех-революции, дойдя даже до таких консервативных с законодательной точки зрения государств, как Беларусь [2]. Тем временем, в развитых странах набирает обороты альтернативный финан-

совый инструмент для привлечения капитала в инновационные проекты – краудинвестинг.

В отличие от классического краудфаундинга, краудинвестинг в меньшей степени преследует альтруистические и общественные цели и одновременно в большей степени нацелен на финансирование коммерческих проектов на возмездной основе. Такое финансирование является, по сути, одной из форм вложения инвестиций в венчурные проекты, которые на первых стадиях своего развития не могут рассчитывать на традиционные формы финансирования в виде кредитов банков или заёмного капитала.

Если рассматривать как краудинвестинг работает в Германии, то основную роль в краудинвестинге играют специализированные интернет-платформы, которые с помощью социальных сетей, контекстной рекламы и других маркетинговых механизмов привлекают необходимый пул инвесторов из интернет-пользователей под отобранные этой же платформой проекты.

С юридической стороны в отношениях краудинвестинга участвуют три основных игрока: стартап (проект), оператор интернет-платформы и инвестор. Помимо этого, оператор платформы привлекает финансовый институт для проведения банковских транзакций — аккумуляции денежных средств и направления их в проект (рис.1).

Основной интерес вызывает вопрос, каким образом инвесторы участвуют в проекте и как происходит возврат вложенных инвестиций. Практически во всех случаях в структуру финансирования и, соответственно, участия инвесторов в проекте входят механизмы так называемого мезонинного финансирования — гибридный финансовый инструмент, нечто среднее между собственным капиталом (вкладом в уставный фонд) и заёмным капиталом (договором займа). Но в немецкой практике известны также и случаи, когда краудинвестинг осуществлялся с помощью подписки на акции компаний, которые нуждались в краудинвестициях, а также в иных формах.

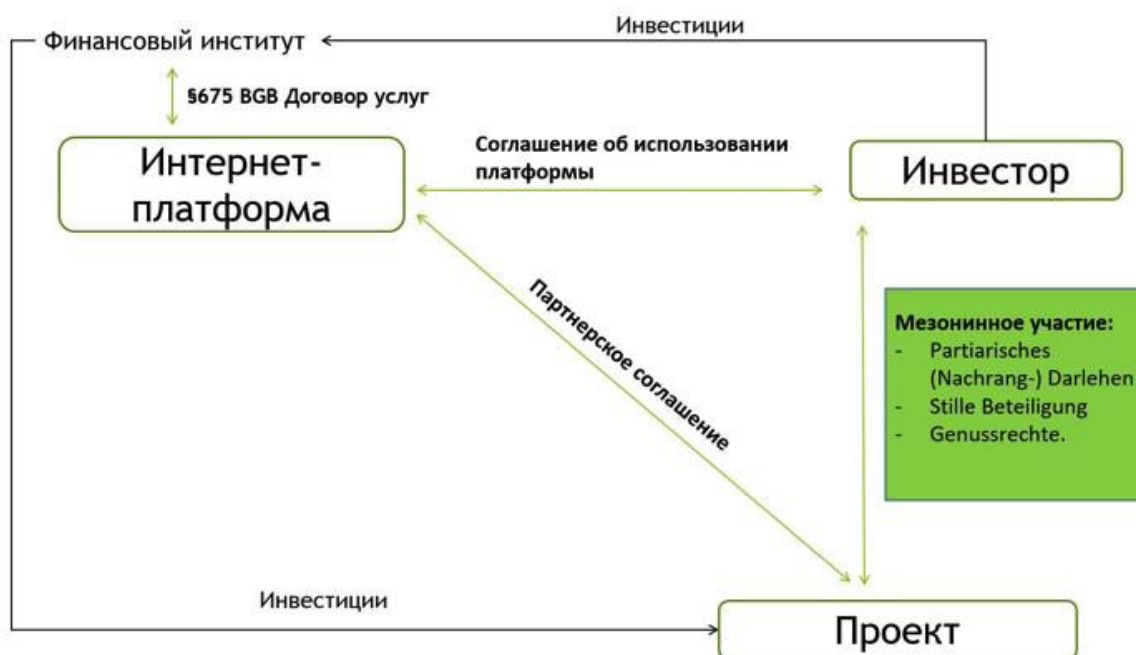


Рисунок 1 – Механизм отношений в краудинвестинге [3]

Однако большинство платформ перешли на использование мезонинного участия в виде особого субординированного займа (Patriarisches (Nachrang-) Darlehen). Субординированный заём в данном случае отличается от обычного

займа (кредита) тем, что, помимо выплаты фиксированных процентов по истечении определённого срока, инвестор (заимодавец) получает право на участие в прибыли компании, которая реализует проект.

Важной характеристикой субординированного займа является также и то, что обслуживание по нему происходит после того, как будут удовлетворены требования кредиторов преимущественного ранга (например, банков), но раньше требований самих участников (акционеров) компании. При этом очередность удовлетворения требований кредиторов устанавливается в соглашении между сторонами. Это очередность соблюдается также в случае банкротства проекта.

Почему же это не работает в нашей стране? К сожалению, законодательством Беларуси не предусмотрена возможность установления очерёдности удовлетворения требований кредиторов на основании частного соглашения. Не существует юридической определённости также и в отношении иных условий, которые традиционно используются в мезонинном финансировании (наделение кредитора некоторыми правомочиями участника компании и др.). Поэтому заключение субординированных займов, аналогичных немецкой практике, в Беларуси пока не представляется возможным.

Вместе с тем, отсутствие регулирования по субординированным займам не является единственной причиной, которая тормозит развитие краудинвестинга в нашей стране. Определённым сдерживающим фактором является также необходимость регистрации краудинвестинговой платформы в качестве микрофинансовой организации в Национальном банке.

Немаловажным фактором для развития краудинвестинга является наличие большого количества инновационных проектов, которые их создатели готовы открыто афишировать и интенсивно продвигать неограниченному числу инвесторов. Помимо этого, в стране должно присутствовать достаточное число активных и неравнодушных к потенциально успешным стартапам интернет-пользователей, которые одновременно способны инвестировать относительно крупные денежные суммы в рискованные проекты.

Также я считаю, что имеет смысл ввести в действующее законодательство термин «народное финансирование». Следует дать законодательное определение для каждой из сторон-участников. Возможно, стоит внести изменения и в налоговое законодательство, а именно, ввести налоговые льготы для проектов в области здравоохранения, социального обеспечения, в духовной сфере, так как они, безусловно, имеют большое значение для граждан нашего государства.

Список цитированных источников

1. Приживется ли «экономика толпы» в Беларуси? Часть 1: краудинвестинг и краудсорсинг / А. Король, Н. Хаданович // [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <https://myfin.by/stati/view/5948-prizhivetsya-li-ekonomika-tolpy-v-belarusi-chast-1-kraudinvesting-i-kraudsorsing> – Дата доступа: 10.04.2017.

2. Во всем мире краудфандинг – это бизнес, а в Беларуси – благотворительность / А. Иванов // [Электронный ресурс]. – 2017. – <http://www.profi-forex.org/novostimira/novosti-sng/belarus-/entry1008304135.html> – Дата доступа: 10.04.2017

3. Как работает краудинвестинг: немецкий опыт // [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <https://dev.by/lenta/main/kak-rabotaet-kraudinvesting-nemetskiy-opyt> – Дата доступа: 11.04.2017

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

АНАЛИЗ СРАВНИТЕЛЬНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ МОЛОДЁЖИ НА ПРИМЕРЕ СТУДЕНТОВ БрГТУ ЗА 1972 И 2017 ГОДЫ

Уровень физической подготовленности молодёжи является важнейшим показателем формирования готовности к профессиональному обучению и дальнейшему развитию в выбранной профессии. Проблема укрепления здоровья подрастающего поколения является одной из наиболее актуальных в Республике Беларусь. Она решается в процессе физического воспитания в средней, средне-специальной и высшей формах обучения. Эффективность занятий физической культурой в значительной мере определяет здоровье нации. Целью учебной дисциплины «Физическая культура» в вузе является формирование социально-личностных компетенций студентов, обеспечивающих целевое использование соответствующих средств физической культуры и спорта для сохранения, укрепления здоровья и подготовки к профессиональной деятельности [1]. Физическое воспитание в высших учебных заведениях – это сложное, многофункциональное явление, влияющее не только на формирование личности студентов, но и на развитие профессионально важных и жизненно необходимых качеств.

В последнее время прослеживается устойчивая тенденция снижения уровня физического здоровья и роста ряда заболеваний организма молодых людей на территории Республики Беларусь. Количество студентов, имеющих отклонения в состоянии здоровья, увеличивается с каждым годом. В Республике Беларусь, по разным данным, от 20 % до 40 % студентов имеют отклонения в состоянии здоровья, и число их в процессе обучения в вузе неуклонно растёт. Низкий уровень физического здоровья наблюдается более чем у 80 % молодых людей [2].

Цель исследования – проанализировать физическую подготовленность студентов различных факультетов как компонент успешности освоения профессии, проследить соответствие или несоответствие уровня физической подготовки студентов 18-20 лет современным нормам Республики Беларусь.

За основу анализа были взяты показатели 4 групп студентов Брестского государственного технического университета: группа студентов строительного факультета, две группы студентов экономического факультета, группа студентов факультета инженерных систем и экологии. Все группы различаются по половому составу и по состоянию здоровья студентов, что позволяет наиболее точно обозначить уровень физической подготовки студентов, обучающихся на различных специальностях. Результаты проведенного исследования приведены в таблице 1.

Для определения физической подготовленности были использованы следующие тесты: «Бег на 1000 м»; «Бег на 30 м»; «Прыжок в длину с места»; «Прыжок в длину с разбега»; «Подтягивание на перекладине»; «Поднимание ног в висе на перекладине»; «Поднимание и опускание туловища из положения лежа за 30 с»; «Приседание на одной ноге с опорой рукой о стойку».

Анализ данных таблицы позволяет говорить о том, что физическая подготовленность юношей и девушек 18–20 лет в основном характеризуется средними показателями. Наиболее успешно сдаваемыми нормативами являются: «Бег на 1000 м» и «Поднимание ног в висе на перекладине» для юношей и «Бег на 30 м» у девушек. С данными упражнениями справляется более 60%

студентов. В то же время наиболее трудными видами испытаний являются нормативы: «Прыжок в длину с места» у юношей и девушек и «Подтягивание на перекладине» у юношей. С поставленными требованиями справляется минимальное количество студентов.

Таблица 1 – Процентное соотношение показателей успешности сдачи нормативов студентами различных факультетов

Оценка	Бег на 1000м		Бег на 30м		Прыжки в длину с места		Прыжки в длину с разбега		Подтягивание в висе на перекладине	Поднимание ног в висе на перекладине	Поднимание и опускание туловища	Приседание на одной ноге
	М	Д	М	Д	М	Д	М	Д	М	М	Д	Д
Группа студентов строительного факультета												
5	60%	9%	100%	18%	-	9%	-	-	-	50%	-	-
4	20%	-	-	46%	40%	-	-	-	28%	17%	-	11%
3	20%	64%	-	18%	20%	36%	100%	100%	43%	33%	78%	78%
Незач.	-	27%	-	18%	40%	55%	-	-	29%	-	22%	11%
1 группа студентов экономического факультета												
5	67%	57%	33%	62%	-	-	67%	17%	-	-	-	46%
4	-	22%	67%	38%	-	-	33%	83%	-	-	100%	54%
3	33%	21%	-	-	-	15%	-	-	50%	100%	-	-
Незач.	-	-	-	-	100%	85%	-	-	50%	-	-	-
Группа студентов факультета инженерных систем и экологии												
5	29%	-	14%	-	14%	-	43%	-	29%	43%	-	-
4	14%	37%	50%	62%	29%	-	36%	58%	50%	28%	37%	100%
3	57%	63%	36%	38%	50%	62%	21%	42%	21%	29%	63%	-
Незач.	-	-	-	-	7%	38%	-	-	-	-	-	-
2 группа студентов экономического факультета												
5	-	33%	50%	33%	25%	-	25%	-	-	-	37%	73%
4	-	-	25%	11%	-	27%	-	55%	-	25%	36%	27%
3	75%	56%	25%	56%	75%	73%	75%	45%	25%	50%	27%	-
Незач.	25%	11%	-	-	-	-	-	-	75%	25%	-	-

По полученным данным была проведена сравнительная оценка между группами разных факультетов. Можно проследить зависимость успешности физического развития от гендерного состава группы. Так, в группах с преобладающим количеством юношей именно юноши показывают хорошую физическую подготовку, то же верно и наоборот: в группах с преобладающим количеством девушек большее количество девушек показывают высокие результаты. В смешанных группах общие показатели находятся на среднем и низких уровнях.

Современные нормы действуют в Беларуси с 2008 года — это Государственный физкультурно-оздоровительный комплекс, который пришел на смену советских нормам. В СССР с 1931 по 1991 год действовала программа физкультурной подготовки в общеобразовательных, профессиональных и спортивных организациях, основополагающая в единой и поддерживаемой государством системе патриотического воспитания молодёжи — «Готов к труду и обороне СССР» (ГТО). ГТО являлось девизом советской эпохи. При выполнении определенного набора спортивных нормативов можно было получить значок, который отражал уровень физической подготовки и был предметом гордости. Комплекс ГТО состоял из 11 ступеней в соответствии с возрастными группами населения от 10 до 60 лет и старше и нормативов по 3 уровням трудности, соответствующих золотому, серебряному и бронзовому значкам.

В ходе работы было проведено сравнение нормативных показателей Государственного физкультурно-оздоровительного комплекса, принятого в 2008 году, с требованиями комплекса ГТО. Можно заметить, что современные нормативы значительно выросли. Для получения высших баллов по современному комплексу студентам необходимо иметь гораздо более высокую физическую подготовку по сравнению со студентами СССР. К примеру, требуемый показатель «прыжки в длину с разбега» вырос с необходимых 3,8 м для девушек и 4,8 для юношей СССР до 3,85 м и 5,16 соответственно. Также это касается нормативов «поднимание туловища», возросшего до 68 раз с 50 по комплексу ГТО и «подтягивание на перекладине», увеличившегося с 13 до 16 раз. Единственное, что не подверглось большим изменениям, это забеги на различные дистанции. По нормам, принятым в БрГТУ, пробегать длинные дистанции можно за большее количество времени, чем по комплексу ГТО.

