

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

**СБОРНИК КОНКУРСНЫХ
НАУЧНЫХ РАБОТ
СТУДЕНТОВ И
МАГИСТРАНТОВ**

Часть II

Брест 2015

УДК 624;628;+338:339

Сборник конкурсных научных работ студентов и магистрантов.

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

В сборнике представлены статьи по проблемам строительства и архитектуры водохозяйственного строительства, информационных систем и машиностроения, отражающие результаты научных исследований и представленные на Республиканский конкурс научных работ студентов и магистрантов вузов Республики Беларусь.

Издаётся в 2 частях. Часть 2.

ISBN 978-985-493-334-4 (ч. II)

ISBN 978-985-493-332-0

Редакционная коллегия:

главный редактор: к.ф.-м.н., доцент Рубанов В.С.

зам. главного редактора: к.т.н., профессор Муравьёв Г.Л.

зам. главного редактора: к.т.н., профессор Шведовский П.В.

зам. главного редактора: к.э.н., доцент Кивачук В.С.

Члены редколлегии: к.т.н., доцент Кандыбо С.Н.

ст. преподаватель Войцехович Л.Ю.

доцент Шешко Н.Н.

к.т.н., доцент Монтик С.В.

ст. преподаватель Хомицкая Т.Г.

УДК 624;628;+338:33

ISBN 978-985-493-334-4 (ч. II)

ISBN 978-985-493-332-0

© Издательство БрГТУ, 2011

**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ
ИНВЕСТИРОВАНИЯ
И НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ**

УДК 693.22.004.18

Бабаян Л.С., Бондарева Е.В.

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

ВЛИЯНИЕ ВНЕШНЕГО ДОЛГА НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ СТРАНЫ

На сегодняшний момент у абсолютного большинства стран существует внешняя задолженность. Это обусловлено:

1. Наличием дефицит бюджета, т.е. превышением расходов бюджета над его доходами;

2. Платежами, которые необходимо проводить при пассивном платежном балансе;

3. Необходимостью в дополнительных денежных средствах для проведения экономических реформ и соответствующих им преобразований.

Внешний долг обычно состоит из следующих секторов:

1. Сектор государственного управления

2. Органы денежно-кредитного регулирования (Центральный банк)

3. Другие банки, за исключением Центрального банка

4. Прочие секторы, куда входят нефинансовые организации (субъекты, основной функцией которых является производство товаров и оказание нефинансовых услуг)

У внешнего заимствования присутствуют как отрицательные, так и положительные стороны. К отрицательным сторонам относятся обязательность возврата полученных средств; потеря странами финансово-экономической независимости; при нерациональном использовании заимствованных денег, экономическое состояние страны ухудшается. К положительным относится то, что эти средства являются источником покрытия дефицита государственного бюджета; при эффективном использовании заимствованных денег, улучшение состояние экономики и стимулирование работы предприятий; взаимодействие стран друг с другом.

Рассмотрев внешний долг различных государств, был составлен рейтинг стран по некоторым показателям (см. табл. 1).

Таблица 1 – Рейтинг стран по основным показателям внешнего долга

Место	Страна	Объем внешнего долга, млрд.\$	Место	Страна	Процент внешнего долга к объему ВВП, %	Место	Страна	Объем долга на душу населения, \$
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	США	17 171	1	Люксембург	6878	1	Люксембург	5636946
2	Великобритания	9959,9	2	Ирландия	1137	2	Ирландия	447777
3	Германия	5717	3	Исландия	699	3	Исландия	321411
4	Франция	5371	4	Либерия	606	4	Сингапур	210824
5	Япония	3017	5	Мальта	496	5	Швейцария	191527
6	Люксембург	2935	6	Кипр	437	6	Великобритания	157640

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9
7	Италия	2604	7	Швейцария	417	7	Гонконг	155918
8	Нидерланды	2504	8	Великобритания	396	8	Нидерланды	148365
9	Испания	2278	9	Нидерланды	360	9	Норвегия	139800
10	Ирландия	2164	10	Сан-Томе и Принсипи	349	10	Бельгия	136276
...				
19	Россия	599	42	США	98	12	США	53851
...				
64	Беларусь	40,6	78	Беларусь	55,4	42	Беларусь	4289
				
			104	Россия	36	44	Россия	4178

Проанализировав данные из табл. 1 можно сделать вывод, что по объему внешнего долга лидерами являются США, с внешним долгом в размере 17171 млрд долл., Великобритания – 9959,9 млрд. долл. и Германия – 5717 млрд. долл. По показателю процента внешнего долга к объему ВВП первое место в рейтинге занимает Люксембург – 6878%, затем следуют Ирландия – 1137% и Исландия – 699%. В свою очередь на душу населения в Люксембурге приходится 5636946 долл., в Ирландии – 447777 долл. и в Исландии – 321411 долл. На фоне этих данных Россия и Беларусь занимает относительно устойчивое положение.

Для более детального анализа влияния внешнего долга на страны, была рассмотрена связь внешнего долга и ВВП на примере двух крупнейших стран, России и США (см. рис 1).

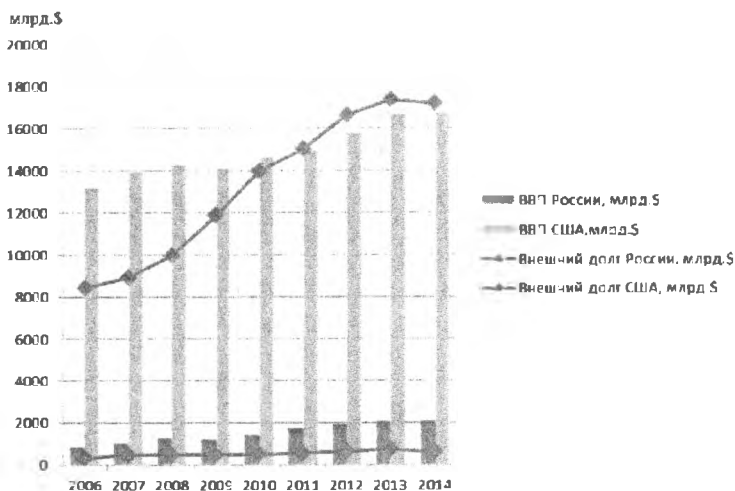


Рисунок 1 – Динамика изменения внешнего долга и ВВП России и США

Характерной тенденцией для России является сокращение внешнего долга за последние годы и увеличение объемов ВВП, это говорит о положительной тенденции, о возможности погашения внешнего долга за счет собственных средств.

У США также наблюдается тенденция к росту объемов ВВП, однако, вместе с этим, увеличивается сумма внешнего долга. Постоянная динамика вверх внешнего долга является весьма негативным показателем для экономики государства, такая динамика вынуждает государства брать новые кредиты для погашения долга.

На основании имеющихся данных о динамике ВВП и внешнего долга России и США были рассчитаны коэффициенты корреляции для данных стран, которые составили 0,915 и 0,932 соответственно. Эти коэффициенты являются положительными и это свидетельствует о том, что имеет место прямая зависимость между ВВП и внешним долгом, т.е. при увеличении внешнего долга увеличивается и ВВП. То, что данные показатели близки к единице, характеризует наличие сильной связи между данными показателями.

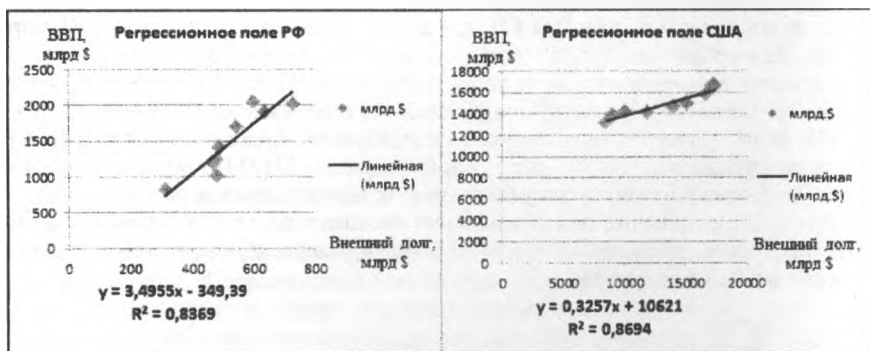


Рисунок 2 – Корреляционная зависимость внешнего долга и ВВП России и США

Коэффициент детерминации (R^2) представленный на рисунке 2 составляет 0,84 у России и 0,87 у США, эти значения близки к единице, что также говорит о наличии сильной взаимосвязи между внешним долгом и ВВП.

Если проанализировать сферы распределения внешнего долга, то можно отметить тот факт, что в России большая часть долг приходится на частный сектор, а в США на государственный. Это можно объяснить с точки зрения применяемой политики внутри страны, так Россия выступает за ограничение в большей степени государственного регулирования экономики, упор делается на развитие малого бизнеса, в то время, как в США поддерживает политику вмешательства государства в экономическую сферу страны, основной упор делается на развитие наукоемкого бизнеса, что может частично оправдывать наличие большого внешнего долга.

При анализе внешнего долга необходимо также учитывать динамику изменения его составляющих, например государственного долга (см. рис. 2).

На рисунке 2 можно видеть, что начиная с 2004 года золотовалютный резерв России полностью покрывает государственный долг. В то время как в США наблюдается недостаточность золотовалютных резервов в сравнении с государственным долгом.

Иная ситуация складывается в Республике Беларусь (см. рис. 3). Рассматривая ситуацию в Республике Беларусь, можно заметить, что ВВП находится на критическом уровне. В 2014 году процентное отношение внешнего долга к ВВП составило 52%.

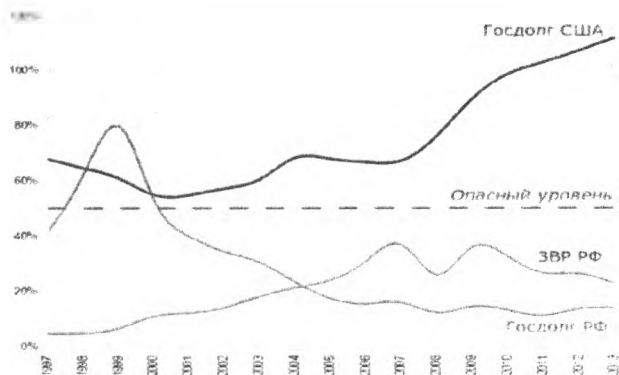


Рисунок 2 – Сравнение уровней государственного долга России и США, в процентах от ВВП

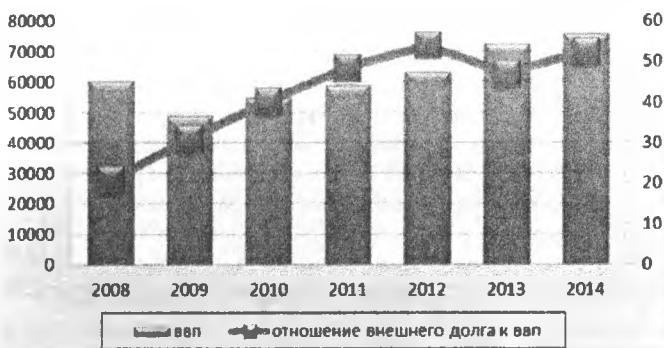


Рисунок 3 – Взаимосвязь внешнего долга и ВВП в Беларуси

За последние 5 лет в структуре внешнего долга произошли следующие изменения: долг государства и центрального банка увеличился, причем доля государственного долга значительно возросла, а доля остальных секторов снизилась. На сегодняшний момент доля государственного долга составляет 34%, центрального банка – 6%, другие банки, за исключением ЦБ – 19% и другие секторы – 41%.

В зависимости от срока погашения, внешний долг можно разделить на долгосрочный и краткосрочный. В Республике Беларусь, начиная с 2009 г., рост долгосрочного долга превысил рост краткосрочного. Это говорит о положительной динамике, наличие долгосрочного кредита более привлекательно для страны, так как срок погашения такой задолженности больше.

УДК 338.050

Бартош Е.А.

Научный руководитель: доцент Зазерская В.В.

РАЗВИТИЕ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ВНЕШНЕГО ДОЛГА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Государственные долговые обязательства традиционно используются правительствами многих стран для финансирования бюджетного дефицита, обеспечения долгосрочными материальными ресурсами крупных инвестиционных проектов национального масштаба, а также для создания на внутреннем финансовом рынке ориентира – долговых ценных бумаг с максимальным уровнем надежности. Учитывая значимость государственных долговых обязательств, актуальной задачей правительства становится эффективное управление долговым портфелем [1].

Объектом исследования является внешний государственный долг как финансовая категория. Предмет – управление государственным долгом. Цель работы на основе изучения внешнего государственного долга в финансовой системе государства осветить проблемы и пути совершенствования управления государственным долгом в Республике Беларусь.

Для выполнения цели необходимо провести анализ роли внешнего государственного долга с учетом реализации его функций, исследовать методы и способы управления государственным долгом, а также осветить проблемы управления внешним долгом в Республике Беларусь на современном этапе.

Внешний долг – это двусторонние кредиты от правительств других стран, центральных банков, государственных экспортно-импортных банков, международных и региональных экономических и финансово-кредитных организаций и институтов; это суммарная задолженность страны иностранными гражданами, другими государствам и международным финансовым организациям. Т.е. внешний долг есть результат заимствований за пределами государства.

В основе управления государственным долгом лежат определенные принципы [2]:

— безусловность – обеспечение точного и своевременного выполнения обязательств государства перед инвесторами и кредиторами без выставления дополнительных условий;

— единство учета – учет в процессе управления государственным долгом всех видов ценных бумаг, эмитированных органами государственной власти;

— согласованность – обеспечение максимально возможной гармонизации интересов кредиторов и государства-заемщика;

— снижение рисков – выполнение всех необходимых действий, позволяющих снизить как риски кредитора, так и риски инвестора;

— оптимальность – создание такой структуры государственных займов, чтобы выполнение обязательств по ним было сопряжено с минимальными затратами и минимальным риском, а также оказывало наименьшее отрицательное влияние на экономику страны;

— гласность – предоставление достоверной, своевременной и полной информации о параметрах займов всем заинтересованным в ней пользователям.

Внешняя задолженность включает в себя различные виды долга, которые классифицируются по различным признакам [3]:

— по типу заемщиков – государственный долг; долг, гарантированный государством; частный (негосударственная часть внешнего долга);

— по сроку погашения – долгосрочные обязательства (со сроком погашения более 1 года), краткосрочные (срок погашения до года);

— по типу кредитора – официальный долг(обязательства перед международными организациями и двухсторонние обязательства перед другими государствами), частные долговые обязательства(долг коммерческим банкам, облигации, прочий долг).

Рассмотрим показатели анализа внешнего долга. Коэффициент "Внешний долг/ВВП" позволяет оценить уровень долговой нагрузки на экономику страны. Данный коэффициент не должен превышать установленного предельного норматива (55%). Это ключевой показатель. Для РБ с 2011 года он превышает пороговое значение, к 2016 году прогноз составляет 80%. Это говорит об угрозе устойчивости внешнего долга.

Коэффициент "Внешний долг/Экспорт". Для РБ с 2011 г. по 2014 г. он не превышает пороговое значение и на 2014 г. составляет 100%, таким образом, у страны есть возможность погасить его накопленный объём. Данный показатель имеет отличительную особенность: при превышении критической отметки до 275% может частично или полностью списываться внешний долг страны.

Под управлением государственным долгом понимается совокупность действий государства в лице его уполномоченных органов по регулированию величины, структуры и стоимости обслуживания государственного долга.

Целью управления государственным долгом является нахождение оптимального соотношения между потребностями государства в дополнительных финансовых ресурсах и затратами по их привлечению, обслуживанию и погашению.

К основным недостаткам сложившейся системы управления долгом в Республике Беларусь можно отнести:

- отсутствие законодательной базы Республики Беларусь, определяющей сферу совокупного внешнего долга. Не обозначены пределы полномочий соответствующих органов Правительства в этой области.

- не сформирована единая система учета долговых обязательств, предполагающая наличие единой учетной методологии, интегрированной базы данных и учетного центра. На практике это означает невозможность оперативного получения достоверных сведений о состоянии валового внешнего долга и в конечном итоге является одним из факторов, снижающих качество управленческих решений;

- по сути, не сформирована система анализа и учета долговых рисков, что повышает вероятность возникновения кризисной ситуации;

- механизмы управления долгом не позволяют в должной мере обеспечить предупреждение возможных финансовых кризисов;

- не отработана система долгосрочной взаимосвязи политики управления внешним долгом с денежно-кредитной и бюджетно-налоговой политикой;

На основании вышесказанного, нами систематизированы и представлены источники погашения и обслуживания внешнего государственного долга Беларуси в 2015 г. по возможности их получения:

1) Экспортные пошлины на нефтепродукты – вероятность высокая. Прогнозная сумма поступлений вывозных пошлин на нефтепродукты в 2015 г. составит 1,5 млрд. долл.

2) Экспортные пошлины на сырую нефть – вероятность высокая. Минфин Беларуси оценивает поступления вывозных пошлин на нефть в следующем году в размере 582 млн. долл.

3) Размещение новых выпусков валютных гособлигаций – вероятность высокая. В частности, правительство заинтересовано в том, чтобы банки направляли иностранную валюту, высвобождаемую в ходе погашения сделок по обмену депозитами между Национальным Банком и банками, на покупку валютных гособлигаций.

4) Размещение нового выпуска суверенных еврооблигаций – вероятность средняя. Объем эмиссии бумаг может составить около 800 млн. долл. В ходе нового размещения бумаг правительство может привлечь средства на более выгодных условиях по сравнению с предыдущими двумя выпусками суверенных еврооблигаций.

5) Приватизация государственных активов – вероятность средняя. В следующем году могут быть проданы отдельные государственные активы, однако о масштабной приватизации госсобственности речь не идет.

6) Кредит Антикризисного фонда ЕврАзЭС в рамках новой программы – вероятность средняя. В следующем году стороны могут начать обсуждение условий второй программы с целью поддержки реализации структурных реформ в Беларуси.

7) Кредит МВФ в рамках второй совместной программы – вероятность низкая. В апреле 2015 г. Беларусь завершит погашение текущего кредита МВФ, и не будет привлекать новый кредит у фонда, по крайней мере, до выборов президента в следующем году.

В целом правительство Беларуси в настоящее время погашает и обслуживает долговые обязательства своевременно и в полном объеме.

Список цитированных источников

1. Глеб Шиманович, Роберт Кирхнер Аналитическая записка [РР/04/2011]. Устойчивость внешнего долга Беларуси: анализ и рекомендации / Глеб Шиманович, Роберт Кирхнер.: Исследовательский центр ИПМ Немецкая экономическая группа.

2. Концепция управления валовым внешним долгом Республики Беларусь, утвержденная постановлением Совета Министров Республики Беларусь и Национального банка РБ от 06.05.2011 №574/12 [Электронный ресурс]: Совет Министров Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.government.by/ru/content/3800> – Дата доступа: 18.11.2014.