Увеличение качественной характеристики нормативов тесно связано с анатомическими изменениями современной молодежи. В большинстве высокоразвитых в социально-экономическом отношении стран изменения биологического статуса людей на протяжении двадцатого века были направлены в сторону акселерации, то есть ускорения морфологического развития и полового созревания. Соматическое развитие организма в силу своей экосенситивности может рассматриваться как один из основных показателей качества окружающей среды, улучшение качества питания, санитарно-гигиенических условий жизни и т. п.

При проведении оценки соответствия результатов современных студентов старым нормам ГТО и в результате оказалось, что из всего количества испытуемых из четырех групп, равному 79 человек, золотые значки ГТО могли бы иметь один юноша и четыре девушки, а серебряные значки — десять юношей и пять девушек. Таким образом, можно сказать, что физическая подготовка юного белоруса в среднем стала незначительно хуже по сравнению с советскими временами.

По результатам исследования можно сделать выводы, что современные условия жизни оказывают сильное влияние на организм человека. Особенности окружающей среды, ускоренный темп жизни населения ставят под сомне-

ние его психологическое и физическое здоровье. Несмотря на высокие программные требования, физические возможности студентов чаще всего находятся на «среднем», «ниже среднего», а по некоторым показателям и на «низком» уровне. Высокий уровень готовности к профессиональному обучению выявлен только у 20-30 % студентов. Существенное падение уровня физического здоровья среди молодежи в связи с малоподвижным образом жизни, распространение различных заболеваний ставит под угрозу экономическую, интеллектуальную и социальную стабильность нашего общества [3].

В заключение можно сказать, что важным является оценка и диагностика физического потенциала студенческой молодежи, позволяющая выявить усредненный уровень физической подготовленности студентов, а также продемонстрировать необходимость физической культуры как базовой дисциплины в высших учебных заведениях.

Список цитированных источников

1. Физическая культура: типовая учебная программа для высших учебных заведений. – Минск, 2008. – 51 с.
2. Боник, Г.А. Определение медицинской группы учащихся и студентов для организации и проведения занятий по физическому воспитанию: метод. рекомендации / Г.А. Боник, С.М. Березовская. – Минск, 1999. – С. 5.
3. Марфина, О.В. Сравнительный анализ изменчивости показателей физического развития студенческой молодежи Беларуси / О.В. Марфина // Весенние анатомические чтения. – М.: Просвещение, 2012. – С. 62-67.

УДК 341.243

Куцко А.Е., Курохтин С.С.

Научный руководитель: ст. преп. Речиц Е.В.

О НЕКОТОРЫХ ПРАВОВЫХ АСПЕКТАХ ПОЛИТИКИ¹ УЧРЕЖДЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ «БРЕСТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ» В СВЕТЕ ПРОБЛЕМ ГЕНДЕРНОГО НЕРАВЕСТВА

Гендер как социальный аспект отношений между мужчинами и женщинами проявляется во всей системе образования, и Учреждение образования «Брестский государственный технический университет» (далее – БрГТУ) в этом случае не является исключением. Правовые акты, регулирующие общественные отношения в сфере образования с участием БрГТУ, характеризуется динамизмом, что порождает частичное устаревание осуществляемых научных исследований в данной области и обуславливает теоретический и практический интерес к рассматриваемой теме и ее актуальность [1, с. 8].

При проведении правового анализа правовых актов, регулирующих общественные отношения в сфере образования с участием БрГТУ, мы исходим из понимания понятия «гендер» как социальной конструкции, вытекающей из отношений между представителями разных биологических полов или одного пола, базирующейся на их социальных ролях в таких отношениях. Полагаем, что рассматриваемое понятие содержит политические, экономические, социально-культурные и экологические атрибуты, ограничения и возможности, связанные с принадлежностью к мужчинам или женщинам, и может варьировать-

¹Термин «политика» рассматривается как совокупность всех решений и мер, принятых организацией для постановки стратегических задач и их достижения.

ся внутри и между культурами, является динамичным и открытым для изменений с течением времени [2, с. 8].

Предмет исследования составляют Конституция Республики Беларусь 1994 г. (с изм. и доп., принятыми на республиканских референдумах 24 ноября 1996 г. и 17 октября 2004 г.), Кодекс Республики Беларусь об образовании от 13 января 2011 г. (с изм. и доп.), Правила приема лиц для получения высшего образования II ступени, утвержденные постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 2 февраля 2012 г. № 110 (с изм. и доп.), постановление Совета Министров Республики Беларусь от 15 июля 2011 г. № 954 «Об отдельных вопросах дополнительного образования взрослых» (с изм. и доп.), постановление Совета Министров Республики Беларусь от 26 января 2009 г. № 86 «О некоторых вопросах оплаты труда работников учреждений образования» (с изм. и доп.), Положение о порядке организации и проведения централизованного тестирования, утвержденное постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 6 июня 2006 г. № 714 (с изм. и доп.), а также разработанные на их основе и принятые во их исполнение локальные правовые акты БрГТУ.

Особое внимание уделяется Миссии БрГТУ, Политике в области охраны труда БрГТУ и Политике в области качества БрГТУ, утвержденным ректором БрГТУ соответственно 8 декабря 2010 г., 15 мая 2015 г. и 8 июля 2015 г. Перечисленные документы, не являясь правовыми актами, регулируемыми общественные отношения в сфере образования с участием БрГТУ, содержат ценностные ориентиры и выполняют роль документов стратегического планирования деятельности БрГТУ. Считаю важным отметить, что «университет видит свое предназначение в формировании духовно-нравственных ценностей, воспитании активной жизненной позиции, профессиональной культуры специалиста, оптимально сочетая науку, учебу и практику».

В результате проделанной научной работы нам удалось установить, что правовые акты, регулирующие общественные отношения в сфере образования с участием БрГТУ, как и в целом законодательство Республики Беларусь о высшем образовании, в целом свободны от гендерного неравенства, устанавливая для представителей обоих полов равные возможности реализации права на образование. Они не содержат юридических барьеров, препятствующих поступлению женщин и мужчин в университет, в том числе в магистратуру и аспирантуру. Требования к организации учебного процесса, правила внутреннего трудового распорядка обучающихся, положения, регулирующие отношения по поводу перевода, восстановления и отчисления обучающихся, распределения выпускников, обучения в магистратуре и аспирантуре не способствуют дискриминации по признаку пола.

Вместе с тем, дискриминационный характер носят отдельные положения правовых актов, регулирующих общественные отношения в сфере образования БрГТУ, направленные на социальную поддержку обучающихся и профессорско-преподавательского состава, а также устанавливающие порядок проведения конкурса на замещение должностей, относящихся к профессорско-преподавательскому составу. Формулировки о запрете дискриминации непротивоположны с позиций гендерного равенства, поскольку основываются на восприятии женщин как субъектов с ограниченными возможностями, нуждающимися в повышенной социальной и правовой защите.

На учет различных потребностей и особенностей представителей обоих полов направлены положения правовых актов, регулирующих общественные отношения в сфере образования с участием БрГТУ, закрепляющие право на

образование и государственные гарантии в сфере образования, об отпусках обучающимся, устанавливающие возможности и права получения свободного распределения, о государственных пособиях семьям, воспитывающим детей, касающиеся замещения должностей профессорско-преподавательского состава по конкурсу.

Положения правовых актов, регулирующих общественные отношения в сфере образования с участием БрГТУ, направленные на ускорение установления фактического равенства между мужчинами и женщинами отсутствуют. В них не содержится определений основных гендерных категорий, отсутствуют специальные механизмы защиты прав, а также не регламентируется ответственность за дискриминацию по половому признаку [1, с. 21].

Вместе с тем, отдельные аспекты гендерного равенства в БрГТУ не создают правовую основу для комплексного решения проблем юридического и фактического равноправия мужчин и женщин. В связи с этим в некоторых случаях наблюдается значительный разрыв между положениями де-юре и их реализацией де-факто, что подтверждается некоторыми полученными нами статистическими данными. К примеру, в 2017 году в пользу представителей мужского пола принималось решение предпочтительно при распределении материальной помощи студентам (в январе приблизительно в 55% случаев, в феврале – 62 %), а также при заселении студентов на проживание в общежитие (приблизительно в 67 % случаев).

График распределения материальной помощи студентам в январе 2017 г.

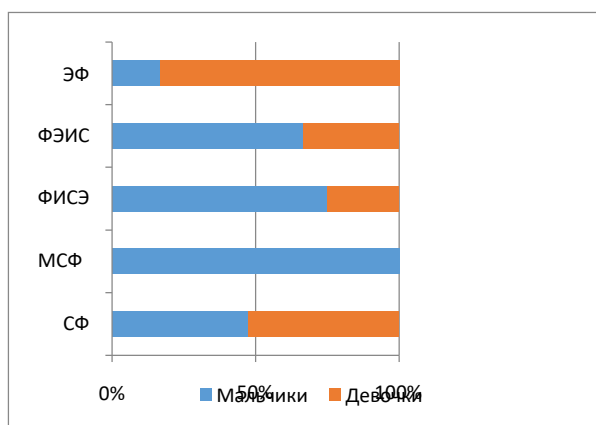


График распределения материальной помощи студентам в феврале 2017 г.

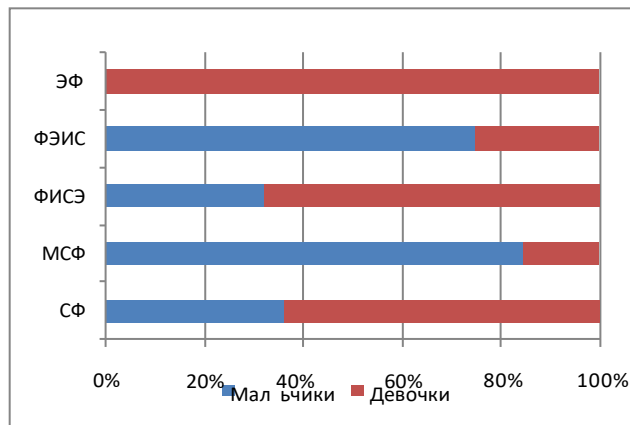
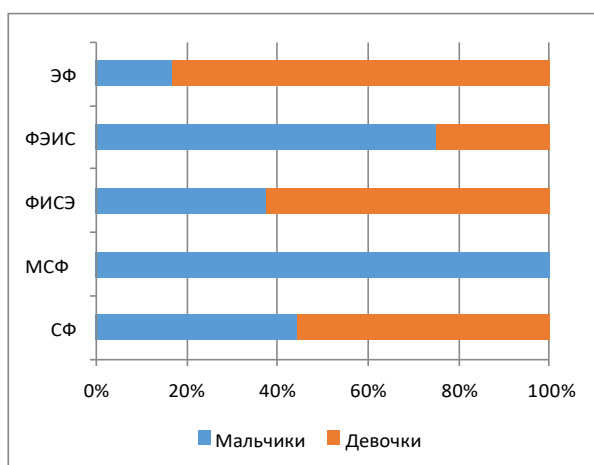
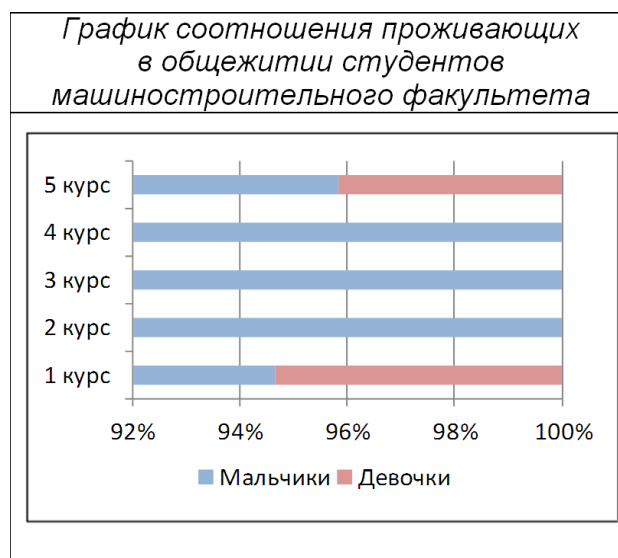
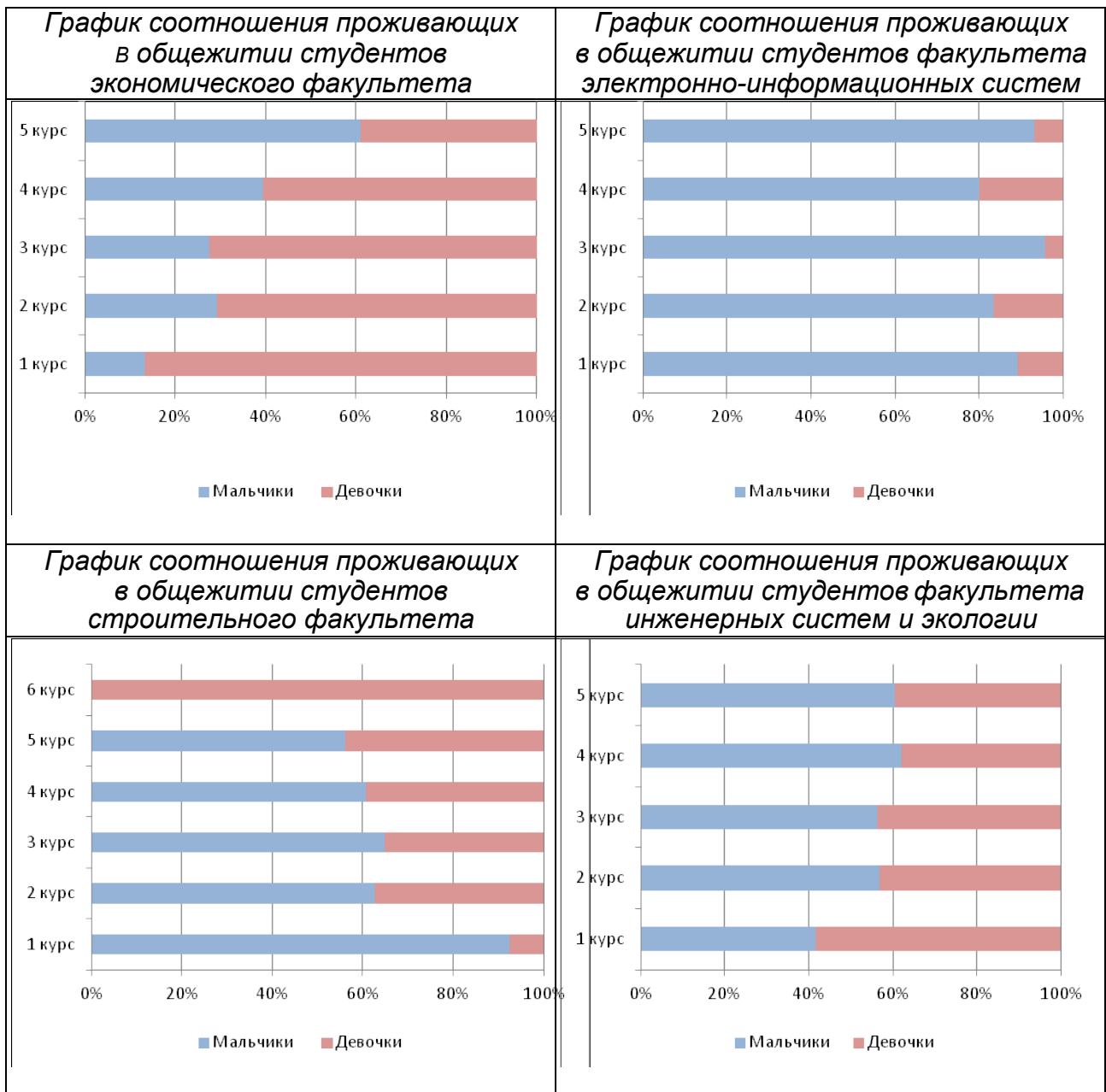


График распределения материальной помощи студентам в марте 2017 г.





По нашему мнению, во многом проблемы реализации положений правовых актов, регулирующих общественные отношения в сфере образования с участием БрГТУ, объясняются распространенностью гендерных стереотипов – устойчивых представлений о том, что положено и «дозволено» женщине и мужчине, являющихся барьерами в сознании и поведении людей, причиной неравенства социальных позиций женщин и мужчин в данной сфере общественных отношений. Гендерные стереотипы характерны как для среды студенческой молодежи, так и для среды профессорско-преподавательского состава. Однако традиционно профессорско-преподавательский состав имеет меньше стереотипов, чем студенты, в силу того, что их уровень образования гораздо выше и у них большой жизненный опыт [3].

Выходом из сложившейся ситуации видится разработка правового обеспечения системной научно обоснованной деятельности всех структурных подразделений БрГТУ, направленной на формирование у слушателей подготовительного отделения, студентов всех форм обучения, слушателей «Института повышения квалификации», членов профессорско-преподавательского состава и сотрудников университета соответствующих знаний, навыков и умений, позволяющих понимать и правильно использовать понятие «гендер», характеризовать гендерную роль как набор ожидаемых образцов поведения для мужчин и женщин, выделять свою гендерную роль, распознавать гендерные стереотипы и конкретизировать их примерами, осознавать необходимость достижения равных прав и возможностей женщин и мужчин во всех сферах жизни общества, ориентироваться в потоке информации, относящейся к вопросам гендерных отношений, адекватно интерпретировать информацию, получаемую из различных источников. Отправной точкой для проведения учебно-методической, научно-исследовательской работы, воспитательной работы с молодежью в предлагаемом направлении должно стать комплексное исследование политики БрГТУ в разрезе проблем гендерного неравенства системой менеджмента качества образования.

Список цитированных источников

1. Саскевич, В.В. Отчет о результатах анализа законодательства Республики Беларусь, регулирующего отношения в сфере высшего образования, на предмет гендерного равенства / В.В. Саскевич. – Минск: Юнипак, 2015. – 24 с.
2. Gender Mainstreaming for the Legal Sector/ A Toolkit // The European Institute for Gender Equality [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://eige.europa.eu/content/gender-mainstreaming-for-the-legal-sector>. – Дата обращения: 01.04.2017.
3. Бузова, С.Н. Гендерные стереотипы в университетской среде Минска / С.Н. Бузова. – Минск, Юнипак, 2014. – 28 с.

УДК 327

Лобанова Д.В.

Научный руководитель: доцент Данилов Ю.Д.

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ

Разрушающая пропаганда и дезинформация издавна составляют арсенал военно-политических методов государств наряду с классическим оружием. Информационные атаки способствуют слому морального духа и подрыву единства внутри общества.

Информационная война – это уже давно устоявшийся научный термин, призванный подчеркнуть, что основным средством ведения войны является информация (знания).

На сегодняшний день в политической теории выделяют такие основные виды информационной войны по объекту направленности:

- против личности,
- против общества,
- против государства.

Независимо от принадлежности к какому-либо определенному виду различаются некоторые общие черты информационных войны:

- в процессе информационной войны не используются прямой шантаж, запугивание, подкуп, физическое воздействие;
- объектом информационной войны является как массовое сознание, так и индивидуальное (индивидуальному воздействию подвергаются лица, от решения которых зависит исход информационной войны или причины её начала);
- информационная война использует все возможные средства передачи информации (как вариант: возможно даже сплетни);
- наличие в информационной войне искаженных фактов.

Одним из самых эффективных и распространенных ресурсов в информационной войне являются социальные сети, которые стали инструментом для развязки информационных войн и конфликтов в руках различных политических сил. Первоначально созданные для общения и рекламируемые как помощник в поиске информации, социальные сети на сегодняшний день являются неотъемлемой частью организации влияния политических сил на общественную деятельность и мировоззрение общества.

Теоритические основы ведения информационной войны заложил американский социолог и психолог Г. Лассуэл в 1948 г., создав «теорию зависимости», или, как он сам её назвал, «теорию волшебной пули» [1]. Согласно этой теории, человек беззащитен перед информационным воздействием. Также Лассуэл утверждал, что современные масс-медиа должны быть в руках новой элиты, научной технократии, так называемых «профессоров» социальных наук.

Среди достаточно хорошо разработанных на сегодняшний день классификаций информационной войны весьма популярно её разделение на «холодную» и «горячую».

«Холодная» война ведется не только в военное, но и в мирное время, когда вооруженная борьба не ведется. Цель «холодной» войны: подчинение населения страны-жертвы чужой идеологии, следовательно – подчинение чужой воле, и в конце концов - установление контроля над финансовыми, природными, производственными, интеллектуальными ресурсами страны.

«Горячая война» ведется во время военных действий, тем самым подпитывая враждующие стороны другими, совершенно специфическими средствами. Цель «горячей» войны – способствование победе в военных действиях путем запугивания руководства, военнослужащих и гражданского населения противника, насаждение страха и неуверенности в победе с целью сломать боевой дух или даже перейти на сторону противника.

Важным аспектом исследования феномена информационной войны является выяснение вопроса об её функциях и ресурсах. Главным оружием в информационной войне становятся сетевые технологии, которые применяются для расширения доступа к информации, её изменения, распределения и обеспечения обратной связи. Сети представляют собой специфическую реальность, которую большинство людей до сих пор не либо осознают, либо

осознают весьма поверхностно. Это гибкая форма организации взаимодействия различных компонентов, предполагающая постоянный обмен информацией и динамичную реструктуризацию.

В современных условиях информационно-психологическое наступление осуществляется с помощью широкого спектра технологических возможностей, которыми обладают СМИ. С развитием Интернета, традиционные СМИ стали постепенно терять свое влияние на общественное сознание, а размещение информации на видеохостингах и в социальных сетях помогает охватить многомиллиардную аудиторию пользователей по всему миру.

Благодаря цифровым технологиям, значительно увеличился арсенал методов информационного воздействия. Стало возможным оказание как краткосрочного, так и долгосрочного избирательного информационного воздействия на сознание, волю и чувства населения.

Социальные сети и блогосфера уже давно стали неотъемлемой частью политического пространства каждого государства. В современном обществе роль социальных сетей неуклонно возрастает. Этот тренд особенно актуален для крупных городов, жители которых привыкли получать ежедневный поток новостей из своих лент в «Фейсбуке», «Твиттере» и «ВКонтакте» и иных ресурсов. Вокруг человека образуется уникальная информационная «медиа-шапка», которая на систематической основе снабжает человека не только новостями, но и мнениями и рассуждениями известных и уважаемых им личностей. Этот информационный кокон не просто влияет на мировоззрение человека, он в значительной степени формирует (и деформирует) его.

Арсенал средств информационной войны в социальных сетях направлен на разрушение цельных мировоззрений, личных убеждений и ценностей и замену их искусственными «фантомами», позволяющими манипулировать массовым сознанием.

Кроме прямого влияния на процесс идентификации и сознания, информационный поток воздействует на человека посредством формирования мнений. Во-первых, он осуществляет отбор фактов, устанавливает психологические препятствия не соответствующим культурным ценностям и, наоборот, увеличивает восприимчивость к фактам, более соответствующим им. Во-вторых, он определяет общий контекст развития и выражения мнений, устанавливает границы, в которых индивид может выразить свои взгляды, хотя никогда не предопределяет всех возможных мнений. Анализировать пласт политических мнений и оценок текущих событий сознания столь подробно как национальный характер или ментальную культуру не представляется необходимым, поскольку мнения наиболее близко соприкасаются с политическим поведением и зачастую полностью предопределяют выбор. На их формирование, помимо черт национального характера и политических ориентаций, влияют многообразные психологические факторы, социально-экономический статус, политико-институциональная структура, социальная деятельность государства, опыт прошлого участия и, наконец, ситуационные характеристики, соседско-общинный контекст, мнения референтных, для данного индивида источников.

Именно поэтому при исследовании сущности информационной войны нельзя оставить без внимания проблему технологических приемов. Наиболее распространенными из них в социальных сетях являются такие:

- фокусировка аудитории на плохие ожидания;
- фальсификация(искажение) понятий;
- создание иллюзии «массового недовольства».

Наглядными примерами их успешной реализации в современной истории стали многочисленные «цветные революции», этнические и конфессиональные конфликты в самых разных уголках Земли.

Как известно, исходным в анализе любой войны, является ее классическое определение К. Клаузевицем: «Война — это акт насилия, имеющий целью заставить противника выполнить нашу волю» [2]. По формулировке Клаузевица «война есть продолжение политики иными средствами». Основным средством достижения целей войны служит организованная вооружённая борьба как главное и решающее средство. При этом исследователями недостаточно акцентируется внимание на том факте, что К. Клаузевиц подчеркивал перманентный характер войны, и указывал, что «война никогда не является изолированным актом» и как акт насилия «использует изобретения искусств и открытия наук» [3]. Вооруженная борьба при этом является крайней мерой насилия и обусловлена степенью остроты текущих политических противоречий. В этой связи уместно вспомнить утверждение китайского стратега и мыслителя Сунь-Цзы: «Высшее искусство ведения войны — победить чужую армию, не сражаясь».

В мире сейчас последовательно изучают практику использования информационных ресурсов во время конфликтов в Мексике, Бирме и даже в самих США. Широко известен труд Дж. Аркилла и Д. Ронфелдта «Сети и сетевые войны: будущее террора, преступления и вооруженной борьбы», в котором дается подробный анализ характеристик современной информационной войны и направлений ее эволюции. Они, в частности, утверждают, что такая война с необходимостью будет гуманитарной, т. е. (не больше, ни меньше !!!) связанной «с реорганизацией подходящего человеческого материала и удалением неподходящего («неадекватного»), и потому избыточного человеческого материала [4]. Ее ключевым механизмом станет слом и перепрограммирование идентификации. Разрушение идентификационной сферы человека и поражение его сознания определяет специфику современной «малозаметной» войны. Человек медленно и незаметно для самого себя претерпевает замещение собственного сознания чужим, чужим в плане индивидуальности, культуры, истории и цивилизации.

С середины 90-х годов прошлого века в научной литературе для обозначения таких войн используется термин «консциентальная война». Консциентальная война предполагает, что мир вступил в новый этап борьбы — трансформации организаций сознаний, где предметом поражения и уничтожения являются только определенные типы сознаний. Разрушить или исказить процесс отражения реальности, а значит, и феномены, образующие содержание сознания с целью изменить поведение не только человека, но и общностей, этносов, населения целых государств — одна из целей консциентального противоборства.

Обобщенно схема ведения консциентальной войны включает следующие этапы.

На этом первом этапе задача управления - посеять в мыслях объектов интересующего нас множества актуальные цели, на взгляд легко достижимые, но потенциально с малой вероятностью или в процессе проведения операции с понижением вероятности.

Второй предварительный этап заключается в индуцировании ожидания достижения цели.

Третий этап — это этап инициирования ожидания реальных перемен. Программа действий на этом этапе - информационное обеспечение ожидания близости перемен.

Следующий – это этап ложного проектирования, когда различные программы, проекты, другие информационные фальсификации СМИ порождают к жизни иллюзию реальности быстрого повышения жизненного уровня у всего общества.

Пятый этап – этап ложных реформ (предполагает решительность и жестокость в исполнении).

Последним этапом действий в этой войне (операции) является процесс сдвига ценностных ориентиров и развития успеха (первый этап новой операции).

Если на первых этапах концентриальной войны намечаемые преобразования заявляются во имя человека, то на последующих исходные установки и материальные условия жизни, по существу заменяются на новые, которые ломают существующее миропонимание человека и подводят его к принятию навязанной реальности бытия.

На сегодняшний день практически не остается сомнений, что формирование новых сценариев информационного противоборства продолжится, но общие концептуальные направления этой работы уже сформулированы, и отчасти даже реализуются практически в локальных вариантах.

Список цитированных источников

1. Теория научной пропаганды Г. Лассуэлла. [Электронный ресурс]. – Студопедия – Режим доступа: http://studopedia.ru/18_8298_teorija-magicheskoy-puli.html. – Дата доступа: 11.05.2017.
2. Карл фон Клаузевиц. О войне. – М.: Эксмо, Мидгард: 2007. – Ч.1. Природа войны. Гл.1. Что такое война? – С. 24.
3. Там же, с. 22.
4. Крупнов, Ю.В. Моя война // Полемика и дискуссии. – № 924 / [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <http://www.polemics.ru/articles/?articleID=924> – Дата доступа: 11.05.2017.

УДК 272 (476.7)

Носко О.П.

**Научный руководитель: кандидат исторических наук,
ст. преподаватель Сушко В.В.**

ОСОБЕННОСТИ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ ВЛАСТНЫХ СТРУКТУР И РИМСКО-КАТОЛИЧЕСКОЙ ЦЕРКВИ НА ТЕРРИТОРИИ БРЕСТСКОГО РЕГИОНА В ПЕРИОД 1945 – 1965 ГГ. В КОНТЕКСТЕ СОВЕТСКОГО РЕЛИГИОЗНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

Конфессиональная история Беларуси достаточно сложна и многогранна, однако преобладающими церквями остаются православная и католическая. Являясь одной из христианских конфессий, католичество, в различные периоды истории, оказывало большое влияние на политическую, социальную и культурную сферы. Но в период существования Советского Союза изменения в конфессиональной жизни общества значительно ограничивали деятельность религиозных объединений, иногда фактически ее исключая.