3. Методологические пояснения к внешнему долгу РБ [Электронный ресурс]: Национальный банк РБ. – Режим доступа: <http://nbrb.by/statistics/ExternalDebt/Comment/> – Дата доступа: 18.11.2014.

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ МИКРОЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ЭЛЕМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Одним из важных факторов достижения гармоничного и эффективного функционирования процессов на предприятии является наличие тесной взаимосвязи всех звеньев логистической системы, и непосредственно взаимодействие подразделений предприятия с логистикой управления. Деятельность логистики по оптимизации материальных потоков становится нецелесообразной без наличия гармоничных и продуктивных рабочих отношений между функциональными подразделениями. Внедрение концепции Just in Time предполагает быструю и своевременную реакцию на изменяющуюся среду (колебания спроса и предложения) каждого отдела организации с целью удовлетворения потребностей заказчика.

В основе успешного функционирования предприятия лежит тесная взаимосвязь отдела маркетинга с логистикой управления. Маркетинг и логистика являются частями единого процесса – процесса удовлетворения запросов потребителей. Маркетинг формирует и определяет возникший спрос, а логистика обеспечивает продвижение товарного потока к потребителю.

Одной из важнейших функций логистики является эффективная организация материально-технического обеспечения потребителей. В условиях "рынка покупателя" к данному процессу со стороны потребителей предъявляются высокие требования, которые заключаются не только в стремлении удовлетворить потребности производства в материально-технических ресурсах, но и в получении удобного логистического сервиса при минимальном уровне затрат (рис. 1). Чтобы в полной мере выполнить эти требования и удовлетворить потребителей, необходима активная маркетинговая деятельность [1].



Рисунок 1 – Взаимодействие маркетинга и логистики

Задача службы маркетинга на предприятии заключается в том, чтобы держать курс на потребителя, постоянно следить за тем, что ему нужно, изучать новые технологии и новые материалы, появляющиеся на рынке ресурсов, а

также следить за деятельностью конкурентов, определять слабые и сильные их стороны, исходя из этого определять направление совершенствования своей деятельности, доводить эту информацию до всех других подразделений предприятия. Таким образом, разработчики получают от маркетинговых служб информацию о развитии продукта, о том, в каком направлении нужно совершенствовать выпускаемую продукцию и какую новую разработать. Логистика же обязана, исходя из полученной информации, довести в определенный срок продукт необходимому потребителю в соответствии с предъявляемыми требованиями. Ориентация на потребителя является одним из ключевых аспектов деятельности логистической концепции точно в срок. А качество выполнения операций, новизна выпускаемой продукции, актуальность ее на рынке, своевременность выполнения заказа входит в обязанности отдела маркетинга [2].

Для производственного предприятия существенную роль играет взаимодействие логистики и отдела планирования производства. Данная взаимосвязь заключается в том, что производство напрямую зависит от своевременной доставки необходимого сырья и материалов на рабочее место, в нужном количестве. Следовательно, служба логистики, а точнее действующая логистическая система, которая организует и контролирует прохождение материального потока, должна принимать участие в планировании производства и непосредственно принятии решений о запуске продукции в производство, так как обеспечение производственного отдела необходимыми ресурсами, требуемого количества и качества является одной из функций микрологистической системы [3].

Кроме взаимодействия логистики и производства в рамках снабжения, логистика напрямую взаимодействует с процессами сбыта готовой продукции. Управляя материальными потоками в процессе реализации товаров, имея актуальную и полезную информацию о рынке сбыта от отделов маркетинга, логистическая система должна также участвовать в составлении производственных графиков выпуска готовой продукции, с целью избежание дефицитов или же профицитов продукции на складах [3].

Доставка сырья и материалов на предприятие, перемещение незавершенной продукции между рабочими участками, является необходимой функцией логистического управления. При нарушении данной функции в области взаимодействия производства и логистики из-за несогласованности подразделений результатом является увеличение запасов на разных участках производства, а также создание дополнительных нагрузок на оборудование.

Любой деятельности на производственном предприятии по управлению материальными потоками сопутствуют также большие расходы. Следовательно, применение микрологистических систем для оптимизации бизнес-процессов требует тесной связи с деятельностью отдела финансов (рис. 2).

Например, определяя оптимальные объемы запасов, количество закупаемых ресурсов в соответствии с производственным графиком, должна ориентироваться не только на экономическую выгоду данных процессов, но и на реальные финансовые возможности предприятия. Совместное решение отделов логистики и финансирования ведутся при закупке необходимого и высококачественного оборудования, необходимого для эффективного функционирования логистических процессов. Функция учета и контроля транспортных и складских затрат также ведется двумя отделами.



Рисунок 2 – Финансовые потоки

Немало важно достижение высокоорганизованного персонала на предприятии с целью достижения поставленных стратегических целей. Создание квалифицированных, высокомотивированных сотрудников есть ключевая функция в тандеме логистика и менеджмента. Принятие правильных решений, достижение лидирующих позиций на рынке, эффективное осуществление политики достижения целей, а также выбор стратегического направления развития предприятия возможно только при условии, если все операции качественного выполняются персоналом. Зачастую, корнем некоторых провалов, или можно сказать сбоев в логистической системе, является не сам процесс производства, транспортировки, большие издержки, отсутствие рынка сбыта или же слабое технологическое оснащение, а неправильно построенная система управления персоналом на всей логистической цепи. Исходя из данных требований, предъявляемых к персоналу, существует необходимость поднимать знания в технологии производства, складской и транспортной логистики, информационных компьютерных систем, экономических основ. Подготовка персонала- основная область взаимодействия логистики, а именно каждого участника производственного процесса, с отделом маркетинга и является неотъемлемой частью процесса оптимизации производства с помощью внедренного микрологистической системы. Наиболее эффективные и результативные концепции, например, система точно в срок, требует высокой подготовки сотрудников.

Внедрение микрологистической системы на предприятии требует высокого технологического развития. С целью достижения необходимого уровня на предприятии должна быть налажена система отношений логистики с инвестиционным менеджментом. Инвестируя в данную сферу, то есть в производственные мощности, новые технологии производства, логистическая система должна гибко и своевременно реагировать на изменения в закупочной логистике, изменениях внутрипроизводственный логистических операциях, в связи с усовершенствованием технологий.

Деятельность предприятия является сложным организационным процессом. Для достижения высокого уровня конкурентоспособности предприятия тре-

будет максимально эффективным и рациональным использованием внедренной микрологистической системы. Эффективное использование концепции точно в срок подразумевает оптимизацию процессов на каждом рабочем участке движения товара, устранение возможных потерь, оказывающих негативное влияние на предприятие, а также налаженную систему организации управления между отделами.

Список цитированных источников

1. Бердник, К.О. // Взаимосвязь логистических и маркетинговых процессов на предприятии / К.О. Бердник // Сб. конкурсных науч. Работ студентов и магистрантов/ Брест. гос. техн. ун-т. – Брест, 2014. – С.178-181.
2. Бердник, К.О. // Оптимизация бизнес-процессов с точки зрения логистики и маркетинга / К.О. Бердник // Сб. конкурсных науч. Работ студентов и магистрантов / Брест. гос. техн. ун-т. – Брест, 2014. – С.175-178.
3. Положение об отделе логистики [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа <http://kadrovik.by/topic/15559/>. – Дата доступа: 03.05.2015.

УДК 658.512

Бердник К.О.

Научный руководитель: Омельянюк А.М.

МЕХАНИЗМ ВНЕДРЕНИЯ МИКРОЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ НА ПРЕДПРИЯТИЕ

Повысить эффективность и качество выполнения ключевых бизнес-процессов, оптимизировать движение материальных потоков, создать единую систему организации- результативное решение данных задач на сегодняшний день невозможно осуществить без использования современных микрологистических систем. Однако, с целью максимально эффективного функционирования предприятия, как единого целого, при внедрении микрологистической системы, следует учитывать особенности предприятия, его уровень развития в сфере логистики, а также конкурентную среду.

Правильный выбор микрологистической системы на прямую зависит от эффективности функционирования производственного предприятия. При выборе микрологистической системы следует отталкиваться от результатов анализа деятельности предприятия и учитывать стратегию и цели своей компании. Как правило, такой выбор состоит из нескольких этапов (рис. 1).

Первый этап зависит от уровня развития логистики в данной стране, и конкретно на предприятии. Исторически сложились четыре фундаментальные парадигмы логистики: аналитическая, технологическая, маркетинговая, интегральная. Каждая из парадигм означает уровень логистического развития предприятия, которому соответствуют свои критерии (рис. 2) [1].

Аналитическая парадигма не способна координировать и структурировать все процессы проходящие на предприятии, в условиях развития современных технологий.

Технологическая парадигма, не способна приспособиться к изменяющимся условиям бизнеса. К ней относятся такие системы, как MRP (Material Requirements Planning – Планирование материальных потребностей), MRPII (Manufac-

Manufacturing Resource Planning – Планирование Производственных Ресурсов), ERP (Enterprise Resource Planning – Планирование ресурсов предприятия) [2].



Рисунок 1 – Этапы выбора микрологистической системы



Рисунок 2 – Этапы развития логистических парадигм

Применение маркетинговой парадигмы хотя и позволяет получить отдельные оптимальные решения, связанные с изучением рынка потребителей и конкурентов, однако она не способна отразить все звенья и взаимосвязи производственного процесса. Данная парадигма не учитывает большую часть затрат предприятия, не связанных с производственным процессом. К данной парадигме относится система ERP II (Enterprise Resource Planning II – Планирование ресурсов предприятия II).

Сущность интегральной парадигмы заключается в рассмотрении логистики как некоего инструмента организации, взаимосвязи различных функций, связанных материальным потоком, для достижения целей бизнеса. Примером таких функций являются JIT (Jist-in-time – точно в срок), Lean production («стройное/тощее» производство) [3].

После анализа существующей логистической среды, необходимо сопоставить имеющиеся возможности и перспективы развития с желаемым уровнем интеграции, в соответствии с выбранной стратегией предприятия.

Третий этап выбора микрологистической системы ориентирован на определении слабых и сильных сторон предприятия, а также уровня готовности организации к изменению структуры управления. Для этого требуется выделить группы показателей, по которым будет осуществляться анализ предприятия, например уровень подготовки специалистов, уровень информационного и технического обеспечения. С целью систематизации полученных результатов, необходимо ранжировать группы показателей по значимости и сопоставить с полученными коэффициентами, отражающие уровень подготовки предприятия к внедрению микрологистической системы (табл. 1).

Таблица 1 – Характеристика оценки деятельности предприятия и ее соответствие микрологистической концепции

Шкала оценок	Характеристика оценки
0-0,10	Полностью неприемлемый уровень
0,10-0,30	Неприемлемый уровень. Возможно внедрение локальных систем, с применением экономико-математических методов
0,30-0,40	Низкий уровень, граничащий с неприемлемым. Характеризует готовность предприятия к внедрению MRP
0,40-0,60	Недостаточно хороший, но все же приемлемый уровень. Характеризует готовность предприятия к внедрению MRP II, ERP
0,60-0,80	Хороший и приемлемый уровень, обеспечивающий оптимальный коммерческий уровень. Готовность предприятия к внедрению ERP II
0,80-1,00	Наилучший и приемлемый уровень, превосходящий оптимальный коммерческий уровень. Готовность к внедрению системы JIT
1,00	Максимальный уровень

На основе полученной информации определяется уровень подготовки предприятия к изменениям организационной и управленческой структуры фирмы. В случае получения неожиданных, низких результатов, следует выявить причину, препятствующую развитию производственной логистики на данном предприятии. И возможно не торопиться внедрить одну из микрологистических систем, чтобы не получить отрицательных результатов.

Последний этап процесса выбора посвящен систематизации уже имеющихся данных, учитывая при этом:

- направление развития предприятия;
- результаты анализа подготовки предприятия;
- уровень развития логистической деятельности в стране;
- систему управления в соответствии с типом микрологистической системы («толкающая» или «тянущая»).

Однако существует вероятность допущения погрешностей в выборе микрологистической системы. Зачастую данные ошибки могут отразиться не только на эффективности функционирования процессов, а также могут привести к упадку.

На сегодняшний день, большинство Белорусских организаций предпринимают попытки внедрения более совершенствованных логистических систем, не учитывая при этом уровень и готовность развития логистики на территории данной страны.

Одни воспринимают внедрение логистики предприятий как модное явление в организации производства, с целью повышения имиджа, и возможно конкурентоспособности своего предприятия. Цель внедрения при этом отсутствует. В результате получается бессмысленный процесс. А учитывая затраты на внедрение данной системы управление и приведение ее в состояния полного функционирования эффект можно считать нулевым.

Другие пытаются внедрить системы, относящиеся к высокому уровню интеграции, к которым еще не готовы. Чтобы достичь положительного эффекта от функционирования микрологистической системы необходимо постоянно повышать уровень координации между подразделениями, совершенствовать технологии, информационную базу, создавать долгосрочные, надежные связи. Как показывает отечественный опыт, в нашей стране руководители фирм склонны к применению радикальных, шоковых мер, которые в данном случае являются не целесообразными.

Третьи, ориентированные на внедрение концепции более высокого уровня интегрирования полагают ограничиться совершенствованием только производственной сферы предприятия. Однако в современных условиях и постоянно растущей конкуренции это практически невозможно. Производство ради производства сегодня бессмысленно. В данном случае целевая функция предприятия заключается в одновременном достижении целей структурных подразделений предприятия (коммерческих, производственных, финансовых).

Данные ошибки могут привести к проблемам организации и управления предприятия, на границах взаимодействия движущихся потоков (материальных, информационных, финансовых). И только тот, кто разумно подходит к выбору системы, способен добиться положительного эффекта от деятельности логистики на предприятии. Ведь организация эффективной микрологистической системы позволяет максимально приблизить продукцию предприятия к потребителю за счет предоставления ему возможности получения нужного товара необходимого качества в нужном месте, в нужное время, в нужном количестве и с минимальными затратами.

Список цитированных источников

1. Парадигмы логистики [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://cargo-link.ru/ls/blog/781.html>. – Дата доступа: 29.04.2015.
2. Четыре парадигмы логистики [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://rutransit.com/entry/chetyre-paradigmy-logistiki.html>. – Дата доступа: 01.05.2015.
3. Эволюция уровней развития и концепций логистики [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://www.irbis.vegu.ru/repos/4722/HTM/L4.htm>. – Дата доступа: 01.05.2015.

УДК 693.22.004.18

Бокша А.А., Кот Я.В.

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

ЕВРАЗИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ СОЮЗ И ЕС – ПЕРСПЕКТИВЫ ВЗАИМНОЙ ИНТЕГРАЦИИ

Интеграционные процессы уже стали неотъемлемой частью мировой экономики и международных отношений. Масштабные интеграционные процессы начались во второй половине XX века. Наиболее значимыми на мировой арене сегодня являются следующие группировки: ЕС, НАФТА и АТЭС. Для отображения веса интеграционных объединений на мировой арене целесообразно проанализировать их по показателю ВВП (см. рис. 1)

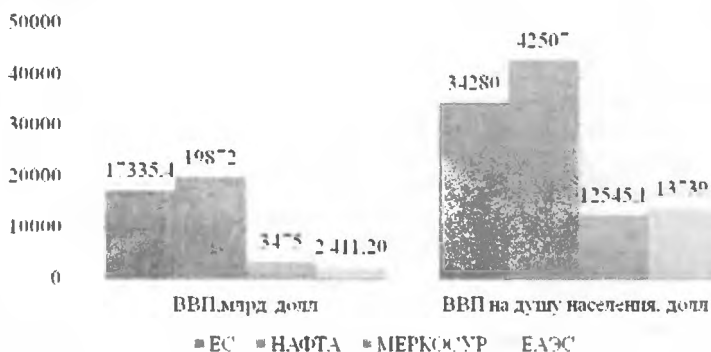


Рисунок 1 – Показатели ВВП ведущих интеграционных объединений мира в 2014 г

Из данной диаграммы видно, что по совокупному показателю ВВП ЕС (28 членов) близко к объединению НАФТА (США, Канада, Мексика), а также по ВВП на душу населения ЕС сопоставимо с НАФТА. В среднем в ЕС на душу населения приходится 34 тыс. долл., а в НАФТА 42 тыс. долл., в то время как МЕРКОСУР (Аргентина, Бразилия, Парагвай, Уругвай) и ЕАЭС значительно меньше, около 12-13 тыс. долл. Таким образом, ЕС и НАФТА сопоставимы по объему ВВП, по численности населения, по количеству участников, в то время как ЕАЭС сопоставим с МЕРКОСУР по тем же показателям. Однако, по степени интеграции стран участниц, к ЕАЭС ближе всего ЕС. Это обусловлено отсутствием таможенных барьеров, свободой перемещения трудовых ресурсов, общей политикой в отношении третьих стран и постановкой задачи – разработки общей валютной системы. При этом стоит обозначить существенные взаимные связи между ЕС и ЕАЭС. Об этом свидетельствует взаимное отрицательное влияние санкций 2014 года, а также ряд экономических характеристик, которые будут рассмотрены ниже.

Также о взаимных связях и взаимном перспективном сотрудничестве свидетельствует высокий удельный вес миграции рабочей силы из ЕАЭС в Европейские страны, достаточно высокий объем инвестиций в экономику ЕАЭС и взаимное инвестирование. Существует множество программ по обмену студента-

ми и преподавателями между университетами стран ЕС и ЕАЭС, такие как Эразмус, DAAD, AEGEE и другие. В структуре туризма стран ЕАЭС достаточно важную роль играет туризм в Европу. В условиях интеграции границы стираются.

Основная часть импорта (более 80%) в ЕАЭС ориентирована на третьи страны, следовательно, союз несамодостаточен и самостоятельно существовать он не может. РФ практически не зависит от ЕАЭС по импорту, чего нельзя сказать о Беларуси и Казахстане. Здесь весомая часть импорта сосредоточена в ЕАЭС, а в Беларуси даже более половины (55%). Очевидно, что Беларусь зависит от ЕАЭС больше остальных стран-участниц объединения (см. рис. 2).

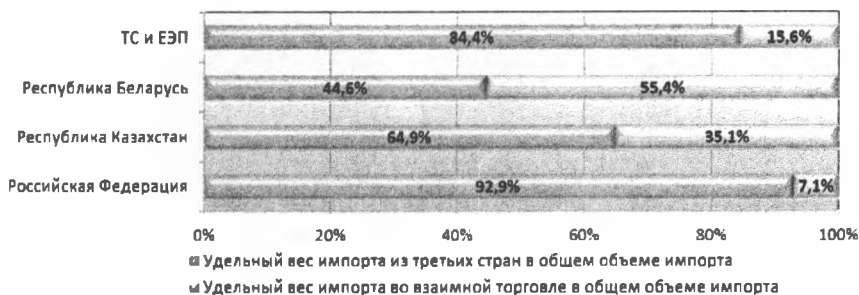


Рисунок 2 – Структура импорта ЕАЭС

В экспорте отмечаются практически те же тенденции что и в импорте: экспорт ЕАЭС сосредоточен на третьих странах. Практически весь экспорт России и Казахстана направлен в третьи страны. Следует заметить, что 44,6% экспорта Беларуси направлен в страны-участницы интеграции, поэтому Беларусь значительно зависит от ЕАЭС и по экспорту (см. рисунок 3).