В период 1920-х гг. начался процесс становления советского религиозного законодательства. Таким образом, 8 апреля 1929 г. было принято постановление ЦИК РСФСР «О религиозных объединениях», которое на долгие годы регламентировало юридический статус религиозных общин и групп (вплоть до

редакции в 1977 г.). Документ запрещал любую религиозную деятельность за пределами церковных зданий, под запрет попали специальные детские, женские, юношеские, молитвенные собрания и т. д. Для реализации обрядовых действий, осуществления религиозного воспитания и обучения, проведения вероучительных собраний и т. д. всегда требовалось соответствующее разрешение уполномоченных местных властных структур, которые полностью контролировали деятельность религиозных организаций.

Совершенно иным было положение религиозных организаций на территории Западной Беларуси, которая, согласно Рижскому мирному договору, с 1921 г. была включена в состав Польши. Безусловным преимуществом и государственной поддержкой пользовалась католическая церковь, что, в свою очередь, определило возрастание роли костела на территории новоприсоединённых земель к БССР в 1939 г. (в частности Брестского региона).

Существенные коррективы во взаимоотношениях советских государственных органов в рассматриваемый период с представителями римско-католической церкви в 1945 – 1965 гг. оказали события оккупационного периода Великой Отечественной войны 1941 – 1945 гг. Немецкие власти рассматривали католических верующих и священнослужителей как возможную силу в борьбе с большевиками. Однако достаточно весомая часть ксёндзов и верующих предпочитала сотрудничество не с оккупационными властями, а либо с Армией Крайовой, либо, даже, с партизанами и красноармейцами. Учитывая эти обстоятельства, представители советской власти настороженно, а порой и враждебно относились к адептам католицизма, считая их агрессивно настроенными против коммунистического строя.

В послевоенное время начался новый период противостояния между верующими католиками и представителями власти. Москва обвиняла Ватикан в том, что в послевоенное время он взял курс на США и Англию, «ориентировались не на передовые, а на реакционные элементы этих стран – на тех, кто ненавидит демократию и мечтает о новой войне против демократии и СССР» [13, с.244].

Массовое распространение католицизма на территории Западной Беларуси, в частности, в Брестском регионе, побуждало местные властные органы к закрытию костёлов и сокращению числа парафий. Таким образом, количество костёлов за период с 1939 г. по 1946 г. значительно уменьшилось. Если в 1939 г. в БССР действующих храмов было 410 с 501 ксёндзом, то на 1 января 1946 г. – 378 костёлов с 225 ксёндзами [13, с. 246]. В конце 1947 г. был принят документ, запрещавший ксёндзам осуществлять любые занятия с детьми и молодежью. Таким образом правительство пыталось дискредитировать католических священников, уменьшить их влияние на паству.

В результате противостояния советских властей и верующих-католиков, начался процесс миграции священников и прихожан римско-католической церкви с территории БССР в Польшу. Для реализации этого обстоятельства было заключено соглашение от 9 сентября 1944 г. между СССР и Польшей. По данным уполномоченного совета по делам религиозных культов в Брестском облисполкоме Н. Стрельченок в нормативном докладе за 1947 г. констатирует, что: « ... председатель костела Якушик Михаил Анатольевич имеет в Польше свою семью, жену, дочь. Он говорит, что ему здесь в Советском государстве делать нечего. «Я бы с удовольствием выехал в Польшу, если бы была возможность, здесь плохо жить нам полякам, нас притесняют, заставляют делать то, что не позволяет наша религия». Якушик старик 75 лет.» [1, л.24]. С 1958 г. динамика выездов ксёндзов в Польшу возрастает [2, л.23].

Диссонанс во взаимоотношения с представителями местных органов власти и католическими священниками вызвал декрет Ватикана, направленный на отлучение от церкви всех католиков-коммунистов. «Все они заявили мне, что они - представители верующих и сами верующие - «осуждают» декрет Ватикана» [3, л.38]. После этого Н. Стрельченок принял у себя ксёндза Гржибовского, который высказался ему так: « ... не может быть этого, что бы Ватикан принял такие меры по отношению к верующим католикам, которые являются коммунистами ... я этому не верю» [3, л.38]. Данный факт свидетельствует о том, что идеологическая пропаганда предполагала противодействие и использование любой возможности, чтобы уменьшить влияние католицизма в регионе, способствовать закрытию костёлов и парафий.

Такая агрессивная настроенность властей против католических священников объясняется тем, что руководящий центр римско-католической церкви, Ватикан, находится на Западе, идеологически чуждом СССР. Несмотря на существовавшее религиозное законодательство в БССР, и католические священники, и верующие соблюдали предписания Папы Римского – главы римско-католической церкви. При этом следует отметить, что авторитет католических священнослужителей оставался достаточно высоким, что также вызвало определенную обеспокоенность властных структур.

Следует отметить, что в конце 1940-х гг. начался процесс репрессирования ксёндзов, что привело к значительному сокращению числа парафий и ликвидации большинства действующих костелов на территории Брестчины. Так, например, в Пинске был осужден на 25 лет колонии Рыжко Станислав Владимирович, в Ружанах – ксёндз Городецкий И.В., осужден на 15 лет (повторно арестован в 1958 году), в Пружанах – ксёндз Бакинковский А.С., осужден на 25 лет, в Бресте - ксёндз Росяк Г.Ф., осужден на 15 лет, Свентек К.И – осужден на 25 лет, позже, в 1956 г. освобождён [4, л. 76,77].

Наиболее влиятельным священником в рассматриваемый период являлся Пионтковский Вацлав Иванович – декан Брестского деканата и настоятель костёла в предместье Киевка в г. Бресте (1947 г.), по мнению уполномоченного по делам религиозных культов Брестской области, «ругающий Советскую власть, образно называя её «грабительской» [1, л.24]. В 1949 г. он получил звание почётного каноника. Начиная с 1957 г., полностью руководил деятельностью всех ксёндзов области. Другие ксёндзы посещают его из-за инструктажа и указаний о своей религиозной деятельности [1, л.24]. В январе 1957 г. ксёндз В.И. Пионтковский потребовал от Г. Дзержко, уполномоченного по делам религиозных культов Брестской области, санкции руководить священниками всей области. Фактически он создал свой личный деканат, который руководил религиозной деятельностью региона [5, л.86].

Ксёндзы области относились к В.И. Пионтковскому, как к епископу, о чем свидетельствовали многие факты, вплоть до бытовых: «К Шеплевичу был привезен шкаф из старого костела. Потом шкаф был похищен монашкой Браниславой к Роговскому. После обращения Шеплевича к нему, он послал его к Пиотновскому, спросить его совета. Пионтковский сказал, что пусть остается у Роговского» [6, л.22].

Нередко В.И. Пионтковский игнорировал запреты правительства, в частности, распоряжение уполномоченного Совета по делам религиозных культов по Брестской области Н. Стрельченка, о запрете разъездов ксёндзов по области, а так же за её пределы, и проведение служения и обрядов только в том ко-

стёле, за которым они закреплены. Весной 1960 г. В.И. Пионтковский посетил ксендза Мальнича. Будучи у него, он исповедовал на квартире около ста человек [6, л. 23]. Позже он сам провозгласил себя генеральным викарием, а его главной целью было возрождение Пинской епархии.

В 1959 г. местная печать выступала со статьями и разоблачающими заметками, направленными против наиболее активных в общественном плане некоторых ксёндзов. В газете «Заря» был опубликован материал о ксёндзе Згрызе, в котором указывалось на бесчеловечное отношение его к одному из верующих. Одновременно была размещена разоблачительная статья о «непристойной жизни ксёндза В.И. Гржибовского [7, л.106,107]. Таким образом представители власти пытались снизить влияние и авторитет священников не только на прихожан, но и в обществе в целом.

После смерти И.В. Сталина в 1953 г. во взаимоотношениях между государством и католической церковью наблюдалась некоторая либерализация, которая ознаменовалась в первую очередь возвращением из мест заключения осужденных ксёндзов. Так, за период 1956 г. на территорию Брестчины прибыли из лагерей заключения 4 священнослужителя [4, л.76, 77].

Начиная с середины 1950-х гг., наступление на религиозные организации продолжилось с новой силой, так как, по мнению Н.С. Хрущева, нового генерального секретаря ЦК КПСС, необходимо было бороться с «классовыми пережитками», которыми, по его мнению, являлись верующие и священники. В течение периода середины 1950 – середины 1960-х гг. были приняты документы, усиливающие атеистическую пропаганду и воспитание, расширяющие полномочия лекторских агитационных групп, пропагандирующих критику религиозного мировоззрения и т. д.

Для рассматриваемого периода также было характерно массовое закрытие костёлов, а зачастую и уничтожение, несмотря на культурную и историческую ценность зданий. Это мотивировалось так: для «нужд» народного хозяйства. Костёлы переоборудовались под склады, дома культуры, избы-читальни, клубы, кинотеатры и т. д. Бездумно уничтожались святыни – древние костёлы. На 31 декабря 1947 г. в Брестской области действующих костёлов было 14, а 16 недействующих, причем 6 костёлов использовались под склады, дома культуры и др., 10 костёлов были пустующими [8, л.36].

Так, решением Высоковского районного Совета депутатов трудящихся от 13 февраля 1948 г. за №52 в г. Высокое был закрыт костёл и передан в использование под кинотеатр [4, л. 26]. Брестский областной Совет депутатов трудящихся решением от 6 апреля 1948 г. за №246 закрыл костёл в г. Березе и передал его с правом на переоборудование под дом соцультуры [9, л.19], а решением от 19 августа 1947 г. за №582 закрыт римско-католический костёл в городском поселке Малорита и передан под дом соцультуры [10, л.16]. В 1950 г. было закрыто 3 костёла: в г.п. Шерешево, д. Лысково, д. Сегневичи. Всего же на 25 ноября 1950 г. по Брестской области не действовал 31 костёл [11, л. 76].

Костёлы уничтожались и разрушались, несмотря на свою культурную ценность. Ярким примером тому является послевоенная история брестского костёла «Воздвижения Святого Креста» по ул. 17 Сентября, 36. Костёл был построен в 1854 г. на деньги прихожан, в этом же году он был и освящен. Имелся типовый договор на здание костёла от 10 декабря 1947 г., ксёндзом являлся С. Росяк. Когда возник вопрос о закрытии костела, прихожане написали в исполком письмо, где говорилось, что С. Росяк был действительно зарегистрирован у Г. Дзежко, но 2 августа 1947 г. ксёндз безвестно пропал, а службы

проводили другие священники. Г. Дзежко требовал справку о санитарно-техническом состоянии здания в очень короткий срок – 3 дня. Когда её прихожане получили, костёл был уже опечатан. Жители должны были исполнять «принудилровку и ходить по 5-6 км до костёла на Граевку, а в Бресте находится около 6-7 тысяч католиков» [12, л.21,22]. Но, несмотря на это, Брестский горсовет решением от 14 сентября 1948 г. за № 863 закрыл костёл. Решением исполкома Брестский областной Совет депутатов трудящихся утвердил постановление Брестского горсовета о закрытии римско-католического костёла и передал здание под областной историко-краеведческий музей [12, л. 26].

Но, несмотря на все репрессивные меры советского правительства, направленные против католической церкви, абсолютной ликвидации католических обществ и закрытия костёлов не было. Постоянно действующими были костелы в г.п. Чернавчицы, г. Пинске, д. Медведичи, г. Ружаны, г. Логошине и некоторых других. Это объясняется тем, что значительная часть населения Брестской области была достаточно религиозной. Многие жители относили себя к католическому вероисповеданию. Боялись власти возвращения Армии Крайовой. Поэтому правительство опасалось проводить политику полной ликвидации католических общин, закрытия абсолютно всех костёлов.

В рассматриваемый период государственно-религиозные взаимоотношения можно охарактеризовать как достаточно сложные и противоречивые, направленные, в первую очередь со стороны властных структур на сокращение и даже искоренение деятельности религиозных организаций. Таким образом, большое число последователей католицизма, авторитет церкви вынуждали власти не осуществлять политику массового наступления на деятельность костёла, так как это могло стать причиной острого социального конфликта на религиозной основе.

Список цитированных источников

1. Государственный архив Брестской области (ГАБО). – Фонд 1339. – Оп. 1. – Д.
2. Информационно-отчётные доклады уполномоченного по делам религиозных культов по Брестской области 1947 г.
2. ГАБО. – Фонд 1339. – Оп. 1. – Д. 16. Информационно-отчётные доклады уполномоченного по делам религиозных культов по Брестской области 1961 г.
3. ГАБО. – Фонд 1339. – Оп. 1. – Д. 4. Информационно-отчётные доклады уполномоченного по делам религиозных культов по Брестской области 1949 г.
4. ГАБО. – Фонд 1339. – Оп. 1. – Д.11. Информационно-отчётные доклады уполномоченного по делам религиозных культов по Брестской области 1956 г.
5. ГАБО. – Фонд 1339. – Оп. 1. – Д. 12. Информационно-отчётные доклады уполномоченного по делам религиозных культов по Брестской области 1957 г.
6. ГАБО. – Фонд 1339. – Оп. 1. – Д. 15. Информационно-отчётные доклады уполномоченного по делам религиозных культов по Брестской области 1960 г.
7. ГАБО. – Фонд 1339. – Оп. 1. – Д.14. Информационно-отчётные доклады уполномоченного по делам религиозных культов по Брестской области 1959 г.
8. ГАБО. – Фонд 1339. – Оп. 1. – Д.1. Информационно-отчётные доклады уполномоченного по делам религиозных культов по Брестской области 1946 г.
9. ГАБО. – Фонд 815. – Оп. 3. – Д.10. Информационно-отчётные доклады уполномоченного по делам религиозных культов по Брестской области
10. ГАБО. – Фонд 815. – Оп. 3. – Д.52. Информационно-отчётные доклады уполномоченного по делам религиозных культов по Брестской области.
11. ГАБО. – Фонд 1339. – Оп. 1. – Д.5. Информационно-отчётные доклады уполномоченного по делам религиозных культов по Брестской области 1950 г.
12. ГАБО. – Фонд 1339. – Оп. 2. – Д.18. Информационно-отчётные доклады уполномоченного по делам религиозных культов по Брестской области 1963 г.
13. Канфесіі на Беларусі (канец XVIII–XX ст.) / В.В. Грыгор’ева [і інш.] ; пад рэд. У.І. Навіцкага. – Мінск : Экаперспектыва, 1998.

УДК 004.738.5:504

Пашкова А.В., Чистова Я.А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Лешко Г.В.

ВЛИЯНИЕ Wi-Fi ИЗЛУЧЕНИЯ НА ЧЕЛОВЕКА, ПРИРОДУ И ЖИВЫЕ ОРГАНИЗМЫ

Целью настоящей работы является изучение влияния Wi-Fi-систем на физические свойства природной воды как основы живых структур природы.