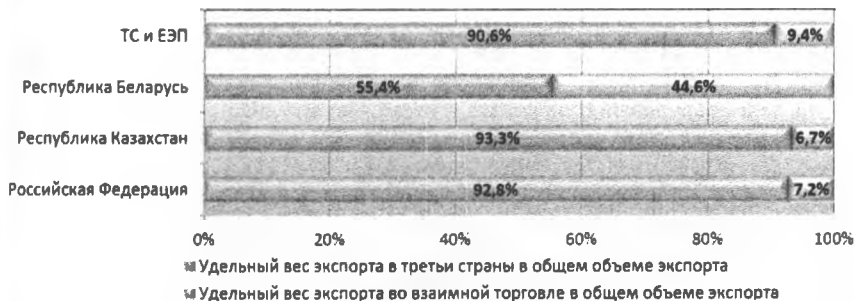


Рисунок 3 – Структура экспорта ЕАЭС

Из рисунка 4 следует, что основным покупателем экспортируемых государствами – членами Таможенного союза и Единого экономического пространства товаров выступает Европейский союз (56,5% совокупного экспорта). Среди стран Европейского союза наиболее существенны поставки товаров в Нидерланды (14,1%), Италию (9,5%), Германию (7%), Польшу (3,1%), Соединенное Королевство (2,7%).

Импортные закупки сосредоточены в странах Европейского союза (43,8% совокупного импорта товаров) и АТЭС (38,6%). Среди европейских стран наибольшие объемы приходятся на Германию (12,1%), Италию (4,8%), Францию (3,9%), Польшу (2,9%).

Таким образом, актуальным является не только использование опыта интеграции ЕС, но и разработка направлений сотрудничества с данным объединением. Тем самым ЕС и ЕАЭС получают взаимные выгоды от интеграции, т.к. под интеграцией подразумевается уменьшение или отмену различных пошлин, квот и т.д.

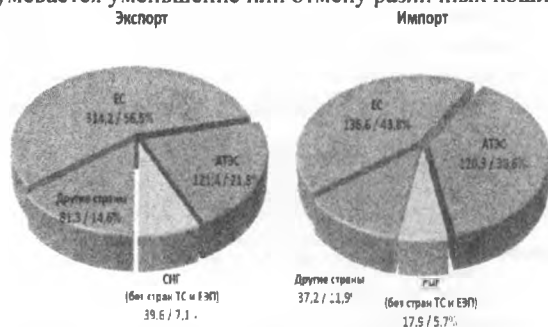


Рисунок 4 – Географическое распределение внешней торговли ЕАЭС

Вследствие санкций со стороны ЕС российские туристы стали чувствовать себя в Европе нежеланными гостями и поэтому предпочитают отдыхать в России. Уменьшение количества туристов из РФ в Европу также связывается с падением курса рубля и ростом патриотизма среди россиян. Наиболее существенный ущерб в сфере туризма испытала Финляндия, у которой количество приезжающих российских туристов сократилось на 40%. А совокупный объем туристов из стран-участниц ЕАЭС в Европу снизился на 30% за последний год.

Евросоюз также имеет больший негативный эффект от санкций не только на аграрный, но и на технологический сектор, который несёт убытки в миллиарды евро. Этот эффект менее заметен, но из-за санкций остаются непроданными машины и оборудование на сумму в несколько миллиардов евро. Оставшийся недополученный доход особенно ощущается в областях с интенсивным экспортом. Прежде всего это касается технологий.

Для формирующегося Евразийского союза глубокая экономическая интеграция с ЕС чрезвычайно важна. Во-первых, ЕС – это крупнейший торговый партнер России и Казахстана, более половины товарооборота РФ приходится на ЕС (Россия, в свою очередь, является третьим по значимости торговым партнером ЕС). Во-вторых, зарождающийся Евразийский союз в настоящее время инициирует ряд соглашений о свободной торговле с более мелкими партнерами. ЕС следует рассматривать как основного долгосрочного партнера в этом контексте. Однако ЕАЭС будет заинтересован не просто в договоре о свободной торговле, а в глубоком всеобъемлющем соглашении с ЕС. Следует отметить, что полноценные переговоры ЕС и ЕАЭС по поводу свободной торговли невозможны без членства всех стран ЕАЭС в ВТО. Соответственно, России следует оказать поддержку Казахстану, Армении и особенно Беларуси на их пути в ВТО.

ВНЕДРЕНИЕ КОНЦЕПЦИИ «ТОЧНО В СРОК» НА БЕЛОРУССКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ ЧЕРЕЗ СЕТЕВЫЕ МЕХАНИЗМЫ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Концепция ЛТ («точно в срок») характеризуется в основном сокращением всех непроизводственных процессов в ходе производства и минимум запасов незавершенного производства. Такая концепция требует создание особой институциональной среды на производственных фирмах в РБ, на сегодняшний момент, ввиду оппортунистического поведения многих сотрудников, а именно извлечение собственной выгоды, т.к. издержки контроля, за таким поведением весьма существенны [1].

Концепция точно в срок во многом определяется точным расчетом времени технологических операций, затрат ресурсов на эти процессы, и соответственно добросовестностью выполнения тех или иных работ. С институциональной точки зрения именно неопределенность в поведении работников приводит к задержкам, а следовательно, и издержкам во всем производстве. Неопределенность следует преодолевать путём подготовки персонала к новой форме производства.

Оптимальным решением можно предложить создание мнимой институциональной среды, в которой сотрудникам следует создать концепции «точно в срок» не внедряя её в производство. Следует через различные приемы мотивации заинтересовать сотрудников таким образом, чтобы без внедрения концепции оценить степень их полной отдачи в производстве.

В мнимой институциональной среде можно выделить несколько элементов:

- 1) Формальные и неформальные лидеры («пауки»)
- 2) Институциональная сеть
- 3) Субъекты сети («овцы»)

Институциональная сеть – структура, координирующая действия институтов и их участников, сводя к минимуму транзакционные издержки в области коммуникации и оптимизируя тем самым ту или иную деятельность. В институциональной сети также имеются правила и защита по отношению к оппортунизму, как и в отдельно взятых институтах, однако они распространяются на всех субъектов и объектов сети. Такая сеть может формироваться по средствам информационных технологий с возможностью свободной коммуникации всех подразделений и субъектов сети. Это необходимо ввиду того, что для концепции точно в срок своевременная и надежная информация играет немаловажную роль. Тем самым информационные потоки внутри предприятия становятся максимально быстрыми, что способствует снижению неопределенности в поведении субъектов. Особенная черта сети должна выражаться в её прозрачности, однако «смывание границ» в области коммуникации может спровоцировать разложения субординации между руководящими и рабочими коллективами, по этой причине в рамках сети вводятся определенные правила (ограничения) по коммуникации между служебными уровнями коллектива [2].

Формальные и неформальные лидеры в рамках сети также важны для формирования мнимой институциональной среды. По средствам командно-адми-

нистративных методов формальные лидеры могут «заставить» или же замотивировать сотрудников в данной практике, однако не следует недооценивать неформальных лидеров в организации. Неформальные лидеры по мере своих, сторонних связей, как в рабочей, так и в нерабочей среде могут оказать существенное влияние как на коллектив в целом, так и на отдельные группы сотрудников в нем.

Субъекты сети – рядовые сотрудники фирмы, как раз к ним и применима сама мнимая институциональная среда и именно по ним следует оценивать эффективность либо провал представленной практики. Т.к. сотрудники не заинтересованы исполнять какие либо дополнительные задачи, помимо своих служебных, их следует на это замотивировать[3].

Немаловажная роль во всей среде должна отводиться «офисным» сотрудникам, а именно в области маркетинга, материального обеспечения (снабжения) и сбыта. Их деятельность также подлежит реформации в рамках концепции точно в срок. Анализ рынка должен производиться в минимальные сроки и сформировать за счет этого нечто вроде мониторинга. Закупка ресурсов должна носить строго точный характер исходя из заранее заявленного объема производства. Рынки сбыта должны быть подготовлены и готовые принять продукцию в кратчайшие периоды с момента завершения её производства.

Эффективность в производстве должна достичь в результате нескольких факторов:

- ускорение производственного цикла;
- существенное сокращение, как запасов ресурсов, так и запасов незавершенного производства;
- максимальная реализация продукции по средствам ранее представленного прогнозируемого объема спроса.

Следует отметить, что на данный прием, а именно создание мнимой институциональной среды следует пойти, даже если это принесет убытки, за счет чрезмерного мотивирования (в основном в материальном плане за счет каких-либо конкурсов либо же премий за проявленное усердие) и поддержание такого темпа на определенном периоде (около 10-14 дней). Затраты смогут в последствии окупаться за счет того, что внедрение концепции точно в срок уже, можно сказать, уже произошло в институциональной среде предприятия, т.е. сотрудники вполне осознают реальные усилия которые им следует приложить и увидят, что самое главное, определенные и явные выгоды в таком производстве. Вследствие этого может сформироваться так называемое «болевание за производство» у персонала, что в свою очередь будет сигнализировать об открытом к преобразованию предприятию, в котором принципы получения собственной выгоды из своего оппортунистического поведения, будут заменены принципами доверия и добросовестной работы для получения реальной выгоды для производства, а следовательно, и для участников этого производства.

Список цитированных источников

1. Логистика: учебник / под ред. Б.А. Аникина: 3-е изд. – М.: ИНФА-М, 2005.
2. Кузьминов, Я.И. Курс институциональной экономики: институты, сети, транзакционные издержки, контракты / Я.И. Кузьминов, К.А. Бендукидзе, М.М. Юдкевич. – М.: Изд. Дом ГУ ВШЭ, 2006. – XL, 442.
3. Олейник, А.Н. Институциональная экономика: учеб.-метод. пособ. – М., 2005. Тема 1.

УДК 346.2

Бриль Н.С.

Научный руководитель: ст. преподаватель Дашкевич Т.В.

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОГО МАЛОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Одной из тенденций формирования устойчивого экономического роста является переход от преимущественно сырьевой экономики к инновационной, основанной на интеллектуальных ресурсах, наукоёмких и информационных технологиях, эффективном использовании всех факторов производства. В такой экономике знания позволяют генерировать непрерывный поток нововведений, которые, с одной стороны, адекватны меняющимся потребностям, а с другой – сами формируют эти потребности.

Трудно переоценить роль научно-инновационной деятельности, в особенности развитие инновационного бизнеса, в преодолении экономических трудностей и реформировании экономики в Беларуси. Сегодня неперенным условием обеспечения высокой конкурентоспособности товаров на рынке является использование научно-технических инноваций [1, 2].

Увеличение инновационной составляющей производства в Республике Беларусь выводит на первый план необходимость мониторинга деятельности инновационных предприятий, в первую очередь для инвесторов и потребителей, особенно это касается малых предприятий. Одним из основных индикаторов инновационного развития страны является доля малых и средних предприятий, осуществляющих внутренние инновации, в общем объеме малых предприятий. Данный показатель принимает значение в 2013 г. 3,99%, что на 0,46% ниже уровня 2011 г. (4,45%). Это свидетельствует о достаточно низкой инновационности малых организаций.

Доля малых и средних предприятий, участвующих в совместных инновационных проектах, в общем числе изучаемых организаций также является ярким показателем уровня инновационного развития. В 2013 г. этот показатель составил лишь 0,52% (2011 г. – 0,68%). И этот показатель имеет тенденцию к снижению. Как форма целевого управления инновационной деятельностью совместный инновационный проект представляет собой сложную систему взаимообусловленных и взаимосвязанных по ресурсам, срокам и исполнителям мероприятий, направленных на достижение конкретных целей на приоритетных направлениях развития науки и техники.

Доля малых и средних предприятий, внедряющих продуктовые или процессные инновации, в общем числе малых и средних предприятий значительно превышает долю предприятий, внедряющих маркетинговые или организационные инновации. В 2013 г. было внедрено 3,47% продуктовых или процессных инноваций и 1,19% маркетинговых или организационных инноваций. Данные показатели также ниже уровня 2011 г.

Принципиально важным шагом на пути движения Беларуси к новой экономике стала разработка Государственной программы инновационного развития Республики Беларусь на 2007–2010 гг., которая была утверждена Президентом страны в 2007 г. и предусматривало реализацию 1302 инновационных проектов.

В результате выполнения программы были открыты более 100 новых предприятий, созданы 386 новых производств, проведена модернизация 609 действующих предприятий на основе внедрения 888 передовых технологий.

При реализации программы планировалось использовать более 1000 отечественных и около 300 заруб. технологий. То есть около 80% проектов было реализовано на базе отечественных разработок. Это большая ответственность белорусских ученых, конструкторов, руководителей экономики всех уровней [3, 4].

С 2013 г. в стране реализуется государственная программа поддержки малого и среднего бизнеса, направленная на увеличение его доли в ВВП РБ с 23,6% до 30% в 2015 г. Количество рабочих мест, созданных малыми и средними предприятиями, по оценкам экономистов, возрастет почти до двух миллионов.

В марте 2014 года белорусские банки получили возможность кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства в иностранной валюте. В отчете Мирового банка и Международной финансовой корпорации Беларусь заняла 63 место, что указывает на более благоприятные условия для развития малого бизнеса в стране по сравнению с Россией (92 место) и Украиной (112).

Инновационное развитие является ключевой экономической задачей для всех субъектов хозяйствования РБ, так как способствует постоянному обновлению и повышению конкурентоспособности отечественной продукции. Ученые страны имеют достаточную квалификацию и опыт проведения научных изысканий для обеспечения предприятий новыми высокотехнологичными разработками. Однако при переходе к рыночной экономике нарушился действовавший ранее четкий механизм продвижения инноваций от их создателя к потребителю. Часто проведенные за бюджетные деньги исследования остаются невостребованными.

Для быстрой передачи разработок из сферы науки в производство и повышения инновационной активности белорусских предприятий в условиях рыночных отношений в республике развивается инновационная инфраструктура – совокупность субъектов, ресурсов и средств, необходимых для материально-технического, финансового, организационно-методического, консультационного и иного обслуживания данных процессов.

Субъектами такой инфраструктуры являются:

- научно-технологические парки (технопарки);
- центры трансфера технологий;
- венчурные организации.

Технопарк – организация, цель которой – содействие развитию предпринимательства в научной, научно-технической, инновационной сферах и создание условий для осуществления юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями, являющимися его резидентами, инновационной деятельности от поиска (разработки) нововведения до его реализации [4, 5].

В Беларуси примерами успешно работающих структур являются РУП «Научно-технологический парк БНТУ «Метолит» и ЗАО «Технологический парк «Могилев». Первый образован при техническом университете, способствует реализации изобретений сотрудников этого учреждения, создает условия для организации учеными-разработчиками инновационных предприятий в целях коммерциализации их изобретений. В состав учредителей Могилевского технологического парка также входят научные организации, заинтересованные в продвижении своих разработок. Оба этих технопарка совмещают центр транс-

фера технологий и бизнес-инкубатор, который предоставляет в аренду помещения и оборудование для начинающих малых предприятий и создает условия для появления новых видов бизнеса, прорывных технологий. Через отработанную систему взаимодействия таких структур за рубежом внедряется до 70% изобретений. Главная цель белорусского бизнес-инкубатора – «вырастить» молодые предприятия, как можно быстрее внедрить ноу-хау в жизнь.

Бизнес-инкубатор ООО «Апсель» основан в Лиде в 1998 г. по проекту ПРО-ОН и имеет статус инкубатора малого предпринимательства. В качестве учредителей выступили горисполком, негосударственное инновационное предприятие «ЭПАЗ» и изобретатель, имеющий 24 патента и 16 проданных лицензий. В настоящее время бизнес-инкубатор ООО «Апсель» предоставляет площади 17 арендаторам, пробуящих силы в предпринимательстве.

Инкубаторы действуют во всех областях страны, за исключением Брестской области, и в г. Минске. Всего по состоянию на 1 января 2013 г. в Республике Беларусь действовало 16 инкубаторов (Витебской, Гомельской, Гродненской областях по 1 инкубатору, Могилевской – 2, Минской – 3, г. Минске – 7). На 1 января 2014 г. в стране действовали 90 центров поддержки предпринимательства и 14 инкубаторов малого предпринимательства.

Специалисты инкубаторов обеспечивают возможность предоставления арендаторам коллективного пользования оргтехники, проводят обучающие семинары по вопросам предпринимательской деятельности, оказывают консалтинговые, информационные услуги, содействуют в поиске партнеров и др. Численность работников инкубаторов в 2012 г. составила 125 чел. (в 2011 г. – 124 чел.).

Субъекты малого предпринимательства размещаются в инкубаторе в соответствии с утвержденными положениями на конкурсной основе, согласно которых приоритетное право на размещение в инкубаторе имеют субъекты малого предпринимательства, осуществляющие свою деятельность в сфере производства товаров (работ, услуг), внедрения новых технологий.

Общая площадь помещений инкубаторов в 2013 году составила 38522 кв.м (в 2012 году – 27266 кв.м), в том числе площади республиканской формы собственности – 11004 кв.м (12318 кв.м), коммунальной – 18496 кв.м (9566 кв.м), частной – 9022 кв.м (5382 кв.м) [3, 6].

Еще одной неотъемлемой составляющей инновационного бизнеса является венчурная деятельность. На данный момент в РБ не так много венчурных инвесторов, как это необходимо. В стране появляется все больше бизнес-ангелов, без которых ни один венчурный проект не может быть реализован. В РБ функционирует Общественное объединение «Сообщество бизнес-ангелов и венчурных инвесторов «БАВИН» – это первое формализованное объединение бизнес-ангелов.

В первую очередь бизнес-ангелы «БАВИН» рассматривают проекты, которые находятся на начальной стадии развития и несут в себе какую-либо инновационную идею.

В практике работы «БАВИН» применяются 4 способа инвестирования в проекты:

1. *Вложение инвестиций под залог.* Данный способ применяется в локальных проектах, с малыми суммами вложений. Инвестиции в данном случае имеют больше социально ориентированный характер, чем коммерческий.

2. *Вложение под конкретный проект.* Это метод используется в ИТ-компаниях, у которых имеются свои разработчики и учредители, однако недостаточны финансовых ресурсов для реализации конкретного проекта. В этом случае бизнес-ангел имеет доход только от доли в данном проекте, а не от деятельности всей фирмы. Доля инвесторов составляет от 30% до 49%. В таких проектах подписываются 2 договора: о разработке программного обеспечения и об авторских правах.

3. *Вложение в уставный фонд.* При данном способе инвестиции вкладываются в компанию на самой ранней стадии – на стадии идеи. Автор проекта вкладывает свой опыт, активно участвует в реализации проекта, но не вкладывает финансовые средства. Инвестор берет на себя все риски, связанные с ведением бизнеса, поэтому его доля может составлять от 51% до 75%. Однако, при успешном ведении бизнеса, автор может выкупить часть доли инвестора. В мировой практике подразумевается, что бизнес-ангел выходит из проекта, после того как вернет вложенные средства, т.е. проект выйдет на стадию самоокупаемости. В дальнейшем доля бизнес-ангела в компании продается венчурному фонду [1, 5].

4. *Аренда.* Новый для белорусских бизнес-ангелов способ инвестирования, который лишь недавно стал применяться в стране. Он может быть использован, когда фирме необходимы денежные средства для закупки уникального оборудования [1].

В 2015 году планируется реализация первых крупных венчурных проектов в сфере фармацевтики и промышленности.

Прогнозируется, что в ближайшие несколько лет венчурная деятельность приобретет очертания индустрии. Основными отраслями, которые могли бы конкурировать в мировом масштабе, являются биотехнологии, информационные технологии и медицина [1, 5].

С целью вовлечения молодежи в предпринимательскую деятельность субъектами инфраструктуры областей проводились "круглые столы", а также конкурсы бизнес-проектов, встречи с участием руководителей успешных малых и средних предприятий Республики Беларусь, семинары, стажировки, выездные практические занятия и ознакомительная практика студентов на базе передовых предприятий (РУП "Завод "Могилевлифтмаш", ЗАО "Могилевский комбинат силикатных изделий", РУП МЗТМ "Могилевтрансмаш", ОАО "Лента", ОАО "Моготекс" и другие), экскурсии в организации области и на специализированные выставки достижений промышленных предприятий, бизнес-турниры "Peak Time", организованы обучающие семинары по вопросам организации собственного дела среди молодежи (500 участников), предпринимательские смены для учащейся молодежи "Экономикс" и "ЭКОНОМИКС Экспорт-успех" на базе ДОЛ "Полочанка", деловые миссии "Партнерство ради развития".

В рамках организации в регионах сети стартап-школ субъектами инфраструктуры областей проведен ряд мероприятий с участием частных инвесторов: регулярные интерактивные конкурсы инновационных бизнес-проектов для начинающих предпринимателей (ИнвестУикенды), конкурсы бизнес-идей, мастер-классы и др.

По своим характеристикам национальная инновационная система Республики Беларусь соответствует основополагающим тенденциям становления инновационной экономики. В то же время недостаточная проработка организацион-

но-правовых аспектов регулирования инновационной деятельности снижает эффективность поддержки малого инновационного предпринимательства.

Государственное регулирование инновационной деятельности характеризуется преобладанием прямых директивных методов в виде финансовой поддержки и контроля над реализацией программ и проектов. Действующий в стране механизм бюджетной поддержки инновационных проектов на возвратной основе ориентирован на финансирование научно-исследовательской и опытно-конструкторской (технологической) стадий [6]. Вместе с тем возможности поддержки инновационной деятельности в плане ее реализации ограничены. Таким образом, ситуация в сфере наукоемкого предпринимательства является наиболее слабым местом инновационной системы Беларуси. Значительные усилия по развитию инновационной системы должны быть направлены на становление этого сектора, так как он является составной частью для создаваемой инновационной инфраструктуры, а также формирует рынок инноваций

Список цитированных источников

1. Государственная программа инновационного развития РБ на 2011–2015 годы. – [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gknt.org.by>.
2. Инновационная развитие РБ: состояние и перспективы. – [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.belisa.by>.
3. Елисеев О.В. Экономическая значимость субъектов малого предпринимательства в экономике РБ. – [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.bbwoman.net>.
4. Малый бизнес в Беларуси. – [Электрон. ресурс]. Режим доступа: <http://www.belstat.by>.
5. Дашкевич Т.В. Бизнес-ангелы и их роль в финансировании инновационной деятельности малых предприятий Республики Беларусь / Т.В. Дашкевич // Перспективы инновационного развития РБ: сб. науч. статей V Междунар. научно-практ. конф., Брест, 24–25 апреля 2014 г.; редкол.: А.М. Омелянюк. – Брест: Альтернатива, 2014. – С. 103–105.
6. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития РБ на период до 2020 г. / Нац. комис. по устойчивому развитию РБ; редкол.: Я.М. Александрович [и др.]. – Минск: Юнипак, 2004. – 112 с.

УДК 336.717

Брич О.Н.

Научный руководитель: старший преподаватель Осипчук Н.В.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ДИСТАНЦИОННОГО БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Рост информационных технологий существенно повлиял на стиль жизни современного человека. Все больше операций совершается с помощью телефона или Интернета, а возможность удаленного доступа к информации и услугам в режиме реального времени играет важную роль в развитии современного бизнеса. На сегодняшний день банки предлагают достаточно широкий спектр услуг, объединенных общим термином – дистанционное банковское обслуживание (ДБО) [1, с. 46].

ДБО – технологический комплекс, обеспечивающий возможность предоставления банковских услуг на основании распоряжений, передаваемых клиентом удаленным образом, с использованием различных электронных каналов доставки, каждый из которых при этом может дублировать [2].

Это означает, что в настоящее время сложилась система, когда клиенты банка могут управлять своими счетами, а также осуществлять ряд операций дистанционно. Удаленное управление банковскими счетами населением может осуществляться различными способами посредством:

- Интернета – интернет-банкинг – оказание услуг ДБО на основе банковской системы платежей через Интернет;
- портативных устройств – мобильный-банкинг (mobile banking, m-banking): комплексная система управления банковским счетом посредством сотового телефона или портативного компьютера (Personal Digital Assistant) с использованием технологии беспроводного доступа (Wireless Application Protocol);
- телефона – телефонный банкинг – оказание услуг ДБО на основе банковской системы голосовых сообщений;
- внешние сервисы – киоски, банкоматы, АТМ.

Впервые дистанционное обслуживание появилось примерно 25 лет назад, когда строительное общество Nottingham Building Society, британская телефонная компания British Telecom и Bank of Scotland объединили свои усилия для создания новой технологии – программы Homelink. Это был качественный скачок в развитии удаленных банковских технологий. Дистанционное банковское обслуживание по телефону получило особенно благодатную почву для своего распространения в США. Одним из пионеров в этом деле был North Carolina National Bank, который в 1990 г. предложил своим клиентам более 30 услуг и операций через телефонную систему, для чего был создан довольно большой call-центр, который позднее был усовершенствован с сокращением численности операторов. В 1990 г. ежедневное число обращений в систему составляло около 200 тыс. В последнее время также активно начали развиваться технологии WAP- и SMS-обслуживания, которые используют коммуникационные возможности мобильной телефонии для оперативного обслуживания клиентов [2].

Современный мир информационных технологий диктует правила игры в банковском деле: уровень предоставления услуг и пути доступа к ним, а это означает, и способность удовлетворить потребности самого требовательного клиента и продвинутого пользователя уже существующих систем управления текущим счетом, к которому выпущена банковская платежная карточка. Примером целесообразности совершенствования систем дистанционного банковского обслуживания является планируемый отказ Швеции от наличных денег, доля которых в экономике страны составляет всего 3% против 7%, например, в США и 9% в Евросоюзе (рисунок 1) [3].

Необходимо создание полноценного электронного офиса с возможностью проведения через Интернет всевозможных финансовых операций, что, очевидно, приведет к увеличению количества проводимых операций, и, следовательно, увеличит доход банка

Для этого предлагается использовать автоматизированную банковскую систему «Агрегация счетов клиента» (далее – АБС «АСК»), которая производит агрегацию всех счетов – предоставление клиенту консолидированной информации по всем его счетам, открытым в разных банках, через единый web-сайт Национального банка Республики Беларусь (далее – НБРБ). Клиент, находясь на сайте банка, сможет управлять депозитным, кредитным и текущим счетом,

вне зависимости от банка их открытия. Для этого необходимо заключить соглашения с другими банками, заинтересованными в предоставлении такой возможности своим клиентам.

Доля наличных денег в экономике развитых стран



Рисунок 1 – Доля безналичных и наличных расчётов в экономиках развитых стран
Источник – собственная разработка на основе [3]

На рисунке 2 представлена схема функционирования будущей АБС «АСК». По центру располагается сама АБС «АСК», которая объединяет программно-технический комплекс (далее – ПТК) Центрального узла Национального банка РБ и ПТК региональных узлов Национального банка РБ, центральный узел взаимодействует с региональными узлами НБРБ. Связующим звеном является телекоммуникационная инфраструктура, также в систему входят: ПТК банков-участников и ПТК автоматизированной системы межбанковских расчётов.

Телекоммуникационная инфраструктура, непосредственно, связывает ПТК Центрального узла НБРБ, ПТК региональных узлов НБРБ, ПТК автоматизированной системы межбанковских расчётов, ПТК банков-участников. ПТК банков-участников, подключается к АБС «АСК» и к ПТК автоматизированной системы межбанковских расчётов, которая, в свою очередь, тоже подключается к АБС «АСК». Последним звеном в данной системе является клиент, который подключается к ПТК автоматизированной системы межбанковских расчётов и к АБС «АСК».

Основные цели АБС «АСК»:

- 1) Снижение расходов на выпуск наличных денег.
- 2) Увеличение безналичных расчётов.
- 3) Снижение расходов коммерческих банков.
- 4) Обеспечение сохранности денежных средств вкладчиков.

Существует ряд преимуществ и недостатков автоматизированной банковской системы «Агрегация счетов клиента». Преимущества рассмотрим в трех направлениях.

1. Преимущества для НБРБ:

- снижение расходов на выпуск наличных денег;
- развитие финансовой и банковской систем;
- повышение финансовой грамотности населения;
- снижение доли теневой экономики.

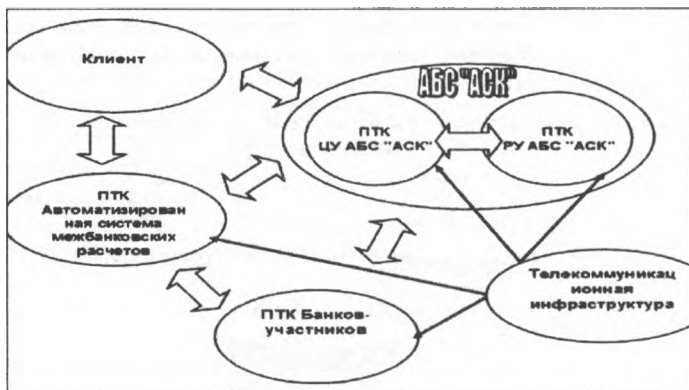


Рисунок 2 – Схема функционирования АБС «АСК»
 Источник – собственная разработка на основе Интернет-банкинга

2. Преимущества для коммерческих банков:

- стимулирование развития банковских продуктов и повышение качества банковских продуктов;
- стимулирование конкуренции между банками;
- увеличение ресурсной базы банков;
- снижение расходов коммерческих банков.

3. Преимущества для населения:

- увеличение личного времени;
- удобство использования;
- планирование и контроль личных доходов;
- дополнительный доход (увеличение % из-за более оперативного ведения своих счетов).

Вместе с преимуществами можно выделить и недостатки предложенной автором системы.

Недостатком для населения является абонентская плата НБРБ за пользование данной системой. **Недостатком для коммерческого банка** – риск уменьшения ресурсной базы ввиду менее оперативного ведения депозитной и кредитной политики по сравнению с конкурентами.

Схема оплаты в АБС «АСК» следующая. Предполагается, что НБРБ заказывает разработку АБС «АСК» на *outsource* («внешний источник») и оповещает все коммерческие банки РБ, обслуживающие физических лиц, о данной системе. Население будет оплачивать НБРБ абонентскую плату за пользование данной системой. Коммерческие банки будут перечислять НБРБ 0,1% от суммы перевода за пользование данной системой. Данные перечисления коммерческими банками в НБРБ позволят возместить НБ потери, связанные с увеличением безналичных расчётов, и потери прибыли НБ РБ от продажи наличных денег коммерческим банкам, которая составляет 1,3-1,5.

Следует отметить, что основными способами уведомления клиентов об АБС «АСК», будут являться мобильные операторы и платёжные карточки.

Американцы подсчитали, что если с клиентом общается операционист в зале, банк тратит на это 1\$, если общение происходит по телефону, цена снижается до 60 центов, в случае же Интернет-банкинга стоимость снижается до 1 цента.

В заключение необходимо подчеркнуть значимость АБС «АСК», так как использование этой системы позволит сэкономить силы, время и деньги.

Список цитированных источников

1. Дистанционное банковское обслуживание в России и странах Европы и США // А.В. Папкова, Ю.В. Иванова. Методический журнал «Банковский ритейл». – 2009. – №2. – С. 46–53.
2. Белов, О. Банк по клику / О. Белов // Коммерсант.ru [Электронный ресурс]. – 2014. – №46 (4828). Режим доступа: <http://kommersant.ru/doc/1898361/print?stamp=634720433172124232>. – Дата доступа: 16.03.2015.
3. Швеция планирует одной из первых в мире отказаться от наличных денег // Новости Беларуси. Белорусское телеграфное агентство [Электронный ресурс] – 2012. – Режим доступа: http://www.belta.by/ru/all_news/world/Shvetsija-planiruet-odnoj-iz-pervyx-v-mire-otkazatsja-ot-nalichnyx-deneg_i_592767.html. – Дата доступа: 22.03.2015.

УДК 338.486.6

Брич О.Н., Комаровская С.А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Ковалевич О.А.

КРЕДИТОВАНИЕ АГРОЭКОТУРИЗМА

На сегодняшний день агроэкотуризм является одним из наиболее перспективных и динамично развивающихся видов туризма в Беларуси.

Среди *предпосылок* развития агроэкотуризма в сельской местности Беларуси можно выделить следующие:

- большое количество нерентабельных и убыточных сельскохозяйственных организаций;
- увеличение безработицы в сельской местности;
- живописные естественные ландшафты;
- большое количество памятников археологии, истории и культуры, природы;
- самобытные традиции и обычаи, ремесла, промыслы, фольклор.

Для создания благоприятных экономических условий развития агроэкотуризма субъекты агроэкотуризма в соответствии с законодательством Республики Беларусь освобождаются от уплаты налогов, однако уплачивают разовый годовой сбор в размере 1 базовой величины. За осуществление деятельности по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма введена доплата 10% сбора при декларировании доходов от указанной деятельности в размерах, превышающих стократный размер уплаченного [1].

Более подробно рассмотрим деятельность субъектов агроэкотуризма в Республике Беларусь.

В 2014 году на территории Республики Беларусь в сфере агроэкотуризма действовали 2037 субъектов агроэкотуризма, что на 8% больше по сравнению с 2013 годом (1881 человек). Численность туристов, обслуженных данными субъектами, в 2013 году составило 271716 человек, из которых 234532 человек граждане Республики Беларусь, а остальные 37184 человек иностранные граждане. Если сравнить эти показатели с 2012 годом, то можно отметить увеличе-

ние численности туристов на 22% (222566 человек), численности граждан Республики Беларусь на 27% (184093 человек), однако численность иностранных граждан на 3% (38473 человек) [2].

Если сравнить численность туристов (граждане Республики Беларусь и иностранные), то можно отметить, что в 2013 году численность иностранных граждан гораздо ниже численности граждан Республики Беларусь (в 6 раз), что является следствием незаинтересованности иностранных граждан посещать белорусские агроэкоусадьбы. Средняя продолжительность пребывания туристов является нестабильной и не достаточно длительной (в среднем 5 дней).

Исходя из данной статистики, несмотря на увеличение численности субъектов агроэкоусадб и численности туристов, можно говорить о неблагоприятном климате для владельцев агроэкоусадб.

При анализе агроэкотуризма следует рассмотреть механизм кредитования субъектов агроэкокризиса по Брестской области, используя статистическую информацию о существующих агроэкоусадбах, кредитование которых осуществляет ОАО «Белагропромбанк» в рамках Указа Президента РБ от 02.06.2006 № 372 «О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь».

В 2014 году число субъектов агроэкотуризма по Брестской области составило 296, что по сравнению с 2013 годом увеличилось на 17% (253 человек).

Основанием для рассмотрения банком вопроса о возможности предоставления кредита субъекту агроэкотуризма является положительное решение районного исполнительного комитета. Кредиты субъектам предоставляются банком в белорусских рублях под 5% годовых, срок которых устанавливается исходя из сроков окупаемости проекта, но не более 5 лет. Кредит выдается только в безналичном порядке. Размер кредита определяется исходя из финансового состояния, оборотов по текущему (расчетному) счету кредитополучателя в соответствии с предоставленным проектом в пределах 90% его стоимости, но не более 2000 базовых величин. Кредит предоставляется единовременно, либо частями в пределах максимального размера общей суммы предоставляемых денежных средств. Кредит погашается ежемесячно равными долями или по графику в соответствии с обоснованием источников погашения кредита при реализации проекта. Также предоставляется возможность отсрочки погашения основного долга по кредиту до 12 месяцев и проценты по кредиту уплачиваются ежемесячно.

Информация о кредитовании субъектов агроэкотуризма представлена в таблице 1.

Исходя из данных, приведённых в таблице 1, можно сказать, что общая сумма основного долга на отчётную дату (01.01.2014) составила 1167,91 млн.руб, наибольший основной долг составил 258,99 млн. руб, а наименьшая - 2,57 млн. руб. Общая сумма созданного банком резерва на отчётную дату составила 11,76 млн. руб., наибольший резерв был предусмотрен в размере 2,56 млн. руб, а наименьший - 0,03 млн. руб. Исходя из графика погашения кредита наибольшая сумма приходится на период от 1 года до 5 лет = 822,51 млн.руб, ; наименьшая - на период до 30 дней = 0,34 млн.руб. У исследуемых субъектов не имеется просроченной задолженности по исполнению своих обязательств что является положительной тенденцией.

Таблица 1 – Информация о кредитовании субъектов агроэкотуризма

№ заёмщика	% ставка	Сумма основного долга на отчетную дату, млн.руб.	Сумма созданного банком резерва, млн.руб.	График погашения кредита (от отчетной даты), млн.руб.					
				до 30 дней	от 31 до 90 дней	от 91 дня до 1 года	от 1 года до 5 лет	более 5 лет	Прочие
1	5,0	191,80	2,00	0	5,40	27,01	129,7	29,73	0
2	5,0	2,89	0,03	0,34	0,73	1,82	0	0	0
3	5,0	154,59	1,55	0	5,07	25,34	121,6	2,54	0
4	5,0	150,68	1,51	0	5,48	27,40	117,8	0	0
5	5,0	2,57	0,03	0	0,74	1,83	0	0	0
6	5,0	3,01	0,03	0	0,30	1,51	1,20	0	0
7	5,0	199,89	2,00	0	2,76	27,76	133,27	36,10	0
8	5,0	258,99	2,59	0	7,09	35,48	170,30	46,12	0
9	5,0	48,20	0,48	0	1,89	9,45	36,86	0	0
10	5,0	155,29	1,55	0	4,66	23,29	111,78	15,56	0
Всего:	X	1167,91	11,76	0,34	33,08	180,9	822,5	130,1	0

Примечание: собственная разработка на материалах [3]

Рассмотрим задолженность субъектов агроэкотуризма и объём полученных доходов банка от деятельности в сфере агроэкотуризма в таблице 2.