Был проведён эксперимент, который показал, что свойства воды существенно изменяются под влиянием Wi-Fi-излучения, что является основным каналом воздействия техногенных электромагнитных излучений (ЭМИ) на живые структуры. Показано, что с помощью специального физического устройства возможно существенно уменьшать вредное воздействие Wi-Fi излучения.

Современный мир принципиально отличен от того, в котором человек жил всего несколько веков назад. Вместе с техническим прогрессом в цивилизацию привнесена невидимая опасность – электромагнитное излучение. Все техногенные поля нашей среды обитания опасны для человека, как и для всех живых структур, тем, что эти поля не естественные (природные), а искусственно созданные человеком. Это означает, что такие поля оказывают самое разнообразное влияние, что не сопровождается никакими неприятными ощущениями, а результаты не сразу дают о себе знать, многие люди не считают нужным считаться с возможным воздействием электромагнитных излучений. А на самом деле сейчас картина с загрязнением среды обитания человека техногенными полями существенно ухудшилась.

Исследования ученых за последние десятилетия показывают, что электромагнитная радиация не менее опасна, чем атомная. Электромагнитный смог, взаимодействуя с электромагнитным полем организма, частично его подавляет, искажая собственное поле организма человека. Это приводит к снижению иммунитета, нарушению информационного и клеточного обмена внутри организма, в целом функционального здоровья и возникновению различных заболеваний.

Многими учеными, различными мировыми исследовательскими центрами доказано, что даже весьма слабого уровня длительное влияние электромагнитного излучения может вызвать такие заболевания, как рак, потерю памяти, болезни Альцгеймера и Паркинсона, импотенцию, разрушение кристаллика глаза, уменьшение количества красных кровяных телец. Особенно опасны электромагнитные поля для беременных женщин, детей, они способствуют нарушению половых функций у мужчин и детородных у женщин. Сейчас ЭМИ есть повсюду в среде обитания человека, его создают бытовые электроприборы и офисная техника, мобильные телефоны и беспроводной Интернет и в последнее время Wi-Fi-системы. Особенно резко возрастает напряженность полей вблизи линий электропередач, радио и телевизионных станций, в метрополитене. На этом фоне существенно влияют на организм человека магнитные бури.

Сегодняшний уровень электромагнитного фона Земли превышает естественный уровень в 200 000 раз. Исследователи сделали важнейшие выводы, что слабые и сверхслабые (фоновые) ЭМИ мощностью в сотые и даже тысячные доли Ватт высокой частоты для человека более опасны, чем ЭМИ большой мощности, но низкой частоты. Причина этого в том, что интенсивность таких полей совпадает с интенсивностью излучений организма человека при обычном функционировании всех его систем и органов.

Wi-Fi действует на той же частоте, что и СВЧ –печь. Для человека такая частота совсем не так уже и безвредна. Опубликовано огромное число исследе-

дований, в которых доказывається, що Wi-Fi негативно впливає на здоров'я млекопитаючих, в частині на здоров'я людини. В числі болізей, вызиваемых Wi-Fi, чаще всего фігурують рак, серцева недостаточність, слабоеумие и ухудшение памяти.

Целью наших исследований было выяснить, как влияет ЭМИ Wi-Fi-системы на физические свойства природной воды. Идея этих исследований состояла в том, что организм человека, как любой живой структуры, содержит до 2/3 жидкости, и если Wi-Fi будет изменять свойства воды, это будет означать, что это излучение будет влиять в целом на функциональное состояние живого организма, функциональное здоровье человека.

Методика эксперимента

В качестве воды-индикатора ЭМИ использовалось две воды: фасованная питьевая вода «ВопАqua» и питьевая вода из городской водопроводной сети («Питьевая вода»). С помощью стандартизированных приборов измерялись следующие характеристики вод: pH – параметр кислотно-щелочного равновесия; σ – удельная электропроводность на постоянном токе, в μSm ; TDS – суммарная концентрация растворимых примесей в воде, в мг/л.; ОБП – окислительно-восстановительный потенциал воды, в mV. Измерения этих параметров проводились для образцов вод до и после влияния Wi-Fi и для случая применения защитного устройства

Результаты эксперимента

В таблице 1 приведены результаты измерений параметров образца природной воды «ВопАqua» после воздействия на нее ЭМИ устройства Wi-Fi по отношению к необходимой воде.

Влияние ЭМИ Wi-Fi на свойства воды

Таблица 1 – Результаты измерений параметров образца природной воды «ВопАqua» (нормы на воду питьевую описаны в СанПиН 10-124 РБ99).

Тип воды	pH	σ (μSm)	TDS (мг/л)	ОБП (mV)
ВопАqua (до)	7.87±0.02	148±5	14±5	+180 ±10
ВопАqua (после)	7.62	124	80	+240
Эффект Wi-Fi	-0.25	-24	-14	+54

Из таблицы 1 следует, что существенно изменяются характеристики воды (воды-индикатора). Время облучения воды составляло 12 часов. Увеличение времени облучения воды ведет к установлению определенного насыщения значений величин, σ , TDS и ОБП, pH.

Таблица 2 – Результаты измерений параметров образцов воды дистиллированной и воды из водопроводных сетей

Тип воды	pH	σ (μSm)	TDS (мг/л)	ОБП (mV)
Вода дистиллированная (до)	7.51	145	79	+215
Вода дистиллированная (после)	7.37	46	27	+215
Эффект Wi-Fi	-0.14 ±0.02	+99 ±5	+49 ±5	0 ±10
Вода из водопроводных сетей (до)	7.20	604	335	+235
Вода из водопроводных сетей (после)	6.89	610	370	+250
Эффект Wi-Fi	-0.31 ±0.02	+6 ±5	+35 ±5	+15 ±10

Из данных таблицы 1 и 2 однозначно следует, что ЭМИ системы Wi-Fi изменяет основные физические характеристики вод как индикаторов этих излучений. Это, в свою очередь, означает, что система Wi-Fi влияет как на воду, так и будет влиять на все природные водные системы, содержащие в своем составе воду (внутриклеточная и межклеточная вода).

Проведенные в работе исследования позволяют нам сделать следующие выводы. ЭМИ устройства Wi-Fi можно однозначно исследовать с помощью природного наиболее чувствительным с сверхслабого ЭМИ, к которым следует отнести и системы Wi-Fi. Изменения свойств воды ЭМИ Wi-Fi однозначно влияет на любые живые структуры (растения, животные и человека) через прямое изменение свойств воды внутри живой системы. Наши исследования показывают, что влияние ЭМИ Wi-Fi отрицательно влияет на все "живые структуры" и поэтому целесообразно внедрять устройства для биобезопасности, что сделает Wi-fi безвредным для слабых энергоинформационных процессов в природе.

Список цитированных источников

1. <https://zaotravlenie.ru/izluchenie/vred-wi-fi.html>
2. <http://www.kakprosto.ru/kak-875865-vredno-li-wi-fi-izluchenie>
3. <http://mobile-dom.ru/internet/vreden-li-wi-fi-dlya-zdorovya>
4. <http://vrachmedik.ru/490-vred-wi-fi.html>
5. <http://otravleniya.net/izluchenie/vredno-li-izluchenie-ot-wifi-routera.html>
6. <http://classinform.ru/udk.html>

УДК 81.373.23

Серада М.С.

Навуковы кіраўнік: выклад. Капцова Ю.А.

СТРУКТУРНА-СЕМАНТЫЧНАЯ КЛАСІФІКАЦЫЯ МЯНУШАК У ДЫАЛЕКТНАЙ МОВЕ

Мянушка (ацэначна-характарыстычнае найменне, характарыстычнае празванне, неафіцыйнае найменне) – адзінка антрапанімікі, назва, дадзеная чалавеку жартам, у насмешку або для канспірацыі [5, с. 65]. Мянушка – адна з найбольш старажытных антрапанімічных форм. Калі браць пад увагу нешматлікія сведчанні гістарычных помнікаў VI-X ст. (пераважна грэка-візантыйскіх), летапісы, якія прысвечаны старажытнаму перыяду Русі, а таксама на падставе супастаўлення роднасных славянскіх моў, можна лічыць, што да X ст. і ў X ст. ва ўсходніх славян (продкаў рускіх, украінцаў, беларусаў) асноўнай антрапанімічнай адзінкай было асабістае імя-мянушка [3, с. 97]. Да прыняцця хрысціянства яно было асноўнай адзінкай называння чалавека (яго называлі «рэкло», «назвице»), якое акрэслівала індывіда паводле знешнасці (*Чарныш, Бяляк*), характару, парадку нараджэння ў сям'і. Некаторыя імёны былі звязаны з жывёльным і раслінным светам (*Кот, Жарабя, Бяроза*). “Такія празванні былі абумоўлены верай у боскасць жывых істот, якія адыгрывалі асаблівую ролю ў жыцці нашых продкаў”. Сучасныя мянушкі ўзнаўляюць старажытныя мадэлі наймення аб'екта-індывіда па характэрнай прымеце. Кожнаму з нас важна не толькі назваць чалавека, але і выдзеліць самыя важныя яго рысы, ацаніць яго, выразіць пачуцці. Гэтыя задачы і выконваюць мянушкі — неафіцыйныя ацэначна-характарыстычныя найменні чалавека, а таксама прадстаўнікоў пэўнай сям'і. Асабліва актыўна выкарыстоўваюцца такія празванні ў вясковым асяроддзі, дзе людзі не так строга

прытрымліваюцца этыкетных норм, дзе прынята адкрыта, востра, трапна, а часам і крыўдна ацэньваць чалавека. Неафіцыйныя найменні ўзнікаюць не столькі з патрэбы намінацыі асобы, колькі з неабходнасці праз імя паказаць фізічныя, псіхічныя, разумовыя, маральныя і сацыяльна-побытавыя якасці чалавека.

Сучасныя мянушкі ўзнаўляюць старажытныя мадэлі наймення аб'екта-індывіда па характэрнай прыкмеце. Такія празванні ў вясковым асяроддзі, дзе людзі не так строга прытрымліваюцца этыкетных норм, дзе прынята адкрыта, востра, трапна, а часам і крыўдна ацэньваць чалавека. У аснову імені-мянушкі лёг рэальны факт. Перш за ўсе, знешнасць, паводзіны ці характар чалавека з'яўляюцца падставай для ўзнікнення імені-мянушкі. Чалавек па нейкіх рысах можа асацыіравацца з якой-небудзь жывёлай, птушкай, рыбай ці прадметам. Узнікаюць такія найменні і ў сувязі з рознымі падзеямі ў жыцці чалавека, прафесіяй, заняткам, яго роляй у грамадстве. Таму ў імёнах-мянушках шырока адлюстроўваюцца ўсе бакі сямейнага, грамадскага і палітычнага жыцця чалавека. Менавіта па гэтаму імёны-мянушкі можна назваць своеасаблівым позіркам у мінулае [1, с.76].

Даволі пашыранай была традыцыя даваць мянушкі прыгонным. Яны нярэдка замацоўваліся за іх носьбітамі, а для наступных пакаленняў паступова станавіліся прозвішчамі (*Баран, Камар, Абібок, Вол, Сава, Мядзведзь і інш.*).

Безумоўна, што ў наш час многія носьбіты такіх нярэдка немілагучных і нават абразлівых прозвішчаў нічога агульнага з такімі найменнямі не маюць (у прозвішчах, як і ў імёнах, адсутнічае лексічнае значэнне). Калі спыніцца на канкрэтнай вёсцы, то без вулічнага прозвішча-мянушкі знайсці чалавека вельмі складана. Гэта тлумачыцца тым, што ў вёсцы бытуе толькі некалькі агульных прозвішчаў. Таму гэта будзе складанай справай, калі ты не ведаеш мянушку таго, каго шукаеш.

У гісторыі ўсходнеславянскіх народаў ёсць прыклады, калі калектыўныя мянушкі замацоўваліся за паселішчамі і ператвараліся ў афіцыйныя назвы населеных пунктаў (станавіліся тапонімамі). Калектыўнай мянушкай, утворанай ад назвы месца былога пражывання – *Ражджалаўка, Кругаўлянка, Драбавец, Чудзінка, Чучавец, Марачак, Кукавец*, а іншы раз больш шырока – *Поляк, Хахол, Ліцьвін*, – часта вызначалі тых, хто знаходзіўся за межамі краіны. Між іншым, утвораныя ад такіх этнонімаў-мянушак прозвішчы часта сустракаюцца на даволі значнай адлегласці ад той мясцовасці, назва якой стала іх асновай.

У беларускай антрапаніміцы існуе вялікая колькасць класіфікацый мянушак, у аснову якіх пакладзены розныя крытэрыі. Так, напрыклад, абапіраючыся на матэрыялы слоўніка старажытна-рускіх асабовых уласных імён М.М. Тупікова, А.М. Селішчаў паспрабаваў даць класіфікацыю імён па значэнні асновы, у выніку чаго ім вылучана 19 груп [8, с. 108-114]:

- 1) абставіны з'яўлення новага члена сям'і (знойдзены, падкінуты, узяты ў іншых). Выяўленне чакання і нечакання дзіцяці. Пачуцці бацькоў;
- 2) прафілактыка;
- 3) сямейныя адносіны;
- 4) знешні выгляд, фізічныя недахопы;
- 5) уласцівасці;
- 6) сацыяльнае і эканамічнае становішча;
- 7) прафесія, заняткі, пасада;
- 8) месца жыхарства;
- 9) царкоўныя адносіны і элементы;
- 10) кплівыя мянушкі;
- 11) жывёлы;
- 12) птушкі;
- 13) насякомыя;

- 14) рыбы;
- 15) расліны;
- 16) ежа;
- 17) імёны і мянушкі па розных прадметах;
- 18) татарскія імёны;
- 19) імя народа.

Большасць імён, прыведзеных у класіфікацыі, датуецца XIV – XVII стст., меншая частка XI – XIII стст. І хоць многія з іх адпавядаюць прыкладам X ст., упэўненасці няма, што менавіта такімі яны ўсе былі да X ст.