Таблица 2 – Информация о реализации проектов и осуществлении деятельности в сфере агроэкотуризма

№ агроэко усадьбы	Остаток кредитной задолженности на 01.01.2013 млн. руб.	Количество заключенных договоров субъектом агроэкотуризма с агроэкотуристами за отчетный год	Количество агроэкотуристов, воспользовавшихся услугами агроэкотуризма в отчетном году, чел.	Объём полученных доходов от деятельности в сфере агроэкотуризма на отчетную дату, млн.руб		Выполнение плана (%)
				план	факт	
1	165,48	5	21	6,40	1,80	-4,60
2	56,06	12	65	90,0	18,00	28,13
3	13,87	0	0	57,5	0	20,00
4	100,00	0	0	10	0	0,00
5	5,90	10	41	4,50	25,90	0,00
6	4,37	9	26	2,40	11,70	575,56
7	6,86	5	25	5,13	25,63	487,50
8	9,59	25	246	6,40	33,30	499,61
9	56,69	34	375	105,00	46,30	520,31
10	8,86	58	492	19,50	96,90	44,10
Итого:	427,68	158,00	1 291,00	306,83	259,53	496,92

Примечание: собственная разработка на материалах [3]

Исходя из данных таблицы 2, проанализировав кредитование по Брестской области на примере 24 субъектов агроэкотуризма можно сказать, что задолженность по кредитам, выданным на реализацию проектов в сфере агроэкотуризма,

по состоянию на 01.01.2014 года составила 427,68 млн. руб., в том числе просроченная – 13,87 млн. руб. Вместе с тем, наблюдается тенденция сокращения количества субъектов агротуризма, не обеспечившим объем полученных доходов в значительных размерах, а именно, более чем на 50 процентов. Так, если по итогам деятельности 5 клиентами превышена пороговая величина по доходности для принятия решений по применению штрафных санкций, то по итогам за 2013 год невыполнение планового показателя по доходности в размере более 50 процентов имело место по агроэкоусадьбам: «9», «1», «2», процент выполнения составил 44,1%, 28,1% и 20,0%, соответственно.

Из всего вышеперечисленного можно выделить следующие *проблемы развития агротуризма*. На сегодняшний день агротуризм не представляет собой полноценного самостоятельного комплекса туристских услуг, что является одним из основных сдерживающих факторов увеличения продолжительности пребывания туриста в сельской усадьбе. Усадьбы недостаточно обеспечены анимационными программами (например, участие туриста в изготовлении сувениров, заготовки сена и т.д.). Не все субъекты агротуризма подготовлены профессионально к приёму туристов, в том числе и иностранных, из-за отсутствия специальных навыков и знаний. Существенным недостатком сети усадеб в регионе является отсутствие национального колорита в архитектурном облике, дизайне, питании. Ситуация с кредитованием также непростая, как для банка, так и для субъектов, т.к. из-за недостаточной численности туристов субъекты агроэкоусадоб не способны возратить сумму кредита, что ведёт к сокращению доходов банка, что говорит о невыгодности предоставления кредитов субъектам агротуризма, что является одной из проблем.

Исходя из рассмотренных проблем, можно выделить следующие пути решения. На сегодняшний день в республике разработана и продолжает совершенствоваться нормативно-правовая база в сфере данного вида туризма при содействии ОАО «Белагропромбанк». Проводится программа развития агротуризма в Республике Беларусь, ведется работа по продвижению агротуристического продукта на международном и внутреннем рынках. Однако для дальнейшего развития необходимы следующие направления. Сеть усадеб необходимо развивать, прежде всего, в тех регионах, которые являются наиболее привлекательными, обладают наибольшим количеством интересующих туристов объектов и возможностей. Следует продолжать выпуск рекламной продукции, буклетов, брошюр, каталогов. Необходимо регулярно проводить обучающие семинары и стажировки с целью знакомства с лучшими достижениями в этой сфере деятельности в Беларуси и за рубежом. Следует продолжить практику разработки пеших, велосипедных и водных маршрутов, реализуя которые туристы будут пользоваться услугами агроусадоб, стимулируя их рост и качество обслуживания. Активно с помощью Интернет-ресурсов продвигать агротуристический продукт на международный рынок.

Список цитированных источников

1. Министерство по налогам и сборам Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.old.nalog.gov.by>. – Дата доступа: 05.03.2015.
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 14.03.2015.
3. Отчёт о кредитовании субъектов агротуризма ОАО «Белагропромбанк».

УДК 004:338

Гарах А.Г., Романюк К.И.

Научный руководитель: ст. преподаватель Мишкова М.П.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИХ РАЗВИТИЯ

Современный период развития цивилизованного общества характеризует процесс информатизации.

Роль информационных технологий в развитии общества состоит в ускорении процессов получения, распространения и использования обществом новых знаний, в повышении уровня образования общества.

В истории развития цивилизации произошло несколько информационных революций, когда кардинальные изменения в сфере обработки информации привели к преобразованиям общественных отношений, приобретению человеческим обществом нового качества.

Усилились и научные исследования по осмыслению роли и значения информации на перспективы развития общества.

Современное материальное производство и другие сферы деятельности все больше нуждаются в информационном обслуживании, переработке огромного количества информации.

Универсальным техническим средством обработки любой информации является компьютер, который играет роль усилителя интеллектуальных возможностей человека и общества в целом, а коммуникационные средства, использующие компьютеры, служат для связи и передачи информации. Появление и развитие компьютеров – это необходимая составляющая процесса информатизации общества. Информатизация общества является одной из закономерностей современного социального прогресса.

Компьютеры являются базовой технической составляющей процесса информатизации общества. Информатизация на базе внедрения компьютерных и телекоммуникационных технологий является реакцией общества на потребность в существенном увеличении производительности труда в информационном секторе общественного производства, где сосредоточено более половины трудоспособного населения. Так, например, в информационной сфере США занято более 60% трудоспособного населения, в СНГ – около 40% [1].

Информационная технология обработки данных предназначена для решения хорошо структурированных задач, по которым имеются необходимые входные данные и известны алгоритмы и другие стандартные процедуры их обработки. Эта технология применяется на уровне операционной (исполнительской) деятельности персонала невысокой квалификации в целях автоматизации некоторых рутинных постоянно повторяющихся операций управленческого труда. Поэтому внедрение информационных технологий и систем на этом уровне существенно повысит производительность труда персонала, освободит его от рутинных операций, возможно, даже приведет к необходимости сокращения численности работников.

Целью информационной технологии управления является удовлетворение информационных потребностей всех без исключения сотрудников фирмы,

имеющих дело с принятием решений. Она может быть полезна на любом уровне управления.

Эта технология ориентирована на работу в среде информационной системы управления и используется при худшей структурированности решаемых задач, если их сравнивать с задачами, решаемыми с помощью информационной технологии обработки данных.

Эффективность и гибкость информационной технологии во многом зависят от характеристик интерфейса, системы поддержки принятия решений. Интерфейс определяет: язык пользователя; язык сообщений компьютера, организующий диалог на экране дисплея; знания пользователя.

Наибольший прогресс среди компьютерных информационных систем отмечен в области разработки экспертных систем. Экспертные системы дают возможность менеджеру или специалисту получать консультации экспертов по любым проблемам, о которых этими системами накоплены знания [2].

Решение специальных задач требует специальных знаний. Однако не каждая компания может себе позволить держать в своем штате экспертов по всем связанным с ее работой проблемам или даже приглашать их каждый раз, когда проблема возникла. Главная идея использования технологии экспертных систем заключается в том, чтобы получить от эксперта его знания и, загрузив их в память компьютера, использовать всякий раз, когда в этом возникнет необходимость. Все это делает возможным использовать технологию экспертных систем в качестве советующих систем.

Актуальность данной темы состоит в том, что в настоящее время в рамках реализации приоритетного национального проекта «Образование» активно осуществляется внедрение информационных технологий в образовательный процесс. Сосредоточение современных технических средств обучения способствует модернизации учебно-воспитательного процесса, активизирует мыслительную деятельность учащихся, способствует развитию творчества педагогов, позволяют проводить дистанционное обучение, развивают систему непрерывного образования, тем самым повышая эффективность образовательного процесса. В отечественных и зарубежных изданиях компьютеризация учебного процесса рассматривается как один из актуальных факторов организации обучения тому или иному предмету.

Новейшие информационные технологии в обучении позволяют активнее использовать научный и образовательный потенциал ведущих университетов и институтов, привлекать лучших преподавателей к созданию курсов дистанционного обучения, расширять аудиторию обучаемых.

Несмотря на то, что уже накоплен богатый опыт в области компьютерного обучения, многие преподаватели с осторожностью относятся к возможности применения компьютерных средств обучения. Также, необходимо отметить, что процесс компьютеризация обучения сталкивается с рядом проблем.

Процесс внедрения информационной технологии в обучение достаточно сложен и требует глубокого осмысления. С одной стороны, они играют важную роль в обеспечении эффективности образовательного процесса, с другой – может появиться проблема темпа усвоения учащимися материала с помощью компьютера, то есть проблема возможной индивидуализации обучения.

В 2005 году было принято решение о создании **Парка высоких технологий в Беларуси**. Цель: разработка программного обеспечения, информационно-коммуникационных и иных новых технологий, направленных на повышение конкурентоспособности национальной экономики. Это некий аналог так называемой Силиконовой долины [3].

Парк высоких технологий (ПВТ) – особая экономическая зона со специальным налогово-правовым режимом в Республике Беларусь, для создания благоприятных условий для разработки программного обеспечения, информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), направленных на повышение конкурентоспособности национальной экономики.

Привлекательность ПВТ заключается не только в налоговых льготах, но и в знаниях, инновациях, а также высококвалифицированных специалистах. Белорусские специалисты участвуют в ИТ-проектах любой сложности, начиная с системного анализа, консалтинга, подбора аппаратных средств и заканчивая конструированием и разработкой сложных систем.

Что касается видов инвестиций, привлеченных в сферу ИТ, то из компаний-резидентов Парка 52% созданы белорусскими инвесторами, 26% – со стопроцентными иностранными инвестициями, 22% – совместные предприятия.

Компании-резиденты Парка в прошлом году оказали услуг по разработке программного обеспечения на экспорт на сумму \$102,5 млн. Доля экспорта в общем объеме производства составила 85% [4].

Таких показателей, когда во внешнеторговом обороте экспорт на два порядка превышает импорт и создается исключительно интеллектуальным трудом без зависимости от промышленной энергетики, сырья и материалов, в стране больше нет.

Информационные технологии прочно вошли в нашу жизнь. Применение ЭВМ стало обыденным делом, хотя совсем ещё недавно рабочее место, оборудованное компьютером, было большой редкостью. Информационные технологии открыли новые возможности для работы и отдыха, позволили во многом облегчить труд человека.

Современное общество вряд ли можно представить без информационных технологий. Перспективы развития вычислительной техники сегодня сложно представить даже специалистам. Однако, ясно, что в будущем нас ждет нечто грандиозное. И если темпы развития информационных технологий не сократятся, (а в этом нет никаких сомнений), то это произойдет очень скоро.

Список цитированных источников

1. Лафитский, В.И. Основные тенденции развития законодательства в области инноваций (сравнительно-правовое исследование) / В.И. Лафитский // Журнал зарубежного законодательства и сравнительного правоведения. – 2014. – № 1. – С. 9–12.
2. Бакиновская, О.А. Экономико-правовой аспект венчурной деятельности в Республике Беларусь / О.А. Бакиновская, Ю.А. Амельчяня, Е.Н. Филипенко // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.
3. Министерство по налогам и сборам Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.old.nalog.gov.by>. – Дата доступа: 01.04.2015
4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 01.04.2015

УДК 330.12

Горбикова Д.И., Павлюк А.В.

Научный руководитель: ст. преподаватель Лазарчук И.М.

КАЧЕСТВО ЖИЗНИ, КАК ОСНОВА БЛАГОСОСТОЯНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

Целью настоящей работы является изучение и анализ уровня и качества жизни населения в Республике Беларусь.

Современный этап экономических реформ сопровождается кардинальными преобразованиями социальной структуры белорусского общества. Социальная политика – важнейшая область деятельности государства на современном этапе. От решения социальных проблем зависит стабильность общества, а это является необходимой базой для эффективного развития экономики. Результативность социальной политики проверяется прежде всего уровнем и качеством жизни как всего населения, так и различных социальных групп.

Как экономика оказывает воздействие на социальную сферу, так и социальная сфера влияет на экономику. Свое влияние на экономическую сферу она оказывает путем повышения образовательного и культурного уровня человека, снижением заболеваемости, созданием благоприятных жилищных и культурно-бытовых условий жизни и т.д. Все это существенно влияет на производительность труда работников, рациональное потребление и использование свободного времени работников.

Повышение уровня жизни – это не только результат экономического роста, но и его условие. Современному производству требуются как принципиально новые техника и технологии, так и высококвалифицированные работники, собственники своего интеллектуального капитала. Поэтому изучение динамики и качества уровня жизни населения, его прогнозирование чрезвычайно важно для устойчивого, сбалансированного и поступательного развития общества в целом [1].

Под *качеством жизни* понимают совокупность условий, отражающих материальное, физическое, социальное и культурное благополучие населения. Также качество жизни зависит от двух параметров – уровня благосостояния человека (уровня его доходов и доставшейся по наследству собственности) и уровня его культуры.

Под *уровнем жизни* населения понимается обеспеченность населения необходимыми материальными и духовными благами, достигнутый уровень их потребления и накопления, а также степень удовлетворения общественно признанных потребностей, соответствующих данному социально-экономическому развитию страны. Уровень жизни оценивается в целом по стране в целях определения его динамики во времени и для сопоставления с другими странами как интегрального показателя социально-экономического развития, так и по отдельным территориям, регионам, социальным группам.

Категорию «качества жизни» возможно рассчитать посредством целой системы показателей «уровня жизни»:

- здоровье;
- индивидуальное развитие путём обучения;
- занятость и качество трудовой жизни (наличие выгодной работы для тех, кто стремится её получить, характер трудовой деятельности, удовлетворенность индивидуума своей трудовой жизнью);

- время и досуг (возможность выбора своего времяпрепровождения);
- возможность приобретения товаров и пользования услугами;
- личная безопасность и правовые органы;
- качество питания (калорийность, состав продуктов);
- качество и модность одежды;
- качество окружающей среды.

Главной задачей, стоящей перед государственной властью, является повышение качества жизни и благосостояния населения. При этом особое внимание уделяется наиболее уязвимым категориям граждан – детям, пенсионерам, ветеранам, инвалидам. Для того, чтобы люди почувствовали, что власть не просто «урывками» старается помочь, а системно защищает своих граждан, было принято решение разработать четкую систему стандартов, определяющих виды и качество важнейших социальных услуг в области образования, здравоохранения, культуры, жилищно-коммунального хозяйства, торговли, транспорта, связи, бытового и социального обслуживания.

Социальные стандарты – это устанавливаемая мера потребления соответствующих социальных благ и услуг не ниже минимально допустимых размеров. Единые нормативы социальных стандартов по обслуживанию населения призваны определить гарантии, которые государство в состоянии обеспечить бесплатно (либо по доступной цене) в жизненно важных сферах. Социальные стандарты являются обязательными для использования в организациях всех форм собственности. Они применяются для решения следующих задач:

- удовлетворения основных потребностей граждан в материальных благах и услугах;
- нормативного обеспечения, формирования, использования средств республиканского и местных бюджетов, и средств государственных внебюджетных фондов на социальные нужды;
- обеспечения государственной поддержки развития социальной сферы и социальной защиты граждан;
- оказания необходимой социальной помощи малообеспеченным и находящимся в трудной жизненной ситуации гражданам [1].

В систему государственных минимальных социальных стандартов в Республике Беларусь включаются государственные минимальные социальные стандарты в области:

- оплаты труда;
- пенсионного обеспечения;
- образования;
- здравоохранения;
- культуры;
- жилищно-коммунального обслуживания;
- социальной поддержки и социального обслуживания.

На основании Постановления Совета Министров РБ от 30 мая 2003 г. №724 (в ред. от 13 января 2012 г. № 47) «О мерах по внедрению системы государственных социальных стандартов по обслуживанию населения республики» разработана и утверждена система стандартов, включающая 43 норматива. В республике из 43 государственных социальных стандартов выполняется 37, в том числе в области культуры, социального обслуживания, здравоохранения, тор-

говли и бытового обслуживания, физической культуры и спорта – в полном объеме. В области жилищно-коммунального хозяйства внедрено 10 из 12 утвержденных стандартов, образования – 9 из 10, связи – 3 из 4, транспорта – 4 из 6.

Согласно последнему опубликованному Докладу о человеческом развитии, подготовленному ПРООН в 2014 году и содержащему обновленные и сопоставимые данные за предыдущие годы, Республика Беларусь в 2013 году заняла 53-е место среди 187 стран в международном рейтинге по индексу человеческого развития, улучшив свою позицию по сравнению с 2012 годом на 1 пункт.

По классификации ООН Республика Беларусь, как и ранее, относится к странам с высоким уровнем человеческого развития. Согласно последним данным, значение ИЧР для Республики Беларусь на протяжении 2005-2013 годов неуклонно росло: с 0,725 в 2005 году до 0,785 в 2012 году и 0,786 в 2013 году. Рейтинг составлялся на основе анализа данных по средней продолжительности жизни в странах, уровню грамотности, возможности получения образования и доходах на душу населения.

Уровень образования характеризует накопленный образовательный, трудовой, научный, интеллектуальный и творческий потенциал, составляя фонд совокупных знаний и умений – «духовное богатство» общества. Это качество передается от поколения к поколению и представляет собой важную предпосылку как развития самого человека, так и роста эффективности воспроизводственного процесса в целом. Уровень грамотности взрослого населения достигает 99,8%. По уровню грамотности взрослого населения и молодежи, количеству студентов высших учебных заведений Беларусь находится на уровне многих развитых стран Европы и Америки.

Доходы – это средства в натуральной и денежной формах, получаемые субъектами (отдельными лицами, семьей, фирмами, государством) в результате их экономической деятельности. Одним из важнейших направлений социальной политики является политика в области доходов населения.

Структура денежных доходов населения Беларуси, согласно Балансу расходов и доходов населения, включает:

- оплату труда всех работающих;
- социальные трансферты (пенсии, пособия, стипендии и др.);
- доходы от собственности (проценты по вкладам, ценным бумагам, дивиденды);
- доходы от предпринимательской деятельности и др.

Основными источниками формирования денежных доходов населения являются оплата труда и трансферты населению (пенсии, пособия, стипендии и другие трансферты населению), удельный вес которых в общем объеме денежных доходов населения в 4 квартале 2014 г. составил 84,6% [2]

Начиная с 1996 г. в белорусской экономике наблюдается рост реальной заработной платы, эффект от которого в значительной степени снижается в результате ее отраслевых колебаний, а иногда и несвоевременной выплаты. Невысокий уровень заработной платы обусловил утрату ею в определенной мере воспроизводственной и стимулирующей функции. На сегодняшний момент на одну среднемесячную начисленную заработную плату (в январе–марте 2015 г. составила 6 226,4 тыс. руб.) можно приобрести чуть менее 2 наборов минималь-

ного потребительского бюджета (минимальный потребительский бюджет с 1 февраля 2015 года составил 2 158 170 бел. руб.) [2].

Структура денежных доходов населения за период с 2005 по 2014 г. практически не изменилась. Исследования показали, что более чем за десятилетний период удельный вес социальных трансфертов (пенсии, пособия, стипендии) сохранился практически на прежнем уровне.

Доходы населения изменяются под воздействием следующих факторов:

- социально-политических, определяющих силу действия и направленность других факторов формирования доходов;
- социально-демографических (пол, возраст, физическая выносливость);
- социально-профессиональных, оказывающих существенное влияние на размеры доходов и их дифференциацию;
- социально-статусных, характеризующих место работника в обществе и возможность получения доходов из различных источников;
- социально-экономических – рода и вида деятельности, вида производства и занятости, условий труда, формы собственности на средства производства и др.;
- социально-географических факторов.

Важнейшим показателем, характеризующим уровень и качество жизни населения, является потребление благ и услуг. Его можно рассматривать в двух аспектах – как процесс удовлетворения человеческих потребностей, в результате которого потребность удовлетворяется и воспроизводится (или не воспроизводится) вновь, и как сферу жизнедеятельности человека, формирующую и воспроизводящую личность во всем ее многообразии. Следует обратить внимание на тот факт, что одинаковый уровень жизни может быть достигнут при разных вариантах личного потребления, т.е. существует ряд наборов товаров, равнозначных с точки зрения меры удовлетворения человеческих потребностей.

Расходы на покупки товаров и оплату услуг составляют львиную долю всех расходов жителей Беларуси. Более чем в 1,5 раза к 2014 году увеличилась доля расходов по статье «Вклады и сбережения».

Основные направления повышения уровня жизни населения в Республике Беларусь

Политика государства, направленная на повышение уровня и качества жизни населения, должна в перспективе обеспечить наличие таких доходов у каждого члена общества, которых должно быть достаточно для удовлетворения основных потребностей прежде всего за счет собственного труда при создании равных возможностей для приложения сил каждому человеку в любой сфере деятельности. А в случае отсутствия такой возможности – за счет государственной социальной поддержки, сконцентрировав социальную помощь тем, кто находится в неблагоприятных условиях и в ней действительно нуждается. Это должно послужить социально и экономически обоснованному перераспределению ответственности за личное благосостояние, перенеся ее с государства на человека и его семью.

Для обеспечения достойного уровня жизни всех слоев и групп населения необходимо:

- создание условий для общего роста денежных доходов населения, повышения их реального содержания;

• поэтапное приближение государственных минимальных социально-трудовых гарантий к бюджету прожиточного минимума, а в перспективе – к минимальному потребительскому бюджету;

• совершенствование структуры доходов населения, повышение роли оплаты труда как важнейшего стимула трудовой активности работников и основного источника денежных доходов населения;

• совершенствование механизмов распределения доходов через систему налогообложения, социального страхования;

• снижение уровня малообеспеченности населения;

• повышение уровня социальной защищенности нетрудоспособных граждан.

Потребуется дальнейшие преобразования в системе социальной защиты населения: адаптация ее к современным условиям, приближение ее к идеалам и целям, провозглашенных в международных декларациях и нормах [3].

Предполагается предоставление каждому трудоспособному гражданину реальной возможности за счет напряженного, квалифицированного и инициативного труда обеспечить достойный, в меру сложившихся социальных стандартов, уровень и качество жизни населения. Таким образом, политика государства, направленная на повышение уровня и качества жизни населения, должна в перспективе обеспечить наличие таких доходов у каждого члена общества, которых должно быть достаточно для удовлетворения основных потребностей прежде всего за счет собственного труда, а в случае отсутствия такой возможности – за счет государственной социальной поддержки.

Список цитированных источников

1. Бобков, В. Дифференциация благосостояния / В. Бобков; В. Бобков // Экономист. – 2005. – № 6. – С. 54-67

2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2014. – Режим доступа: www.belstat.gov.by – Дата доступа 01. 03.2014.

3. Русецкий, А. Гарант качества жизни – государство / А. Русецкий // Экономика Беларуси. – 2005. – № 4. – С. 78-81

УДК 658.114.5:336.221

Гузаревич Е.В., Грень А.В.

Научный руководитель: к.э.н., доцент кафедры БУАиА Юрчик В.И.

ХОЛДИНГ, КАК ИНСТРУМЕНТ НАЛОГОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Налоговое планирование – это целенаправленные действия налогоплательщика, направленные на уменьшение его налоговых обязательств, производимых им в виде налогов, сборов, пошлин и других обязательных платежей.

Налоговое планирование (далее по тексту – НП) представляет собой одну из важнейших составных частей финансового планирования (управления финансами) организации. Сущность НП заключается в том, что каждый налогоплательщик имеет право использовать допустимые законом средства, приемы и способы для максимального сокращения своих налоговых обязательств. НП можно определить как планирование финансово-хозяйственной деятельности организации с целью минимизации налоговых платежей. Оно может быть как индивидуально направленным и носить адресный характер, так и применяться в

финансово-хозяйственной деятельности широкого круга хозяйствующих субъектов.

Оптимизация является более широким понятием и включает в себя минимизацию. Термин «минимизация налогов» несколько неудачен в том смысле, что абсолютная минимизация налогов достигается при полном прекращении хозяйственной деятельности налогоплательщика [1].

Основными целями НП являются оптимизация налоговых платежей, минимизация налоговых потерь по конкретному налогу или по совокупности налогов, повышение объема оборотных средств предприятия и, как результат, увеличение реальных возможностей для дальнейшего развития организации, для повышения эффективности ее работы. За счет облегчения налогового бремени путем изыскания наиболее рациональных способов снижения налоговых обязательств организации получают дополнительные возможности для максимального увеличения доходности финансово-хозяйственной деятельности и для дальнейшего эффективного развития производства.

При определении налоговой стратегии каждое предприятие должно руководствоваться двумя основными принципами:

- платить следует только минимальную сумму исчисленных налогов;
- платить налоги необходимо в последний день установленного для этого срока (при этом, конечно, нельзя допускать задержки платежей) [2, с. 14].

Элементами налогового планирования являются:

1. Налоговый календарь, предназначенный для чёткого прогнозирования и контроля правильности исчисления и соблюдения сроков уплаты в бюджет требуемых налогов, а также для своевременного представления отчетности, помогает избежать задержек, влекущих за собой неизбежные штрафные санкции.

2. Стратегия минимизации (или, лучше сказать, оптимизации) налоговых обязательств с конкретным планом реализации этой стратегии.

3. Точное исполнение налоговых и прочих обязательств, недопущение дебиторской задолженности по хозяйственным договорам за отгруженную продукцию (товары, работы, услуги) на срок свыше двух месяцев.

4. Хорошее состояние бухгалтерского учета и отчетности, позволяющее получать оперативную объективную информацию о хозяйственной деятельности, в том числе и для целей адекватного налогового планирования.

Принципы налогового планирования:

1. Налоговое планирование не должно нарушать закон.
2. Принцип разумности уплаты налогов. Платить необходимо только минимальную сумму положенных налогов, т.е. полностью использовать всю совокупность налоговых льгот, причем платить налоги необходимо в последний день установленного для этого срока.

3. Налоги нельзя просто механически минимизировать, их необходимо оптимизировать, поскольку:

- ✓ сокращение одних налоговых платежей зачастую ведет к увеличению других;
- ✓ простое сокращение налогов путем отнесения расходов на затраты уменьшает финансовый результат и сдерживает развитие бизнеса;
- ✓ механическая минимизация налогов может привести к превосходству формы над существом сделки и к ее оспоримости налоговыми органами.

4. Планировать налоги следует в общем контексте планирования бизнеса. Необходимо применять принцип комплексного расчета экономии и потерь, т.е. учитывать многофакторность налоговой минимизации, видеть последствия таких действий, взвешивая эффективность действий по минимизации налогового бремени.

5. Кредо налогового планирования – ориентация на логику, а не на временные пробелы в законодательстве.

6. Сокращать налоги нужно не путем ухода от них, а точным и скрупулезным планированием, расчетами и оптимизацией деятельности всего предприятия.

7. Принцип конфиденциальности.

8. Необходимо уделять внимание документальному оформлению [3, с. 113].

Создание схемы налогового планирования:

При осуществлении НП организация создает определенную схему, в соответствии с которой она планирует осуществлять финансово – хозяйственную деятельность. Основная задача организации при этом состоит в том, чтобы правильно применить и сгруппировать используемые инструменты НП с целью построения системы, позволяющей реализовать задачи НП наилучшим образом. Схема НП представляет собой оптимальную структуру организации хозяйственной деятельности хозяйствующего субъекта, выработанную с учетом соответствующих требований законодательства в качестве варианта оптимизации налогообложения согласно поставленным целям.

При осуществлении НП необходимо учитывать вероятность изменений в налоговом законодательстве, которые могут быть связаны с тенденциями в развитии налоговой политики, установлением новых форм и режимов налогообложения, корректировок налоговых ставок, отменой налоговых льгот и т.д. Оценка этой вероятности должна производиться на основе имеющейся информации с учетом существующих тенденций налоговой теории и политики.

Обычно изменения, которым подвергается налоговое законодательство, вступают в силу не сразу после принятия соответствующих документов, а по истечении определенного периода времени (вплоть до нескольких лет). Таким образом, сотрудники организации, создающие схемы налогового планирования, могут заранее ознакомиться с нормативными правовыми актами и понять, какие налоговые выгоды можно извлечь из их применения.

Самый ответственный период для создания новых схем налогового планирования – последние недели перед началом нового года, так как большинство изменений, способных выгодно оптимизировать налогообложение, вступают в силу с 1 января каждого года. В некоторых случаях требуется изменить те или иные положения учетной политики организации в целях налогообложения [1].

В Республике Беларусь, согласно Указу Президента Республики Беларусь, разрешается создание холдинга.

Холдинг – это объединение юридических лиц, в котором одно из юридических лиц – коммерческая организация является управляющей компанией холдинга в силу возможности оказывать влияние на решения, принимаемые другими юридическими лицами – участниками холдинга на основании владения 25% акций дочерних компаний холдинга [4].

В роли управляющей компании холдинга может выступать:

1) Юридическое лицо – коммерческая организация в силу возможности оказывать влияние на решения, принимаемые другими юридическими лицами – участниками холдинга (дочерними компаниями холдинга), на основании:

- владения 25 процентами и более простых акций (долей в уставных фондах) дочерних компаний холдинга;

- управления деятельностью дочерних компаний холдинга – унитарных предприятий, учрежденных управляющей компанией холдинга либо по отношению к которым управляющая компания холдинга приобрела статус учредителя по иным основаниям, предусмотренным законодательными актами, а также учреждений, созданных управляющей компанией холдинга;

- договора доверительного управления 25 процентами и более простых акций дочерних компаний холдинга;

- иного договора, в соответствии с которым управляющей компанией холдинга приобретаются права по управлению деятельностью дочерних компаний холдинга (далее – иной договор);

2) Физическое лицо – собственник имущества унитарных предприятий, простых акций хозяйственных обществ в размерах 25%, осуществляет управление этими коммерческими организациями без образования управляющей компании холдинга.

В состав холдинга могут входить как белорусские субъекты хозяйствования, так и иностранные предприятия только в форме ООО, ОДО, акционерных обществ и унитарных предприятий.

В состав участников холдинга не могут входить:

- организации, которые могут каким-либо образом осуществлять управление управляющей организацией (собственником): в силу договора доверительного управления имуществом, доверенности, косвенного владения пакетами акций (долями в уставном фонде) через третьих лиц;

- дочерние организации второго уровня, т.е. организации, на решения которых оказывают влияние дочерние организации самого холдинга.

- нерезиденты, зарегистрированных в государствах, с которыми у Беларуси отсутствуют международные соглашения, предусматривающие обмен информацией по налоговым вопросам [4].

Налоговое планирование с созданием холдинга:

При передаче средств участником холдинга в управляющую компанию образуется сумма сокращения налоговых платежей в части: НДС и налога на прибыль. При получении средств из централизованного фонда участником холдинга также не уплачиваются: НДС и налог на прибыль. Аналогичная ситуация, если передаются средства от управляющей компании участнику 1, 2 и 3. Таким образом, при передаче средств от управляющей компании к участнику либо от участника к управляющей компании, не возникает обязанности уплаты налоговых платежей и сумма, остающаяся в распоряжении предприятия, равна той сумме, которая была передана от управляющей компании.

Таблица 1 – Налоговое планирование в деятельности предприятий при условии создания холдинга.

	Управляющая компания	Участник 1	Участник 2	Участник 3
Направление средств в централизованный фонд:		100 000 000	-	-
НДС	x	X	-	-
Налог на прибыль	x	X	-	-
Получение средств из централизованного фонда:		-	60 000 000	-
НДС	x	-	X	-
Налог на прибыль	x	-	X	-
Получение средств из централизованного фонда:		-	-	40 000 000
НДС	x	-	-	X
Налог на прибыль	x	-	-	X
ИТОГО Σ переданных средств:	-	100 000 000	-	-
ИТОГО Σ остающиеся в распоряжении предприятия:	-	-	60 000 000	40 000 000

Источник: собственная разработка

Налоговое планирование без создания холдинга:

В случае, если субъекты хозяйствования взаимодействуют между собой без создания холдинга, то при передаче средств от предприятия 1 к предприятию 2, возникает уплата налога на добавленную стоимость (НДС) в размере 20%, так как обороты по безвозмездной передаче товаров, работ и услуг признаются объектами налогообложения. У предприятия 2, которое получило средства от предприятия 1, возникает налоговая база по налогу на прибыль, так как эта сумма внереализационных доходов, полученных им от предприятия 1. Таким образом, при передаче средств от предприятия 1 к предприятию 2 в сумме 100 млн. руб., сумма налогов по предприятию 1 составит более 16 млн. руб., а по предприятию 2 – 18 млн. руб.. Таким образом, сумма, оставшаяся в распоряжении предприятия 2 составит 82 млн. руб., а общая сумма израсходованных средств предприятием 1 равна более 116 млн.

Таблица 2 – Налоговое планирование в деятельности предприятий без создания организационной структуры холдинга.

	Предприятие 1	Предприятие 2
Передача средств	100 000 000	-
НДС	16 666 667	-
Налог на прибыль	X	-
Полечение средств	-	100 000 000
НДС	-	X
Налог на прибыль	-	18 000 000
ИТОГО Σ налогов:	16 666 667	18 000 000
ИТОГО Σ остающаяся в распоряжении предприятия:	-	82 000 000
ИТОГО общая Σ израсходованных средств:	116 666 667	-

Источник: собственная разработка

При взаимодействии предприятий без образования холдинга, возникает дополнительная налоговая нагрузка в размере 20% от переданной суммы. При сравнении функционирования предприятий в структуре холдинга видим, что налоговые платежи при аналогичных условиях не уплачиваются.

Таблица 3 – Сравнение налоговой нагрузки при условии создания организационной структуры холдинга и без создания холдинга.

Показатели	С созданием холдинга		Без создания холдинга	
	Управляющая компания	Участник 1	Предприятие 1	Предприятие 2
Передача средств, млн.руб.		100 000 000	100 000 000	
Получение средств, млн.руб.	100 000 000	-	-	100 000 000
Σ налогов, млн.руб.	-	-	16 666 667	18 000 000
Налоговая нагрузка при передаче средств	-	-	16,7%	18,0%

Источник: собственная разработка

Таким образом, можно сделать выводы о том, что:

- 1) объединение участников в структуру холдинг позволяет обеспечить устойчивое положение предприятий на рынке;
- 2) движение денежных средств от одного участника холдинга к другому не подлежит налогообложению, что обеспечивает снижение налоговой нагрузки в рамках налогового законодательства;
- 3) взаимодействие участников в структуре холдинг позволяет привлечь дополнительные инвестиции и повысить стоимость компании;
- 4) направление средств из централизованного фонда участникам холдинга обеспечивает:
 - техническое перевооружение, реконструкцию и модернизацию основных средств предприятия;
 - внедрение результатов научных исследований в деятельность предприятий;
 - увеличение оборотных средств предприятий.

Список цитированных источников

1. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Налоговое_планирование.
2. Брызгалин, А.В. Налоговая оптимизация: принципы, методы, рекомендации, арбитражная практика [Текст] / А.В. Брызгалин, В.Р. Берник, А.Н. Головкин; под ред. к.ю.н. А.В. Брызгалина. 2-е изд., перераб. и дополненное. – Екатеринбург: Налоги и финансовое право, 2005. – 304 с.
3. Тихонов, Д. Налоговое планирование и минимизация налоговых рисков / Д. Тихонов, Л. Липник. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 253 с.
4. Указ Президента Республики Беларусь от 25 декабря 2009 г. № 660 «О некоторых вопросах создания и деятельности холдингов в Республике Беларусь».

ФОРМИРОВАНИЕ ХОЛДИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Цель настоящей работы заключается в исследовании создания и функционирования холдинга. В последнее время в Республике Беларусь холдингами называют объединения коммерческих структур, в которых отношения между управляющей компанией и дочерними подразделениями регулируются не только правом собственности или мерой участия в уставном капитале, сколько посредством тех или иных форм договорных отношений, определяемых действующим законодательством.

Холдинг – это объединение юридических лиц (участников холдинга), в котором одно из юридических лиц – коммерческая организация является управляющей компанией холдинга в силу возможности оказывать влияние на решения, принимаемые другими юридическими лицами – участниками холдинга (дочерними компаниями холдинга) на основании владения 25% акций (долей в уставных фондах) дочерних компаний холдинга [1].

Преимущество холдинга определяется тем, что он противопоставляет конкуренции эффективную альтернативу – объединение. Однако, одним из наиболее существенных преимуществ холдингов является возможность перераспределения средств между участниками холдинга. Так, управляющая компания холдинга вправе на основании договора доверительного управления либо иного договора формировать централизованный фонд за счет отчислений от прибыли участников.



Рисунок 1 – Функционирование холдинга

Источник: собственная разработка

Из данного рисунка, мы видим, что участники 1, 2 и 3 получают прибыль. Данная прибыль, направленная участниками холдинга на формирование централизованного фонда, налогом на прибыль не облагается. Участник 3 отчисляет 0,88% управляющей компании и 0,12% государственному бюджету, что представляет собой налог на дивиденды. В свою очередь средства поступившие в централизованный фонда направляются управляющей компанией холдинга его участникам на условиях, определенных решением уполномоченного органа управления управляющей компании холдинга, в соответствии с законодательством на:

1) Финансирование капитальных вложений производственного назначения (включает в себя: приобретение объектов основных средств, предназначенных для предпринимательской деятельности; строительство в форме возведения и создания объектов основных средств используемых в предпринимательской деятельности и реконструкцию, модернизацию объектов основных средств, используемых в предпринимательской деятельности);

2) Финансирование научно-исследовательских работ;

3) Финансирование программ по энергосбережению и внедрению энергоэффективных технологий;

4) Предоставление займов;

5) Погашение кредитов банка [1].