Даследчыкі А.У. Суслава і А. В. Супяранская вылучаюць наступныя дзевяць груп імён-празванняў [9, с. 42-43]:

- 1) лікавыя імёны;
- 2) імёны, дадзеныя па колеры валасоў і скуры;
- 3) імёны, дадзеныя па іншых знешніх прыметах – росце, асаблівасцях целаскладу;
- 4) імёны, якія прысвойваліся ў залежнасці ад характару і паводзін дзіцяці;
- 5) імёны, у якіх адзначалася пажаданасць ці непажаданасць з'яўлення дзіцяці ў сям'і і іншыя абставіны;
- 6) імёны, якія надаваліся па часе нараджэння дзіцяці;
- 7) імёны, што ўзыходзілі да старажытных павер'яў. Гэта “дрэнныя, благія” імёны, якія быццам бы здольныя адганяць злых духаў, хваробы, смерць;
- 8) імёны, па якіх можна даведацца пра суседзяў, з якімі жылі ўсходнія славяне;
- 9) імёны, звязаныя з жывёльным і раслінным светам.

Большасць з пералічаных у прыведзенай класіфікацыі імёнаў-празванняў уяўляюць сабою простыя імёны, што ўжываліся ў народным асяроддзі.

М.В. Бірыла адзначае, што ў якасці мянушак маглі выкарыстоўвацца практычна ўсе імёны. Аднак фактычна пераважала лексіка наступных семантычных груп [3, с. 67]:

- 1) назвы свойскіх жывёл;
- 2) назвы дзікіх звяроў і грызуноў;
- 3) назвы членістаногіх (насякомых), павукападобных;
- 4) назвы свойскіх птушак;
- 5) назвы дзікіх птушак;
- 6) назвы рыб;
- 7) назвы частак цела і покрыва цела чалавека і жывёл;
- 8) назвы хвароб, траўм, паталагічных адхіленняў;
- 9) назвы прылад працы, прадметаў бытавога ўжытку і іх частак;
- 10) назвы тыпаў паселішчаў, пабудоў, агароджаў і іх частак;
- 11) назвы адзення, абутку, галаўных убораў;
- 12) назвы прадуктаў харчавання, напояў;
- 13) назвы асоб па прафесіі ці занятку і інш.

Нягледзячы на адрозненні, якія існуюць паміж старажытнымі і сучаснымі мянушкамі, лексіка-семантычны склад апошніх блізкі да таго, што выкарыстоўваўся ў X ст.

Паводле дадзеных Н.І. Новік, у вёсцы Каплічы Калінкавіцкага раёна Гомельскай вобласці вылучаюцца наступныя тэматычныя групы мужчынскіх мянушак [6, с. 21]:

- 1) па росце і целаскладзе;
- 2) па рысах твару;
- 3) па памерах і форме галавы, наяўнасці валасоў і іх колеры;

- 4) па вопратцы, якую носяць мужчыны, па прычосцы і асаблівасцях хады;
- 5) па рысах характару;
- 6) па фізічных асаблівасцях, паталагічных адхіленнях;
- 7) па разумовых здольнасцях, адукацыі;
- 8) па адносінах да працы;
- 9) па характары заняткаў чалавека ў вольны час;
- 10) па назвах прадуктаў харчавання;
- 11) па сваяцкіх адносінах і становішчы ў сям'і.

Мянушкі вёскі Запруды Кобрынскага раёна сістэматызуюцца ў наступныя групы, у аснове семантыкі якіх:

- 1) нематываваныя назвы;
- 2) розныя формы хрысціянскіх імёнаў;
- 3) характарыстыка паводзін чалавека, яго звычак, фізічных асаблівасцей, рысаў характару, фізічных недахопаў, знешняга выгляду, сямейнага стану;
- 4) зневажальнае значэнне;
- 5) назва былога месца пражывання;
- 6) назва прадстаўнікоў жывёльнага свету;
- 7) прадметы паўсядзённага быту;
- 8) назва расліннага свету;
- 9) від / род заняткаў або прафесія;
- 10) прозвішча;
- 11) падабенства з вядомай асобай;
- 12) народнасць / нацыянальнасць.

Такім чынам, мянушкі ўжываюцца як яшчэ адно неафіцыйнае прозвішча да пэўнага канкрэтнага чалавека. Універсальнасць іх у тым, што яны не толькі канкрэтна называюць асобу, але і трапна характарызуюць яе па нейкай адметнай прыкмеце. Даследчыкі, сістэматызуючы мянушкі, падкрэсліваюць, што спецыфічнасць ужывання вулічных мянушак у параўнанні з літаратурнай мовай заключаецца ў тым, што ў народна-гутарковай мове яны выкарыстоўваюцца без удакладненняў і не спалучаюцца з тымі імёнамі, якія называюць. Вывучэннем антрапанімаў (уласных імёнаў людзей, імёнаў па бацьку, прозвішчаў, бытавых назваў, мянушак, псеўданімаў), іх паходжання, структуры, сацыяльнага функцыянавання і геаграфічнага пашырэння займаецца такі раздзел анамастыкі, як антрапаніміка (ад грэч. *anthropos* «чалавек» + *онума* «імя»). Антрапанімія — сукупнасць уласных імён [5, с. 16].

Спіс цытаваных крыніц

1. Бірыла, М.В. Беларуская антрапанімія: Структура ўласных мужчынскіх імён / М.В. Бірыла. – Мінск: Навука і тэхніка, 1982. – 320 с.
2. Бірыла, М.В. Беларуская антрапанімія: Прозвішчы, утвораныя ад апелятыўнай лексікі / М.В. Бірыла. – Мінск: Навука і тэхніка, 1969. – 508 с.
3. Бірыла, М. В. Беларуская антрапанімія: Уласныя імёны, імёны-мянушкі, імёны па бацьку, прозвішчы / М.В. Бірыла. – Мінск: Навука і тэхніка, 1966. – 328 с.
4. Дыялектны слоўнік Брэсчыны / Склад. М. Аляхновіч [і інш.]. – Мінск : Навука і тэхніка, 1989. – 294 с.
5. Мезенка, Г.М. Беларуская анамастыка: навуч. дапам. для студ. ун-таў / Г.М. Мезенка. – Мінск : Выш. школа, 1997. – 119 с.
6. Новік, Н.І. Матываваныя мужчынскія мянушкі / Н.І. Новік // Беларуская мова. – Вып. 20. – Мінск, 1993. – С. 20–26.
7. Слоўнік асабовых уласных імён / уклад. М.Р. Суднік; навук. рэд. А.А. Лукашанец. – 2-е выд., выпр. і дапрац. – Мінск : Бел. навука, 2005. – 176 с.
8. Селищев, А.М. Избранные труды / А.М. Селищев. – М., 1968. – 238 с.
9. Сулова, А.В. О русских именах / А.В. Сулова, А.В. Суперанская. – Л.: Лениздат, 1985. – 221 с.

ПАМЯТЬ НАРОДА – ПАМЯТЬ КАЖДОГО РОДА

Чем больше лет проходит со времени окончания Великой Отечественной войны, тем, казалось бы, крепче должно забываться всё, что с этой войной связано. Таково естественное свойство человеческой памяти. Между тем, День Победы 9 мая продолжает оставаться повсеместно отмечаемым и одним из самых почитаемых праздников. Уже почти не осталось не только живых участников сражений, но и живых свидетелей первого Дня Победы, а праздник живёт. Живёт потому, что любой народ нуждается в символах, в гражданских святынях, помогающих ему сохраниться как человеческая общность.

Образ войны является ключевым символом мужественности и в сознании человека находит свое воплощение в конкретных людях.

Актуальность выбора данной темы заключается в том, что в XXI веке следует свято хранить прошлое своей семьи, а через прошлое своей семьи хранить прошлое своей страны. Каков урок тех военных лет для страны, для каждой семьи? Почему мы обязаны помнить о той войне, хранить в памяти воспоминания своих героических предков? Память народа – это память каждого рода, это память о конкретных людях, которые внесли свой вклад в Победу и свободу нашей страны.

В данной статье мы представим путь через войну одного человека как иллюстрацию того, что Победа – это заслуга конкретных людей, как пример мужества в сложное время, как знак памяти, уважения и благодарности.

Яловой Александр Алексеевич (1925-1969) родился в Ростовской области Сальского района в поселке Новый Егорлык, учился в школе. Когда началась война, ему было 16 лет. В ряды Красной Армии был призван в 1943 году по достижении им 18-летнего возраста. Проходил службу в 1 роте 442 отдельного сапёрного батальона 248 стрелковой Одесской Краснознамённой дивизии. За годы Великой Отечественной войны с рядового дослужился до должности старшины.

О мужестве и героизме свидетельствуют только архивные документы, так как не сохранилось никаких воспоминаний. О его военных подвигах удалось узнать благодаря материалам рассекреченного архива, размещённого на сайте rodvignaroda.ru в Интернете (появился в полном открытом доступе в 2010 году) (далее – архив).

Из наградного листа медали «За Отвагу»:

«В ночь на 13 февраля 1944 года у села Малая Лепатиха Большого Лепатихинского района Запорожской области сержант Яловой на лодке действующий Советской Армии с одним сапёром, в условиях сильных волн и дождя, под артиллерийским огнём противника, работая двое суток без сна, переправил на правый берег реки Днепр 89 человек стрелков с вооружением и боеприпасами и двумя ручными пулемётами, чем способствовал удержанию плацдарма дивизией на правом берегу реки Днепр» [1].

Из наградного листа ордена «Славы III степени»:

«В ночь на 18 августа 1944 года в районе 2,0 км юго-западнее села Токмадзея Тираспольского района Молдавской ССР старшина Яловой А.А. под миномётным огнём противника проделал проход в минном поле, установленном нашими частями, сняв при этом 44 штуки противопехотных мин типа ПМД-6.

В ночь на 19 августа 1944 года в том же районе старшина Яловой А.А. под ружейно-пулемётным и миномётным огнём противника проделал проход в его противопехотном минном поле, сняв при этом 97 штук мин. Товарищ Яловой А.А. провел наступательную пехоту 902 стрелкового полка через эти проходы, а также набросал маты на проволочные препятствия противника для преодоления их пехотой, чем дал возможность беспрепятственно преодолеть заграждения противника перед его окопами нашей наступающей пехотой» [2].

Из наградного листа ордена «Красной Звезды»:

«Старшина Яловой А.А. за все время наступательных действий дивизии с 14 января 1945 года всегда своевременно обеспечивал свою роту боеприпасами, продовольствием, горячей пищей, неоднократно доставляя это под артиллерийско-минометным и пулеметным огнем противника и часто участвуя в выполнении боевых заданий.

В ночь на 15 января 1945 года старшина Яловой А.А. получил приказ произвести инженерную разведку реки Пилица. Действуя со взводом инженерной разведки, старшина Яловой А.А. под артиллерийско-минометным и пулемётным огнём противника разведал и провешил (авт.) ледяную переправу через реку Пилица в районе Бяла Гура Варшавского воеводства и пропустил через нее части дивизии, чем обеспечил захват плацдарма на западном берегу реки Пилица.

1 февраля 1945 года в районе Нойендорф старшина Яловой А.А., двигаясь со взводом сапёр впереди боевых порядков пехоты, достиг реки Одер и с группой сапер под артиллерийско-минометным и пулеметным огнем противника при непрерывных налетах вражеской авиации разведал и провешил (авт.) ледяную переправу через реку и пропустил через неё части нашей дивизии» [3].

Из наградного листа ордена «Красного Знамени»:

«Днём 30 апреля 1945 года на Кроненштрассе в районе Шенсберг города Берлин старшина Яловой А.А. с группой сапёр под сильным ружейно-пулеметным и артиллерийским огнём и под обстрелом с фауст-патронов, пробираясь по обломкам зданий, переползая по-пластунски открытые места, рискуя жизнью, подобрался к сильно укрепленному зданию противника, приспособленному под опорный пункт и в течение нескольких часов удерживавшего своим огнем наших пехотинцев прижатыми к земле, установил заряд взрывчатого вещества, произвёл взрыв огневым способом.

Сапёры первыми ворвались в дом, за ними в образовавшийся пролом ринулись пехотинцы.

Своими действиями старшина Яловой А.А. открыл путь наступающим частям» [4].

Так за свои многочисленные боевые заслуги старшина Яловой Александр Алексеевич был удостоен множества государственных наград:

- медали «За Отвагу» 20 марта 1944 года;
- ордена «Славы III степени» 28 августа 1944 года;
- ордена «Красной Звезды» 25 февраля 1945 года;
- медали «За победу над фашистской Германией» в мае 1945 года;
- медали «За взятие Берлина» в мае 1945 года;
- ордена «Красного Знамени» 31 мая 1945 года и множества других медалей.

Яловой А.А. дошёл до Берлина. По окончании войны поступил в Краснознамённую школу военных сообщений им. М.В. Фрунзе и продолжил военную карьеру. После окончания академии был направлен на службу в город Волковыск Гродненской области. В 1954 году участвовал в тактических учениях на Тоцком учебно-артиллерийском полигоне с испытанием ядерной бомбы. Военскую службу Александр Алексеевич закончил командиром части транспортных войск в звании подполковника в городе Гомеле.

В наше время сложно представить, что в 19 лет молодые люди, среди которых был Яловой Александр Алексеевич, совершали героические поступки, не жалея своих жизней на пути к Великой Победе. Ведь не зря говорят «Бой идет не ради славы...».

Людям всегда нужны победы. Ведь любая победа, будь то военная или гражданская, пусть даже самая маленькая, даёт человеку новую уверенность в своих силах и открывает перспективы, о которых до того он не осмеливался даже думать. Может быть, поэтому праздник Великой Победы воспринимается в наше смутное время даже более остро, чем два-три десятилетия назад.

Современный человек очень сильно увлечен своими потребностями. СМИ их постоянно расширяют и подогревают, и человек по своей слабости не может от них отказаться, остановиться, задуматься. Надо создавать защиту против этой агрессии путем нравственного и духовного воспитания в семье, в школе, в вузе. Сбор и систематизация архивного материала, воспоминаний о памятных событиях в истории каждого рода может стать мощным катализатором в деле воспитания молодого поколения.

Список цитированных источников

1. Наградной лист №: 10/н от: 20.03.1944 года, медали «За Отвагу» (podvignaroda.ru);
2. Наградной лист №: 23/н от: 28.08.1944 года, ордена «Славы III степени» (podvignaroda.ru);
3. Наградной лист №: 30/н от: 25.02.1945 года, ордена «Красной Звезды» (podvignaroda.ru);
4. Наградной лист №: 157/н от: 31.05.1945 года, ордена «Красного Знамени» (podvignaroda.ru);

УДК 347.7

Ярошевич Д.А., Козорез И.А.

Научный руководитель: старший преподаватель Ипатова О.В.

СПОСОБЫ ЗАЩИТЫ ДИЗАЙНА ТОВАРА: ПРАВОВОЙ АСПЕКТ

В условиях жесткой конкуренции и борьбы за потребителя дизайн продукта является ключевым моментом, так как внешний вид товара у потребителя ассоциируется с определённым качеством и производителем, т. е. борьба за потребителя в итоге сводится к защите дизайна, которая осуществляется на основании Закона Республики Беларусь «О товарных знаках и знаках обслуживания» (далее – Закон о товарных знаках) [1], Закона Республики Беларусь «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции» (далее – закон о товарных знаках) [2], Закона Республики Беларусь «О патентах на изобретения, полезные модели, промышленные образцы» (далее – Закон о патентах) [3], Закона Республики Беларусь «Об авторском праве и смежных правах» (далее – Закон об авторском праве) [4]. Дизайн товара производитель может защищать как произведение искусства с помощью авторского права, как промышленный образец, определяющий художественное и художественно-конструкторское решение, определяющее внешнего вида изделия (ч.1. п.1 ст. 4 Закона о патентах) и, получив патент, или как объемный товарный знак – обозначение, способствующее отличию товаров и (или) услуг одного лица от однородных товаров и (или) услуг других лиц. (ч.1.ст. 1 Закона о товарных знаках). А также есть возможность защиты дизайна с помощью института защиты от недобросовестной конкуренции. Последним способом

можно защищать не только зарегистрированные товарные знаки и запатентованные промышленные образцы, но и «незащищённый» дизайн товара в случае незаконного копирования внешнего вида товара другого хозяйствующего субъекта (пп.1.1. п.1 ст. 16 Закона о конкуренции).

Данная работа направлена на исследование способов защиты дизайна товара. Поскольку каждый способ имеет свои преимущества и недостатки, необходим был детальный анализ с целью выявления оптимального способа защиты дизайна товара производителей в существующих условиях жёсткой конкуренции и борьбы за потребителя.

Целью работы является характеристика и сравнение каждого способа защиты товара по различным критериям, выделение положительных и отрицательных моментов каждого способа. На основе сделанных выводов предложить наиболее оптимальный из предусмотренных законодательством Республики Беларусь способ защиты.

Объектом исследования являются акты законодательства Республики Беларусь, научная, научно-популярная и учебная литература, публикации периодических печатных и электронных изданий, определяющих правовое регулирование и содержащие теоретические разработки стратегий защиты прав на дизайн продукции субъектов хозяйствования. Данной теме свои исследования посвятили: В.И. Кудашов, А.П. Якимахо, С.А. Судариков, Н.Г. Грек, Э.П. Гаврилов, С.П. Гришаев, В.А. Дозорцев, И.А. Зенин, А.Д. Корчагин, Н.М. Кейзеров, А.П. Сергеев и другие [5,6].

Использовались как общенаучные методы: логические – анализ, синтез, индукция, дедукция, аналогия, абстрагирование, сравнение, так и структурно-функциональный метод, с помощью которого исследовались совокупность элементов объекта и особенности их взаимодействия – способов защиты дизайна товаров.

Новым будет подход к проблеме – сравнительный анализ всех предусмотренных законодательством Республики Беларусь способов защиты дизайна товара, что позволило выявить их ранее явно и четко не выделенные (не отмеченные) недостатки и преимущества, которые ослабляли или усиливали защиту дизайна товара.

Согласно статье 999 Гражданского Кодекса Республики Беларусь (далее – ГК) [7], в Республике Беларусь исключительное право на промышленный образец охраняется государством и удостоверяется патентом, право на товарный знак охраняется государством, на зарегистрированный товарный знак выдается свидетельство (п.2 ст.1018 ГК; ч. 3 ст.2 Закона о товарных знаках). Патент на промышленный образец, как и свидетельство на товарный знак, удостоверяют приоритет промышленного образца и товарного знака соответственно, исключительное право владельца – право использовать самому, разрешать или запрещать другим использовать данные объекты интеллектуальной собственности.

Регистрация товарного знака действует в течение 10 лет. Срок действия регистрации товарного знака может быть продлён неограниченное число раз по заявлению владельца, поданному в течение последнего года её действия, каждый раз на 10 лет (ст. 1020 ГК). Если владелец товарного знака не использует его по заявленному классу без уважительных причин непрерывно в течение любых трех лет после его регистрации, то любое заинтересованное лицо может отменить регистрацию данного товарного знака по этому классу (ч. 6 ст.20 ст. Закона о товарных знаках). Срок действия патента на промышленный образец ограничен – составляет 10 лет с возможным продлением этого срока, но не более чем на 5 лет (п.3 ч.1 ст.1002 ГК; ч. 4 п. 3 Закона о патентах).

Заявка на промышленный образец должна относиться к одному промышленному образцу или группе промышленных образцов, принадлежащих к одному классу Международной классификации промышленных образцов. А так-

же должна быть подана в патентный орган Республики Беларусь – Национальный центр интеллектуальной собственности, не позднее 6 месяцев с даты раскрытия информации (п.1 ст. 4 Закона Республики Беларусь «О патентах на изобретения, полезные модели, промышленные образцы»). При этом срок получения патента составляет на сегодняшний день в Республике Беларусь 2 месяца. Сроки подачи заявки на регистрацию дизайна товара (внешнего вида товара, его упаковки) в качестве объемного товарного знака не связаны требованиями закона. Однако срок регистрации намного длительнее, чем на промышленный образец – 1-3 года [8].

Если говорить о требованиях к объекту правовой охраны, то для промышленного образца важным является наличие абсолютной мировой новизны, что означает отсутствие информации и сведений о фактах использования, ставших общедоступными в мире до даты приоритета промышленного образца. Патент на промышленный образец даже в одной стране, который выдается лишь при наличии абсолютной мировой новизны, не позволит другому лицу когда-либо в любой стране получить патент на данный дизайн. Таким образом, конкуренты не смогут заблокировать возможность использовать дизайн самому патентообладателю данного промышленного образца. Оригинальность промышленного образца представляет собой отличающиеся от других изделий особенности внешнего вида, что обусловлено интеллектуальной деятельностью автора, в своей сути являющейся творческой.

При регистрации объемного товарного знака проверяется его новизна в пределах территории выдачи свидетельства. Отказ в регистрации трехмерного (объемного) обозначения может быть получен в случае, если его форма будет обусловлена функциональным назначением, то есть если заявленное обозначение не сможет индивидуализировать изготовителя товара.

В нашей стране не проводится патентная экспертиза (экспертиза по существу) на промышленный образец. Выдача патента происходит на основании предположения верности заявленных данных заявителя. В ходе проведения предварительной экспертизы заявки на промышленный образец проверяются лишь наличие необходимых документов, соблюдение установленных требований к ним и рассматривается вопрос о том, относится ли заявленное предложение к объектам, охраняемым в качестве промышленных образцов.

Территориальный принцип действия патента на промышленный образец предполагает, что для государства, которое предоставляет защиту, выдавая патент, значимо отсутствие выданных патентов и полученных заявок на промышленный образец лишь на своей территории. Поэтому такая позиция государства приводит к тому, что в законодательстве Республики Беларусь отсутствует требование к проведению экспертизы по существу.

При экспертизе на товарный знак устанавливается лишь локальная новизна, поэтому поиск проводится по базе данных Республики Беларусь с целью выявления уже зарегистрированного идентичного товарного знака. А затем проводится проверка изображения товарного знака (знака обслуживания) на его соответствие условиям регистрации.

Следует особо отметить, что обойти действие патента на промышленный образец в ряде случаев нарушителю не представляет труда, ведь в судебном заседании признаки, приведенные в перечне запатентованного промышленного образца, будут сравнивать с признаками контрафактного изделия. Нарушитель с большой вероятностью может выйти «сухим из воды», поскольку какой-то заявленный существенный признак запатентованного промышленного образца будет немного отличаться от использованного в контрафактном изделии. Поэтому при регистрации промышленного образца не указывают все признаки внешнего вида товара для более надежной защиты. В случае защиты дизайна товара свидетельством на объемный товарный знак незначитель-

ное изменение конкурентом дизайна все равно позволит признать обозначение сходным до степени смешения.

Объекты авторского права защищаются законом в силу своего создания, то есть для получения защиты не требуется выполнения каких-либо формальностей, связанных с выдачей государственного охранного документа. При этом авторское право защищает дизайн довольно длительное количество времени – годы жизни и 50 лет после смерти автора (ч.2 ст. 20 Закона об авторском праве).

В отношении объектов авторского права сложность проявляется в доказательстве авторства, а также признания дизайна произведением искусства. Такие критерии для произведения как новизна и оригинальность ни Закон об авторском праве, ни Бернская конвенция по охране литературных и художественных произведений [9] не устанавливает, однако такие требования к дизайну предъявляются исходя из судебной практики. Согласно ч.1 и ч. 2 ст. 6 Закона об авторском праве требуется только, чтобы объект был результатом творческой деятельности, независимо от назначения и достоинства произведений, а также способа их выражения, и имел объективную форму.

Защищать дизайн товара от недобросовестной конкуренции самый удобный способ по сравнению с такими способами, как защита авторским правом или патентным правом, или свидетельством на объемный товарный знак тем, что не требуется наличие патента, новизны или оригинальности. Однако, отсутствие охранного документа приведет к проблеме доказывания факта преждепользования. То есть бремя доказывания недобросовестности действий конкурента будет лежать на заявителе.

Иск о недобросовестной конкуренции может подать только субъект хозяйствования, в то время как иск о защите авторского права может подать не только субъект хозяйствования, но и физическое лицо – автор или иной правообладатель. Пошлина за рассмотрение искового заявления имущественного характера составляет 5 % заявленных требований, неимущественного характера – 50 базовых величин для юридических лиц и 20 базовых величин для физических лиц (п. 1 Приложения 15 Налогового кодекса Республики Беларусь) [10], а за рассмотрение исков неимущественного характера в экономических судах областей о пресечении действий, представляющих собой недобросовестную конкуренцию – 20 базовых величин для юридических лиц, для индивидуальных предпринимателей – 10 базовых величин (Приложение 16 НК). Размеры пошлин также играют решающую роль при выборе способа защиты.

При этом, иск о недобросовестной конкуренции – это универсальный способ защиты, поскольку его можно подавать независимо от того, зарегистрирован или нет товарный знак или запатентован ли данный промышленный образец. Достаточно лишь сходства до степени смешения с позиции потребителя.

Законодательство Республики Беларусь позволяет подавать иски о защите исключительного права на промышленный образец и объемный товарный знак, о защите авторского права на дизайн продукции, а также о недобросовестной конкуренции при копировании внешнего вида товара другими субъектами хозяйствования. В результате исследования было выявлено, что наилучшим способом защиты дизайна товара является защита свидетельством на объемный товарный знак в совокупности с защитой патентом на промышленный образец. При небольшой схожести дизайна товара конкурента с дизайном собственного товара, охраняемым полученным свидетельством на объемный товарный знак, защита свидетельством действует. Правовая охрана промышленного образца задается лишь в объеме указанных существенных признаков, изменив один из которых конкурент избегает ответственности. Но именно патент на промышленный образец блокирует возможность использования дизайна другими субъектами хозяйствования во всех странах мира, так как условие его получения – абсолютная мировая новизна. А это

дает возможность производства и сбыта своей продукции в любой стране мира без рисков запрета использования со стороны конкурентов собственного же дизайна в случае получения ими патента, в то время как экспертиза на объемный товарный знак устанавливает локальную новизну (в пределах территории страны выдачи охранного документа – свидетельства). Поэтому необходимость получения патента на промышленный образец определяется тем, проводится ли патентным органом страны получения патента патентная экспертиза по существу или самостоятельное патентное исследование. Но в любом случае патент действует до момента его аннулирования. А наличие охранных документов на промышленный образец и объемный товарный знак освобождает от необходимости доказывания авторства или признания дизайна продукции произведением в случае выбора защиты авторским правом или преждепользования в случае защиты от недобросовестной конкуренции.

Исследованные в данной работе способы защиты дизайна товара могут и применяются производителями, для которых задачей первоочередной важности является защита рынка сбыта своей продукции от недобросовестных действий конкурентов и сохранения деловой репутации. Поэтому выбор стратегии защиты дизайна продукции с использованием предусмотренных законодательством способов является ключевым моментом в решении вышеуказанных задач. Сделанные нами в результате исследования выводы помогут избежать убытков от недобросовестной конкуренции, в том числе судебных издержек, обеспечив надежную защиту дизайна товара – ключевой момент в конкурентной борьбе за потребителя.

Список цитированных источников

1. О товарных знаках и знаках обслуживания: Закон Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=C20901719> – Дата доступа: 10.03.2017.
2. О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции: Закон Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=h11300094> – Дата доступа: 22.03.2017.
3. О патентах на изобретения, полезные модели, промышленные образцы: Закон Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C21001824> – Дата доступа: 14.03.2017.
4. Об авторском праве и смежных правах: Закон Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://kodeksy-by.com/zakon_rb_ob_avtorskom_grave_i_smeznyh_pravah.htm – Дата доступа: 18.03.2017.
5. Кудашов, В.И. Интеллектуальная собственность: охрана и реализация прав, управление [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://st.vstu.by/files/1713/8279/7727/.pdf> – Дата доступа: 22.03.2017.
6. Управление интеллектуальной собственностью в Республике Беларусь / А.П. Якимахо, Г.Е. Ясников, И.А. Рудаков; под ред. Г.Е. Ясникова. – Минск: Дикта, 2011. – 318 с.
7. Гражданский Кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://kodeksy-by.com/grazhdanskij_kodeks_rb.htm – Дата доступа: 22.03.2017.
8. Положения о порядке регистрации товарного знака и знака обслуживания и о внесении изменений в некоторые постановления Совета Министров Республики Беларусь, утв. Пост. Совмина Республики Беларусь от 28 декабря 2009 г. № 1719 [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://etalonline.by/?type=text®num=C20901719#load_text_none_2_5 – Дата доступа: 22.03.2017.
9. Бернская конвенция по охране литературных и художественных произведений [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.wipo.int/wipolex/ru/details.jsp?id=12214> – Дата доступа: 20.03.2017.
10. Налоговый кодекс Республики Беларусь (Особенная часть) 29 декабря 2009 г. № 71-3 [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://etalonline.by/PrintText.aspx?regnum=Nk0900071&query_id=&date=none&show_history=0&type=text – Дата доступа: 23.03.2017.