Основное общество, или же управляющая компания занимается:

- разработкой общей концепции развития холдинга;

- формированием единой стратегии инвестиционной и финансовой деятельности;

- управлением дочерними предприятиями;

- сбытом готовой продукции и закупкой материальных ресурсов.

В свою очередь, дочернее общество, или его еще называют участником холдинга, выполняет следующие функции:

- предоставление отчетной информации о выполнении планов развития;

- применение в деятельности ключевых разработанных процессов;

- поддержание единой общекорпоративной культуры.

Стоит отметить, что в РФ существует простой и сложный тип холдинга. Простой холдинг, представляет собой одно материнское общество или несколько контролируемых им дочерних обществ. Сложный холдинг – это, когда материнская компания стоит во главе всей структуры холдинга и именуется холдинговой компанией.

В зависимости от способа установления контроля головной компании над дочерними фирмами выделяют:

1. имущественный холдинг, в котором материнская компания владеет контрольным пакетом акций дочерней;

2. договорной холдинг, в котором у головной компании нет контрольного пакета акций дочернего предприятия, а контроль осуществляется на основании заключённого между ними договора.

В зависимости от видов работ и функций, которые выполняет головная компания, различают:

1. чистый холдинг, в котором головная компания владеет контрольными пакетами акций дочерних предприятий, но сама не ведёт никакой производственной деятельности, а выполняет только контрольно-управленческие функции;

2. смешанный холдинг, в котором головная компания ведёт хозяйственную деятельность, производит продукцию, оказывает услуги, но при этом выполняет и управленческие функции по отношению к дочерним предприятиям.

С точки зрения производственной взаимосвязи компаний выделяют:

1. интегрированный холдинг, в котором предприятия связаны технологической цепочкой. Этот тип холдингов получил широкое распространение в нефтегазовом комплексе, где под руководством головной компании объединены предприятия по добыче, транспортировке, переработке и сбыту продукции;

2. конгломератный холдинг, который объединяет разнородные предприятия, не связанные технологическим процессом. Каждое из дочерних предприятий ведёт свой бизнес.

В зависимости от степени взаимного влияния компаний различают:

1. классический холдинг, в котором головная компания контролирует дочерние фирмы в силу своего преобладающего участия в их уставном капитале. Дочерние предприятия, как правило, не владеют акциями головной компании, хотя абсолютно исключить такую возможность нельзя. В ряде случаев они имеют мелкие пакеты акций материнской компании;

2. перекрестный холдинг, при котором предприятия владеют контрольными пакетами акций друг друга. Такая форма холдингов характерна для Японии, где банк владеет контрольным пакетом акций предприятия, а оно обладает контрольным пакетом акций банка. Таким образом, происходит сращивание финансового и промышленного капитала, что, с одной стороны, облегчает предприятию доступ к финансовым ресурсам, имеющимся у банка, а с другой стороны, даёт банкам возможность полностью контролировать деятельность дочерних фирм, предоставляя им кредиты [2].

Таким образом, можно сделать вывод, что холдинг имеет следующие преимущества:

1) объединение может выступать в качестве единого субъекта;

2) его участниками являются хозяйственные общества (акционерные общества, общества с ограниченной ответственностью);

3) объединение проводит единую политику (инвестиционную технологическую, производственно-хозяйственную, финансовую или научно-техническую);

4) объединение позволяет снизить налоговую нагрузку как для управляющей компании, так и для участников холдинга.

Список цитированных источников

1. Указ Президента Республики Беларусь № 660 от 28.12.2009 г. «О некоторых вопросах создания и деятельности холдингов в Республике Беларусь».

2. Шиткина, И.С. Холдинги. Правовое регулирование экономической зависимости. Управление в группах компаний: учебное пособие / И.С. Шиткина. 2008. – 552 с.

ПЕРСПЕКТИВЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ИНФРАСТРУКТУРНЫХ ПРОЕКТОВ В СТРАНАХ ЕЭП

Происходящие в мире процессы – финансово-экономические кризисы, вооруженные конфликты, смены политических режимов, техногенные катастрофы, самым непосредственным образом отражающиеся на экономиках государств, побуждают их инициировать процессы экономической интеграции или включаться в такие процессы путем вступления в созданные интеграционные объединения и заключать соответствующие международные договоры.

Одним из ключевых и крупнейших геополитических событий 2012 года, способным кардинально изменить мировую экономику на евразийском континенте, отечественные и зарубежные исследователи называют начало функционирования Единого экономического пространства Российской Федерации, Республики Беларусь и Республики Казахстан.

В последние годы тема развития инфраструктуры, организации финансирования её создания, модернизации и расширения, а также последующей эксплуатации стала особенно популярной во всем мире.

Это и не удивительно, поскольку при всех различиях в уровнях экономического развития разных стран, их политических устройств, развитие человечества идет в одном направлении, и перед людьми, проживающими в разных уголках земного шара, стоят одинаковые глобальные проблемы и задачи – обеспечение возможности удовлетворения их потребностей, соответствующих уровню развития цивилизации. Именно поэтому специалисты относят к инфраструктурным проектам проекты, связанные с обеспечением населения страны энергетическими ресурсами, возможностью удобного, быстрого и безопасного перемещения, как людей, так и необходимых им грузов, с обеспечением населения чистой водой и утилизацией отходов, с обеспечением необходимого уровня организации образования и охраны здоровья.

Обеспечение удовлетворения всех этих потребностей на той или иной территории земного шара является обязанностью государства, расположенного на этой территории. Для решения стоящих перед ними задач государства составляют программы, на реализацию которых используют средства государственных бюджетов.

В странах постсоветского пространства на протяжении более двух десятков лет новые объекты инфраструктуры почти не возводились, а эксплуатировались созданные ещё во времена Советского Союза. При этом предельный срок эксплуатации многих объектов подходит к концу. Поэтому данные страны стоят перед потребностью в росте капиталовложений по широкому фронту одновременно.

Интеграция России, Беларуси и Казахстана не возможна без развитой общей инфраструктуры. Для ее создания в рамках Единого экономического пространства необходимо провести совместную работу по разработке и осуществлению инфраструктурных проектов.

Для координации работы по осуществлению инфраструктурных проектов и последующего контроля необходимо создать «Единый инфраструктурный центр ЕЭП», который позволит более эффективно осуществлять совместную работу по реализации общих проектов.

Так же необходимо создать единые транспортные зоны ЕЭП по видам транспорта, функционирующие по гармонизированным административным правилам и единым техническим нормативам. Основой транспортных зон станет устойчивая система, включающая в себя международные транспортные коридоры, крупные транспортные узлы, транспортно-логистические центры и другие ключевые элементы транспортной инфраструктуры. В целях развития единых транспортных зон необходимо осуществлять совместные инвестиционные проекты по развитию инфраструктуры и производству подвижного состава, а также совместные меры по поддержке транспортных компаний государств-членов ЕЭП.

Для реализации проекта по созданию общей инфраструктуры ЕЭП необходимо активизировать внедрение инноваций и расширить использование высоких технологий в строительстве дорог и других инфраструктурных объектов. Так же необходимо формировать в строительной отрасли современную научно-исследовательскую базу и развивать взаимовыгодное международное научно-техническое сотрудничество.

К основным механизмам реализации скоординированной (согласованной) инфраструктурной политики относятся:

1) совершенствование нормативно-правовой базы и методов межгосударственного регулирования развития общей инфраструктуры ЕЭП, обеспечивающих достижение целей и решение задач скоординированной инфраструктурной политики;

2) осуществление совокупности мер по финансовому обеспечению программ и проектов, реализуемых в рамках скоординированной инфраструктурной политики;

3) создание эффективной наднациональной административной системы по управлению скоординированной инфраструктурной политикой в форме «Единого инфраструктурного центра ЕЭП»;

4) совершенствование механизмов компенсации вреда, причиняемого автомобильным дорогам транзитными транспортными средствами при перевозках тяжелых и опасных грузов;

5) развитие механизма государственно-частного партнерства при строительстве дорог в границах международных транспортных коридоров.

Полноценное решение ряда ключевых задач скоординированной (согласованной) инвестиционной политики возможно только за пределами 2020 года. Это связано с тем, что многие инвестиционные проекты, связанные с развитием транспортной инфраструктуры и созданием новых транспортных коридоров, требуют очень больших затрат времени и ресурсов.

Таким образом, целесообразна разработка долгосрочного сценария, который будет учитывать потенциальные возможности развития единого транспортного пространства Беларуси, Казахстана и России в более отдаленной перспективе.

Это сценарий предполагает выделение значительных инвестиций на развитие транспортного коридора Западная Европа – Западный Китай по направлению

Санкт-Петербург (Минск) – Москва – Казань – Екатеринбург – Астана – Алматы – Урумчи. Основой этого коридора станут скоростные и высокоскоростные железнодорожные магистрали (ВСМ), часть из которых уже функционирует или проектируется.

В рамках этого сценария следует ожидать быстрого роста спроса на перевозки массовых стройматериалов и металлопроката (из-за резкого увеличения объемов транспортного строительства). Кроме того, следует ожидать существенно улучшения позиций стран-членов ЕЭП на рынке транзитных грузоперевозок (благодаря общему повышению скорости на отечественных железных дорогах и частичному размежеванию грузовых и пассажирских потоков).

Также можно ожидать опережающую динамику спроса на пассажирские перевозки высокоскоростным железнодорожным транспортом, в том числе транзитные. По экспертным оценкам ИНП РАН, доля государств-членов ЕЭП на рынке грузовых транзитных перевозок по направлению Азия-Европа-Азия к 2030 году способна вырасти до 3-5%.

Особо следует указать на ожидаемое изменение образа жизни в регионах, примыкающих к новым инфраструктурным объектам. Благодаря феномену «сжатия экономического пространства» значительно поменяются структура занятости и точки размещения производства. Население получит возможность регулярно ездить на работу с территорий, которые сейчас считаются отдаленными, а предприятия, которые сейчас вынужденно тяготеют к источникам трудовых ресурсов, можно будет выносить в другие регионы.

Возможные транспортные коридоры представлены на рисунке 1.

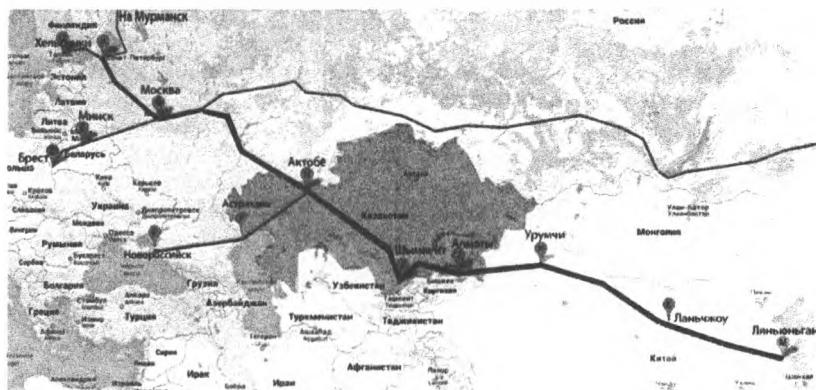


Рисунок 1 – Модель реализации инфраструктурного проекта в странах ЕЭП

Синей линией на рисунке обозначен международный автомобильный коридор Европа – Зап. Китай, красными линиями – инфраструктура железнодорожного транспорта.

Для оценки эффектов от инфраструктурной интеграции необходимо рассчитать темп прироста грузооборота. Темп прироста находится по формуле

$$T_{ПР} = 100\% * (Y_1 - Y_0) / Y_0,$$

где Y_1 – показатель грузооборота в предыдущем периоде; Y_0 – показатель грузооборота в текущем периоде.

Расчет будем производить на основе прогнозных данных, представленных в таблице 1.

Таблица 1 – Объемы взаимного грузообмена между государствами-членами ЕЭП в 2012-2020 гг., тыс. т.

Рассматриваемый регион	2011	2012	2020	Удельный вес в объеме, %
1	2	3	4	5
Общий объем грузообмена	144498,5	156245	166674	100
<i>В том числе между:</i>				
Беларусью и ТС	55773	64791	69327	20
Казахстаном и ТС	144244	91859	102882	30
Россией и ТС	88980	155840	161138	50

Таким образом, для Беларуси эффект от единой инфраструктурной политики выразится в том, что дополнительный прирост грузооборота в 2020 г. составит примерно 5% (по сравнению с вариантом развития без инфраструктурной интеграции), в том числе прирост грузооборота в сообщении со странами ЕЭП – 7%, а прирост грузооборота с третьими странами – 3,2%.

Для Казахстана дополнительный прирост грузооборота в 2020 году составит примерно 8,5% (по сравнению с вариантом развития без инфраструктурной интеграции), в том числе прирост грузооборота в сообщении со странами ЕЭП – 12%, а прирост грузооборота с третьими странами – 7,7%.

Для России дополнительный прирост грузооборота в 2020 году составит примерно 0,5% (по сравнению с вариантом развития без инфраструктурной интеграции), в том числе прирост грузооборота в сообщении со странами ЕЭП – 3,4%, а прирост грузооборота с третьими странами – 0,47%.

УДК 334.72

Диковицкая Д. В., Купцова О. В.

Научный руководитель: ст. преподаватель Сметюх А. В.

ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ КЛАСТЕРИЗАЦИИ РЕГИОНОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Целью работы является обоснование возможности кластеризации региональной экономики как перспективного направления инновационного экономического развития.

Объект исследования – Брестская область как система взаимодействующих комплексов (экономического, социального, логистического).

Предмет исследования – теоретические и методические аспекты обеспечения кластеризации региона как целостной системы.

Новым направлением развития экономики является региональная кластеризация, которая в последнее время находится в центре пристального внимания научной общественности, национальных правительственных структур и бизнеса. В современных условиях регионы являются основой для развития конкурентоспособной национальной экономики [1, 2, 3]. Успешная деятельность таких региональных кластеров, как «Кремниевая долина» (США), «Кембридж» (Великобритания), «Баден-Вюртенберг» (Германия), «Эмилия-Романия» (Италия)

подтверждает, что прочные конкурентные преимущества в современной глобальной экономике создаются на региональном (локальном) уровне [3, 4].

Региональная кластеризация представляет собой процесс, формирующий экономические, социальные и институциональные отношения для достижения поставленной цели, ведущий к созданию разных типов кластеров на определенной территории. Многоаспектность понятия региональной кластеризации подразумевает исследование следующих составляющих:

- регион (территория) как административно-территориальная единица, а также как среда развития и размещения производительных сил;
- система отношений, которая возникает между экономическими субъектами на определенной территории и формирование среды, определяющей развитие данных отношений;
- факторы, способные дать толчок системе отношений между экономическими субъектами, которые взаимодействуют на определенной территории.

Основой региональной кластеризации является совокупность различных теорий и концепций, которые раскрывают много сторон исследуемого явления. Следует выделить несколько теоретических направлений, на которых базируется региональная кластеризация.

Первая группа включает теории, в которых региональная кластеризация рассматривается как одна из эффективных форм территориального размещения производства и повышения конкурентных преимуществ производителей (например, теория конкурентных преимуществ М. Портера, концепция региональных кластеров М. Энрайта и др.).

Вторая группа теорий – различные подходы новой институциональной теории, так как сам кластер следует рассматривать как современный институт, которые сочетают систему формализованных и неформализованных отношений его участников между собой и с внешним окружением.

Третья группа теорий рассматривает региональную кластеризацию с точки зрения эволюционной теории и связывает тенденции распространения кластеров на определенной территории с развитием инновационной деятельности его участников и адаптацией к вызовам внешней среды.

Очевидно, что в рамках одного теоретического подхода невозможно раскрыть многоаспектность региональной кластеризации, так как каждая группа теоретических подходов акцентирует внимание на определенных свойствах исследуемого объекта.

Применительно к региональной кластеризации как объекту исследования важно отметить, что «региональная кластеризация» выступает как система с определенной совокупностью элементов, объединенных формой взаимодействия или взаимозависимости для выполнения заданной функции. При этом региональная кластеризация как система, обладает всеми её признаками, к которым следует отнести: множество элементов; целостность; многоуровневость; целеопределенность; открытость, адаптивность и гибкость; временной характер существования и другие системные признаки.

В практике наблюдаются различные способы взаимодействия субъектов кластера:

- 1) концентрация средних и мелких фирм вокруг крупной компании (Япония);

2) взаимодействие крупных, средних и малых предприятий с университетами и исследовательскими институтами (Финляндия, Франция, Германия);

3) концентрация малых и средних предприятий без связи с университетами и исследовательскими институтами, то есть «равноправное» сотрудничество предприятий малого, среднего и крупного бизнеса (например, ремесленные или антикварные кластеры в Италии);

4) концентрация предприятий в одном регионе и максимальное использование природного, научного, кадрового потенциала (США).

Таким образом, взаимодействие субъектов имеет свою специфику в разных странах.

Кластеры предприятий в значительной мере более эффективные и жизнеспособные, если они включают в себя всех экономических субъектов, с которыми фирмы взаимодействуют. Среди участников необходимо особо выделить следующих:

- поставщиков сырья и оборудования;
- потребителей товаров и услуг малых и средних предприятий;
- лаборатории по лицензированию и контролю (как частные, так и государственные);
- промышленные ассоциации;
- консалтинговые организации, научные и образовательные институты;
- органы региональной власти;
- различные финансовые институты.

Региональная кластеризация обладает рядом отличительных признаков:

- целостность – проявляется в таких свойствах интегрированных структур, как эмерджентность и синергизм;
- многоуровневость – подтверждается сложностью структуры, числом уровней иерархии, многообразием элементов и связей;
- целеопределенность – указывает на подчиненность определенной цели;
- адаптивность и гибкость – возможность приспосабливаться и изменяться к условиям внутренней и внешней среды.

Исходя из выявленных свойств, представляется необходимым уточнить функции региональной кластеризации, среди которых выделяются: организационная, координирующая, стимулирующая, распределительная, информационная, инновационная и другие. Реализация данных функций выражается:

- в установлении и долгосрочных отношений между субъектами регионального кластера (организационная функция);
- в развитии стратегически взаимовыгодных межотраслевых связей и концентрации материальных, трудовых, финансовых, информационных и других ресурсов в перспективных направлениях региональной экономики (координирующая функция);
- в развитии «точек роста» национальной экономики, повышающих устойчивость развития экономики страны (стимулирующая функция);
- в получении положительного синергетического эффекта и конкурентных преимуществ (стимулирующая функция);
- в преодолении узкоотраслевой специализации экономики региона, так как формируется многоаспектный подход к развитию региона с учётом потенциала региональных экономических субъектов (распределительная функция);

– в развитии инновационной активности региона, поскольку в кластер включены, как специализированные промышленные фирмы, так и фирмы-поставщики, научные организации по разработке современных технологий и сферы НИОКР в целом, которые приспосабливают свои услуги к нуждам доминирующей в регионе отрасли промышленности (инновационная функция);

– в зарождении социальных отношений и формировании социальных сетей через которые происходит обмен знаниями, осуществляется приток информации (информационная и инновационная функции).