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

Антонюк О.О., Романова Н.С. <i>Научный руководитель: к.э.н., доцент Омелянюк А.М.</i> ПРИМЕНЕНИЕ VSM-МЕТОДА ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ МЕБЕЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА	4
Баранчук Е.В., Лукьяненко И.А. <i>Научный руководитель: Добринец С.С.</i> ЭМБИЕНТ-МАРКЕТИНГ КАК АЛЬТЕРНАТИВА ТРАДИЦИОННЫМ МЕТОДАМ ПРОДВИЖЕНИЯ	7
Басалай М.Н. <i>Научный руководитель: доцент Обухова И.И.</i> МАКРОЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ СЭЗ И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ	11
Басалай М.Н. <i>Научный руководитель: доцент Обухова И.И.</i> РОССИЙСКИЙ ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ ОФШОРНОГО БИЗНЕСА	16
Беджанова А.А. <i>Научный руководитель: доцент Кивачук В.С.</i> ПРИРОДНЫЕ РЕСУРСЫ И ИХ ОЦЕНКА	20
Бердник К.О. <i>Научный руководитель: к.э.н., доцент Омелянюк А.М.</i> ДОКУМЕНТИРОВАНИЕ КАРТЫ ТЕКУЩЕГО СОСТОЯНИЯ - ПЕРВЫЙ ЭТАП КАРТОГРАФИРОВАНИЯ ПОТОКА СОЗДАНИЯ ЦЕННОСТИ	23
Борисик Е.В. <i>Научный руководитель: к.э.н., доцент Омелянюк А.М.</i> СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СЕТЕВОГО ОБРАЗОВАНИЯ НА ОСНОВЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ УЧАСТНИКОВ	27
Бруйло Я.С. <i>Научный руководитель: доцент Драган Т.М.</i> СТРУКТУРНЫЙ И ДИНАМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	29
Бруйло Я.С., Вакульчик Д.А. <i>Научный руководитель: ст. преподаватель Крамаренко А.К.</i> ИССЛЕДОВАНИЕ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ БЕЛАРУСИ (НА ПРИМЕРЕ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ)	32
Горба А.О. <i>Научный руководитель: ст. преподаватель Черноокая Е.В.</i> ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ СУЖДЕНИЕ БУХГАЛТЕРА	36
Горбачук Ю.Ю., Ничипорук Е.С., <i>Научный руководитель: к.э.н., доцент Четырбок Н.П.</i> ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ООО «БУГ-МАРКЕТ» НА РЫНКЕ ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ	40
Грико В.Ю.; Макаревич А.В. <i>Научный руководитель: старший преподаватель Кацер А.А.</i> ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	45
Диковицкая Д.В. <i>Научный руководитель: доцент Медведева Г.Б.</i> УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК В РАСПРЕДЕЛЕНИИ ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ БЕЛАРУСИ	47
Домнина Е.А., Купрысь А.Н. <i>Научный руководитель: ассистент Добринец С.С.</i> СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ В ФОРМИРОВАНИИ БРЕНДИНГА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	50
Жукович Н.Н. <i>Научный руководитель: доцент Мишкова М.П.</i> МЕТОДОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПРОЕКТАМИ SCRUM	54
Захарова А.А. <i>Научный руководитель: Четырбок Н.П., Скопец Г.Г.</i> ХАРАКТЕРИСТИКА ТРАНЗИТНОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	56
Ильич А.В. <i>Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г.</i> УПРАВЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТАМИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	59
Ильич А.В. <i>Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г.</i> ПРОБЛЕМЫ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ	63

Ильюк В.И. Научный руководитель: старший преподаватель Черноокая Е.В. ИНВЕСТИЦИИ В ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ.....	66
Кириллюк О.Ю. Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г. ВОЗМОЖНОСТЬ СОЗДАНИЯ НОВЫХ ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ ЖИЛЬЯ.....	68
Кириллюк О.Ю. Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г. СПОСОБЫ СОЗДАНИЯ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ ЖИЛЬЯ РАБОТНИКОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ	71
Ковальчук Т.А. Научный руководитель: к.э.н., доцент Кивачук В.С. АУТСОРСИНГ – НОВАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	74
Козлова С.А. Научный руководитель: старший преподаватель Черноокая Е.В. УЧЁТ ЗАТРАТ НА КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ.....	77
Коломийцева А.И. Научный руководитель: ассистент Добринец С.С. ЛАТЕРАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК АЛЬТЕРНАТИВНАЯ ИННОВАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ БЕЛОРУССКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	80
Коломийцева А.И. Научный руководитель: к.т.н., доцент Надеина Н.Г. ВЛИЯНИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ В ЦЕНООБРАЗОВАНИИ	84
Коломийцева А.И., Купрысь А.Н. Научный руководитель: старший преподаватель Скопец Г.Г. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МАЛОГО БИЗНЕСА БЕЛАРУСИ И ПОЛЬШИ.....	88
Купрысь А.Н. Научный руководитель: к.т.н., доцент Надеина Н.Г. ПСИХОЛОГИЯ ВЛИЯНИЯ ЦЕН НА ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЯ О ПОКУПКЕ	91
Курашик Н.Н. Научный руководитель: доцент Слапик Ю.Н. ПРОБЛЕМА ФРОДА С БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТЬЮ И БУХГАЛТЕРСКИЙ КОМПЛАЕНС	94
Курашик Н.Н. Научный руководитель: доцент Слапик Ю.Н. АУДИТОРСКИЕ ПРОЦЕДУРЫ ВЫЯВЛЕНИЯ УМЫШЛЕННОГО ИСКАЖЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ	98
Курович А.Н. Научный руководитель: доцент Потапова Н.В. ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ДОСТОВЕРНОСТИ И СУЩЕСТВЕННОСТИ ИНФОРМАЦИИ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ	102
Кучко К.В. Научный руководитель: старший преподаватель Вакулич Н.А. КОНЦЕПЦИЯ VMI - УПРАВЛЯЕМЫЕ ПОСТАВЩИКОМ ЗАПАСЫ.....	105
Кушнерук Ю.В. Научный руководитель: доцент Слапик Ю.Н. КРЕАТИВНЫЙ УЧЁТ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА УЧЁТНУЮ ПОЛИТИКУ ОРГАНИЗАЦИИ	110
Лазарчук И.М. Научный руководитель: доцент Козинец М.Т. АНАЛИЗ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БРЕСТСКОГО РЕГИОНА	114
Левонюк В.А. Научный руководитель: доцент Носко Н.В. СТРУКТУРА СТРОИТЕЛЬНЫХ ОБЪЕКТОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И ЕЁ СВЯЗЬ С ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬЮ ТРУДА	117
Левонюк В.А. Научный руководитель: доцент Носко Н.В. ФАКТОРЫ РОСТА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ.....	121
Лубник В.П. Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г. АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ВАЛЮТНОГО КУРСА ДЛЯ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ	125

Лубник В.П. Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г. МЕТОДИКА МОДЕЛИРОВАНИЯ ВАЛЮТНОГО КУРСА ДЛЯ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ.....	128
Мартынюк А.В. Научный руководитель: старший преподаватель Голец О.В. ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ БЕЛОРУССКИХ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В ПЕРИОД ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ.....	130
Мартынюк А.В. Научный руководитель: старший преподаватель Голец О.В. ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ И ПРОБЛЕМЫ ИХ ПРИВЛЕЧЕНИЯ В РБ.....	134
Мартынюк М.Э. Научный руководитель: к.т.н, профессор Радчук А.П. ПОВЫШЕНИЕ ПРИБЫЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	137
Мартынюк М.Э. Научный руководитель: к.т.н, профессор Радчук А.П. ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ БЕЛАРУСИ.....	140
Некрашевич Т.С. Научный руководитель: к.э.н., доцент Четырбок Н.П. РАЗРАБОТКА НАПРАВЛЕНИЙ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «СГЦ «ЗАПАДНЫЙ»	142
Никонюк А.А. Научный руководитель: доцент, Обуховская О.А. «ЗЕЛЁНАЯ ЭКОНОМИКА»: КОНЦЕПЦИИ И ПРЕДПОСЫЛКИ ЕЁ РАЗВИТИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ	147
Никонюк А.А. Научный руководитель: доцент, Обуховская О.А. «ЗЕЛЁНАЯ ЭКОНОМИКА»: ОПЫТ ЕЁ ВНЕДРЕНИЯ В ЕВРОСОЮЗЕ И БЕЛАРУСИ	150
Новикова А.В. Научный руководитель: к.э.н, доцент Граник И.М. АУТСОРСИНГОВАЯ БИЗНЕС-МОДЕЛЬ СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР.....	153
Пелля А.А., Замулко А.В. Научный руководитель: доцент Медведева Г.Б. М2М КАК БИЗНЕС-МОДЕЛЬ ЛОГИСТИКИ И ОЦЕНКА ЕЁ ЭФФЕКТИВНОСТИ.....	156
Пирог Е.В. Научный руководитель: старший преподаватель Кайдановская Т.В. НАПРАВЛЕНИЯ УЛУЧШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО ИМИДЖА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	159
Пищук И.Б. Научный руководитель: старший преподаватель Кайдановская Т.В. СИСТЕМА ИЗМЕРЕНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ	164
Романюк П.И. Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г. УПРАВЛЕНИЕ АКЦИОНЕРНОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	168
Романюк П.И. Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г. МЕТОДОЛОГИЯ РАСЧЕТА КОЭФФИЦИЕНТА АКЦИОНЕРНОГО ПРЕСТИЖА ПРЕДПРИЯТИЯ	171
Рохацевич К.О. Научный руководитель: доцент Зазерская В.В. МЕТОДЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКА ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ	174
Рохацевич К.О. Научный руководитель: доцент Зазерская В.В. РАЗВИТИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА	177
Свиржевская В.В. Научный руководитель: ассистент Вакульская Л.С. ИННОВАЦИИ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ БрГТУ).....	180
Скомороха Л.А. Научный руководитель: старший преподаватель Осипчук Н.В. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ДОБРОВОЛЬНОГО СТРАХОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ.....	184
Скомороха Л.А. Научный руководитель: старший преподаватель Осипчук Н.В. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ СТРАХОВОЙ КОМПАНИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ.....	186

Сташкевич Я.И., Пискур Ю.В. Научный руководитель: старший преподаватель Скопец Г.Г. ТРУДОВАЯ МИГРАЦИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	189
Струц А.И. Научный руководитель: старший преподаватель Кулакова Л.О. АНАЛИЗ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ ПОСРЕДСТВОМ НЕОФИЦИАЛЬНЫХ ИНДЕКСОВ: БИГМАК, ОЛИВЬЕ И ИВАНОВНА.....	193
Тюрина А.Э. Научный руководитель: доцент Ермакова Э.Э. ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	197
Чергейко М.Н. Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г. ЗНАЧЕНИЕ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ	202
Чернышева В.Ю. Научный руководитель: доцент Зазерская В.В. ОЦЕНКА ФАКТОРОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЖКХ	205
Чиж Е.Ю., Седляр А.В. Научный руководитель: к.э.н., доцент Четырбок Н.П. РОЛЬ СВОБОДНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЗОНЫ "БРЕСТ" ВО ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛЕ БРЕСТСКОГО РЕГИОНА	209
Шипук В.М. Научный руководитель: ст. преподаватель Томашева Е.В. УПРАВЛЕНИЕ ВОЗВРАТНЫМИ ПОТОКАМИ ТОВАРОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ	212
Ширковец О.В. Научный руководитель: доцент Медведева Г.Б. ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-КОММЕРЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ.....	214
Янукович О.В. Научный руководитель: старший преподаватель Сметюх А.В. РЕГИОНАЛЬНЫЕ КЛАСТЕРЫ КАК ОСНОВА ДЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА ТЕРРИТОРИИ	217
Ярошевич Д.А. Научный руководитель: доцент Кивачук В.С. ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КРАУДИНВЕСТИНГА	219
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ	
Баканович В.Е., Прокопович М.А. Научный руководитель: доцент Орлова Н.В. АНАЛИЗ СРАВНИТЕЛЬНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ МОЛОДЁЖИ НА ПРИМЕРЕ СТУДЕНТОВ БрГТУ ЗА 1972 И 2017 ГОДЫ.....	223
Куцко А.Е., Курохтин С.С. Научный руководитель: ст. преп. Речиц Е.В. О НЕКОТОРЫХ ПРАВОВЫХ АСПЕКТАХ ПОЛИТИКИ УЧРЕЖДЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ «БРЕСТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ» В СВЕТЕ ПРОБЛЕМ ГЕНДЕРНОГО НЕРАВЕСТВА	226
Лобанова Д.В. Научный руководитель: доцент Данилов Ю.Д. СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ	230
Носко О.П. Научный руководитель: кандидат исторических наук, ст. преподаватель Сушко В.В. ОСОБЕННОСТИ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ ВЛАСТНЫХ СТРУКТУР И РИМСКО-КАТОЛИЧЕСКОЙ ЦЕРКВИ НА ТЕРРИТОРИИ БРЕСТСКОГО РЕГИОНА В ПЕРИОД 1945 – 1965 ГГ.В КОНТЕКСТЕ СОВЕТСКОГО РЕЛИГИОЗНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА.....	234
Пашкова А.В., Чистова Я.А. Научный руководитель: ст. преподаватель Лешко Г.В. ВЛИЯНИЕ Wi-Fi ИЗЛУЧЕНИЯ НА ЧЕЛОВЕКА, ПРИРОДУ И ЖИВЫЕ ОРГАНИЗМЫ	239
Серада М.С. Навуковы кіраўнік: выклад. Капцова Ю.А. СТРУКТУРНА-СЕМАНТЫЧНАЯ КЛАСІФІКАЦЫЯ МЯНУШАК У ДЫАЛЕКТНАЙ МОВЕ	241
Яловой П.С., Яловая Ю.С. Научный руководитель: к.и.н., доцент Лисовская Т.В. ПАМЯТЬ НАРОДА – ПАМЯТЬ КАЖДОГО РОДА	245
Ярошевич Д.А., Козорез И.А. Научный руководитель: старший преподаватель Ипатова О.В. СПОСОБЫ ЗАЩИТЫ ДИЗАЙНА ТОВАРА: ПРАВОВОЙ АСПЕКТ	247

Научное издание

СБОРНИК КОНКУРСНЫХ НАУЧНЫХ РАБОТ СТУДЕНТОВ И МАГИСТРАНТОВ

Часть II

Ответственный за выпуск: **Рубанов В.С.**
Редактор: **Боровикова Е.А.**
Компьютерная вёрстка: **Соколюк А.П.**
Корректор: **Никитчик Е.В.**

ISBN 978-985-493-402-0



Издательство БрГТУ.

Свидетельство о государственной регистрации
издателя, изготовителя, распространителя
печатных изданий № 1/235 от 24.03.2014 г.

Подписано к печати 11.07.2017 г.

Формат 60×84 ¹/₁₆.

Бумага «Performer». Гарнитура «Arial».

Усл. п. л. 14,88. Уч.-изд. л. 16,0.

Тираж 30 экз. Заказ № 790.

Отпечатано на ризографе Учреждения
образования «Брестский государственный
технический университет»

224017, Брест, ул. Московская, 267.