В целом, кластеры, повышая конкурентоспособность региона, влияют на его устойчивое развитие. Это осуществляется посредством повышения производительности предприятий, входящих в кластерное образование, через внедрение инноваций, стимулирование развития новых направлений регионального бизнеса, использование ресурсосберегающих технологий, способствующих соблюдению требований в области охраны окружающей среды.

В качестве объекта исследования взята Брестская область, проанализируем ситуацию развития кластеризации в нашей области:

- Заинтересованность региональной администрации в создании условий для развития процессов кластеризации объясняется рядом значимых факторов: для региональной администрации кластеры – это, прежде всего, наиболее современный, удобный инструмент в промышленной политике; кластер – это хорошая площадка для взаимодействия с бизнесом; кластер выступает и как средство эффективного распределения полномочий при большом объеме возложенных на региональную администрацию задач.

- Создание конкретных регионально-экономических условий для развития кластеров зависит от множества факторов: от стадии развития кластера, жизненного цикла входящих отраслей, состояния бюджета региона, приоритетов кластера, рыночных дефицитов и предпочтений. На разных стадиях развития кластеров требуются разные виды поддержки.

- Можно предположить, что органы власти Брестской области могут стать главным или одним из главных инициаторов поддержки конкурентоспособных кластеров, поскольку:

- кластер как система самоорганизации бизнеса обладает большей экономической устойчивостью, что позволяет строить более надежные прогнозы развития региональной экономики и решения социальных проблем;

- зарубежный опыт позволяет надеяться, что при успешном развитии кластера будет обеспечен экономический рост региона, в том числе, рост инвестиционной привлекательности;

- наличие кластера как партнера региональной администрации позволяет лучше понимать основные социально-экономические проблемы региона и строить систему корректирующих воздействий.

- Брестская область создает благоприятные условия для активизации процессов региональной кластеризации, прежде всего посредством активного создания в регионе благоприятного инвестиционного климата. Кроме того, кластеризации способствуют Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2011-2015 гг. [5], которой предусмотрено содействие в формировании 6 инновационно-промышленных кластеров.

• В числе главных инициатив области в поддержке конкурентоспособных кластеров (ведущим из которых является автомобильный) можно отметить следующие:

- инициативы по совершенствованию налоговых условий (в частности, реструктуризация сроков уплаты налогов);
- инициативы по совершенствованию условий землепользования (в частности, снижение выкупной земельной ставки);
- инициативы по совершенствованию образования и науки (посредством совместного учредительства учебных заведений профессионального образования и адаптации знаний);
- инициативы по совершенствованию инвестиционных условий;
- инициативы по поддержке и развитию инициатив самого кластера.

В качестве вывода следует отметить, что кластеризация в Брестской области, кластеры – являются потенциальными, а не реальными, поскольку, во-первых, неформальные взаимоотношения с субъектами кластера не развиты; во-вторых, совместные проекты пока еще не осуществляются; в-третьих, слабые неформальные отношения не способствуют снижению транзакционных издержек; в-четвертых, взаимоотношения с общественными организациями, образовательными и научно-исследовательскими институтами не тесные. Таким образом, ключевая роль в развитии кластеров в условиях белорусской экономики отводится государству, что предполагает использования административных и стимулирующих методов воздействия.

Также на основе проведенного исследования предложим следующее понятие региональной кластеризации – это система отношений, складывающаяся на определенной территории между субъектами бизнеса, государственными и общественными поддерживающими институтами с целью достижения взаимодействующих сторон кластера согласованных экономических интересов. Принципиальными в определении региональной кластеризации являются системный характер отношений, определенная территория, разнообразие взаимодействующих сторон и экономический интерес, обуславливающий их взаимодействие.

Региональная кластеризация, являясь парадигмой экономического развития, выступает основой инновационного развития экономики, средством повышения конкурентоспособности регионов, формой государственно-частного партнерства и др.

Список цитированных источников

1. Яшева, Г.А. Кластерный подход в повышении конкурентоспособности предприятий / Г.А. Яшева. – Витебск: ВГТУ, 2007. – 301 с.
2. Enright, M. Regional Clustering in Australia / M. J. Enright, B. H. Roberts // Australian Journal of Management. – 2001. – Vol. 26, №4. – P. 65 – 86.
3. Cluster analysis and cluster-based policy making: the state of the art. In Cluster Analysis and Cluster-based Policy: New perspectives and Rationale in Innovation Policy /T. Roelandt, P. den Hertog // Organisation for Economic Cooperation and Development [Electronic resource]. Paris, 1999. – Mode of access: <http://www.oecd.org/dataoecd/56/46/2368978.pdf> . – Date of access: 10.08.2010.
4. Портер, М. Конкуренция / М. Портер. – Пер. с англ. – М.: Изд. дом Вильямс, 2005. – 608 с.
5. Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2011 – 2015 год [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://www.government.by/upload/docs/file5a5cae06fafe4b28.PDF>. Дата доступа: 28.02.2015.

МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОЕКТНО-ИЗЫСКАТЕЛЬСКИХ РАБОТ

Конкурентоспособность объекта определяется по отношению к определенной группе покупателей либо к конкретному рынку. В условиях рыночных отношений конкурентоспособность – это главный фактор успеха любого предприятия. Существует огромное количество факторов, которые влияют на конкурентоспособность предприятия как положительным, так и отрицательным образом.

В общем виде конкурентоспособность может пониматься как умение конкурировать со схожими объектами на определенном рынке, используя при этом свои положительные стороны для достижения цели [1].

В настоящее время стало возникать все большее количество споров между заказчиками и подрядными организациями по поводу несвоевременной оплаты заказчиком за выполненные проектные (изыскательные работы). Несвоевременная оплата заказчиком прямым образом влияет на конкурентоспособность предприятия заказчика. Поэтому хотелось бы рассмотреть данную проблему глубже и предложить свой способ решения.

При разработке бизнес-планов инновационных проектов большое значение имеют характеристики проекта, которые позволяют оценивать финансовый риск организации. Основными показателями степени риска являются срок окупаемости проекта и внутренняя норма рентабельности.

Кроме этого, проводится оценка риска самого инвестиционного проекта. Вашему вниманию предлагается анализ одного из видов финансового риска, который может возникнуть при привлечении банковского кредита на реализуемый проект. На наш взгляд, это особенно важно для проектных организаций, потому что этому риску подвергаются заказчики инвестиционных проектов, для которых работают проектировщики. И этому есть причины.

Во-первых, при предоставлении кредитов банки подвергаются наименьшему риску, поскольку любой кредит, как правило, имеет обеспечение: залог или гарантии другой, более надежной, чем кредитуемое предприятие, организации.

Во-вторых, банки производят финансовые расчеты более квалифицировано: здесь и более узкая специализация операций, и более квалифицированные специалисты.

В таких условиях наблюдается асимметрия финансовых отношений между банком и кредитуемыми организациями. Чаще всего условия диктует банк, предлагая свой график расчета по кредиту, который выгоден банку и предусматривает минимальный риск для последнего.

Что касается риска кредитуемой организации, то она значительно выше, а методы, которые позволили бы оценить этот риск, пока еще недостаточно разработаны. Как, правило, это является источником проблем для руководства ор-

ганизации-заказчика, возникающих уже в процессе реализации инновационного проекта, и может привести к неплатежеспособности.

Для анализа ситуации рассмотрим пример финансового профиля инвестиционного проекта (рисунок 1), где ступенчатой линией показан размер финансирования по кредитной линии банка.

Потребность в капитале представляет собой непрерывную кривую, тогда как банк предоставляет денежные средства определенными порциями (ступенчатая линия, охватывающая финансовый профиль проекта в отрицательной части графика. То есть, размер привлекаемых денег реально должен быть больше, чем планировалось изначально. Уже это приводит к ухудшению финансового состояния предприятия).

Чтобы оценить инвестиционный проект предлагается ввести особую переменную, получаемую путем перемножения объема привлекаемых денежных средств на период кредитования. Эта переменная не отражает стоимость денег во времени, но позволяет оценивать объем инвестиционных ресурсов в случае, если сумма кредита меняется во времени, что часто имеет место при открытии банками кредитных линий.

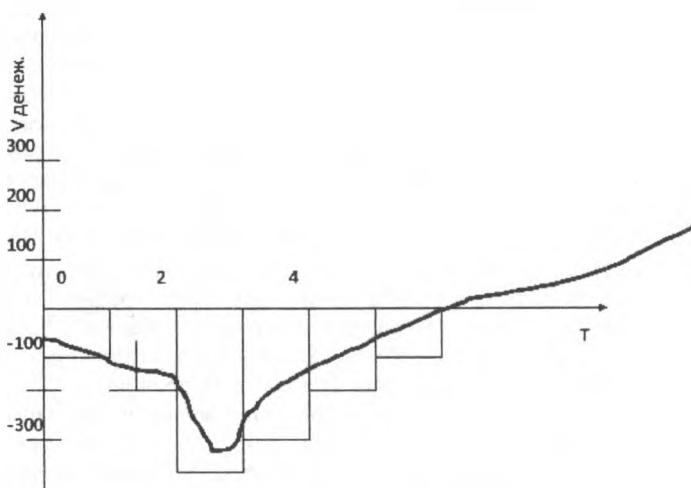


Рисунок 1 – Финансовый профиль инвестиционного проекта

Причем временной интервал должен соответствовать периоду выплаты процентов по кредиту: в годах, кварталах, месяцах. Эти величины связаны между собой зависимостью сложного процента, поэтому периоды выплаты процентов и основного долга имеют важное значение.

Процент ежегодный:

$$\%r = V \cdot Tr,$$

где V – объем денежных средств (млн. руб), T – период в годах.

Соответственно, $\%кв$ и $\%м$ находятся аналогично.

Если кредит в долларах или евро, то добавить в формулу соответствующее обозначение.

Для примера, представленного на рисунке расчет будет иметь вид.

Общий размер требуемых инвестиционных ресурсов для реализуемого проекта составляет:

$$V_{\text{тр}} = (100 \text{ млн.руб.} * 1 \text{ год}) + (200 \text{ млн. руб.} * 1 \text{ год}) + (400 \text{ млн. руб.} * 1 \text{ год}) + (300 \text{ млн.руб.} * 1 \text{ год}) + (200 \text{ млн. руб.} * 1 \text{ год}) + (100 \text{ млн.руб.} * 1 \text{ год}) = 1300 \text{ (млн. руб.)}$$

Характерной чертой для введенной переменной является удобство расчета денег, которые организация в конечном итоге должна будет вернуть банку за пользование кредитом.

При ставке $Q=21\%$ в год выплаты за пользование кредитом (% ПК) составят:

$$\% \text{ ПК} = V_{\text{тр}} * (Q/100\%) = 1300 * (21/100) = 273 \text{ млн. руб.}$$

Размер процентных выплат не зависит от графика заимствования, а только суммарного размера инвестиционных ресурсов и процентной ставки. Сроки выплат будут зависеть только от графика заимствования.

Рассматриваемая модель соответствует случаю, когда организация без задержек выплачивает проценты за привлеченные кредиты. В реальной жизни деньги у организации могут появиться после реализации продукции и услуг. Поэтому в рассматриваемой модели никакие другие источники денежных средств не учитываются. Поскольку для рыночных условий одним из принципов является самофинансирование субъектов хозяйствования, то модель с выплатами после появления выручки является более реалистичной.

В этом случае все ранее начисленные проценты, не покрытые организацией, могут быть включены в основной долг, еще более увеличивая размер привлекаемых инвестиционных ресурсов, а следовательно и размер процентных выплат по кредиту. Что ставит под угрозу расчет по счетам организации с другими субъектами хозяйствования. В этом случае банк не теряет своей выгоды, но вся дополнительная финансовая нагрузка ложится на организацию, ухудшая ее финансовое положение и платежеспособность.

На основании выше сказанного можно сделать следующие выводы:

Во-первых, организациям надо тщательно анализировать условия кредитования проектов, чтобы своевременно избежать кредитной ловушки, когда организация самостоятельно не может покрыть свои обязательства перед банком.

Во-вторых, решающими факторами снижения финансовых рисков являются: сокращение сроков до получения выручки, увеличение доли выручки, направляемой на покрытие кредита, приемлемая для проекта процентная ставка, гибкая по отношению ко времени система привлечения денежных средств.

В-третьих, наиболее весомыми рычагами поддержки организаций могут быть: отсрочка платежей по кредитным процентам, дивидендам или освобождение от них в отдельные периоды времени. Особенно это важно на первых порах, когда у организации еще нет выручки от реализуемого проекта.

Список цитированных источников

1. Воронов Д.С. Оценка конкурентоспособности предприятий. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.kpilib.ru/article.php?page=207> – Дата доступа: 14.03.2015.

УДК 693.22.004.18

Дьякону А.Д

Научный руководитель: доц. Куган С.Ф

РЕКЛАМНАЯ КОМПАНИЯ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЧПУП «АЛДПРОЕКТ»

Результаты исследования показали, что предприятие ЧПУП «АЛДпроект» в последние годы своего существования является сильным конкурентом на рынке. Однако для того, чтобы удерживать свои позиции, более того повышать их, необходимо постоянно проводить мероприятия, позволяющие эти позиции сохранить [1].

Основной целью деятельности ЧПУП «АЛДпроект» на 2014–2015 год является выпуск качественной конкурентоспособной проектно-сметной документации для строительства, реконструкции и ремонта зданий и сооружений III и IV классов сложности. Для большего повышения конкурентоспособности «АЛДпроект» считаем возможным предложить следующие мероприятия.

Проведение усиленной рекламной кампании для повышения конкурентоспособности ЧПУП «АЛДпроект». Стоит принять во внимание то, что предприятие имеет достаточную известность. Предложенная разработка даст нам возможность поддержать положительный имидж ЧПУП «АЛДпроект». В 2015 году руководство ЧПУП «АЛДпроект» продолжает закреплять свои позиции на рынке проектных услуг, доказывая своим потенциальным заказчикам свою надежность и солидность. Предприятию необходимо привлечь новых клиентов на уже сформировавшийся потребительский рынок и содействовать привлечению потенциальных клиентов. Для того, чтобы решить эти задачи мы предлагаем ввести активную рекламную кампанию, при успешной реализации которой оптимизируются расходы на рекламу и увеличится ее эффективность. Выбирая каналы рекламы необходимо учитывать широкий охват аудитории, а также постоянный контакт предприятия с заказчиками. Широкий охват необходим для обеспечения большого притока клиентов, а частота контактов позволит стимулировать покупателей. Проведение рекламной акции является одним из важнейших факторов эффективного функционирования любого предприятия.

Для того, что правильно расставить приоритеты и разработать для предприятия сильную рекламную кампанию посмотрим, на какие каналы рекламы в данный момент обращает внимание потенциальный заказчик. Больше внимание потенциальные потребители в основном обращают на рекламу, размещенную на телевидении, в газетах, в журналах, в транспорте, а также на радио. Не стоит забывать о рекламе, размещенной на щитах (биллбордах), которая в настоящее время пользуется высоким спросом.

Одним из способов рекламы мы рекомендуем выбрать телевидение. Реклама на таком канале как ОНТ, более, чем положительно скажется на имидже «АЛДпроект». Как известно малое количество организаций из данной отрасли рекламировало свои услуги в эфирах телевидения. Поэтому данный вид рекламы прямым образом привлечет внимание будущих клиентов. Массового охвата аудитории можно добиться при ротации рекламы на радио, поэтому рекомен-

днем воспользоваться записью рекламного ролика и предлагать свои услуги на популярной радио-волне 101.2, которое слушает большее количество водителей транспортных средств (они могут быть потенциальными клиентами).

Реклама, размещенная на транспортных средствах, а также листовки, размещенные внутри них, несомненно, повлекут за собой положительный эффект. Так как листовки в транспорте выполняют задачи массового охвата аудитории.

Размещение рекламы на билбордах (рекламные щиты) популярно в данный момент и дает высокую эффективность. Преимуществом такого вида рекламы является то, что щиты всегда находятся на перекрестках, где оживлено движение – это является гарантией высокого охвата аудитории клиентов. Поэтому рекомендуем предприятию использовать данный вид рекламы хотя бы один раз в полгода.

Рекомендуем предприятию ЧПУП «АЛДпроект» для продвижения и увеличения популярности своей организации использовать интернет, а именно:

1. Размещение информации о предприятии и услугах, предоставляемых им на популярном сайте Виртуальный Брест virtualbrest.by.

2. Создание собственного веб-сайта, на котором будет содержаться вся информация о работе предприятия, с возможностью онлайн консультации.

3. Размещение на сайте пятиминутного ролика о работе предприятия.

Реализацию рекламной кампании на ЧПУП «АЛДпроект» рекомендуем проводить в четыре этапа. Рассмотрим их более подробно:

1. Подготовка.

На этом этапе необходимо установить цели и разработать рекламную стратегию, рассчитать бюджет. Заняться съемкой видеоклипа, а также обратиться в рекламные агентства для размещения рекламы на билбордах, в телевидении и газетах. Стоит уделить внимание контекстной рекламе (директ мейл).

2. Воздействие.

На данном этапе необходимо вводить начало работы рекламной кампании. Запуск всех предложенных выше способов рекламы, а именно (телевидение, газеты, билборды, листовки, реклама на сайте виртуальный Брест, реклама внутри транспорта).

3. Интенсивное поддержание рекламы.

На этом этапе необходимо отслеживать работу рекламной кампании и ее интенсивной, вести учет прибавившийся аудитории клиентов.

4. Повторный запуск рекламы.

В результате проведения данной рекламной кампании мы ожидаем увеличение клиентской базы на предприятии и как следствие увеличение всех экономических показателей. Предприятие сможет сохранить свои лидирующие позиции на рынке. ЧПУП «АЛДпроект» следует вести учет эффективности рекламы. Благодаря данному учету мы сможем получить точную информацию о результатах проведения рекламной кампании. В таблице 1 представлена стоимость на предложенных рекламных услуг на год.

Затраты на создание собственного сайта для ЧПУП «АЛДпроект» составят в 12 000 000 белорусских рублей. Рассчитаем суммарные затраты, которые понесет предприятие, используя данную рекламную кампанию по формуле 1.

Таблица 1 – Стоимость рекламных услуг.

Название рекламы	Стоимость услуги в месяц, млн. руб.	Рекомендуемый период использования	Стоимость за год, млн. руб.
1	2	3	4
Директ мейл	700 000	3 раза в год	2 100 000
Реклама на ОНТ	14 000 000	1 раз в год	14 000 000
Радио ролик	7 000 000	3 раза в год	14 000 000
Реклама в транспорте	4 200 000	2 раза в год	8 400 000
Биллборд	4 200 000	2 раза в год	8 400 000
Реклама на сайте Виртуальный Брест	1 000 000	6 раз в год	6 000 000

Источник: разработка автора, на основе данных, полученных из рекламного агентства.

Затраты на создание собственного сайта для ЧПУП «АЛДпроект» составят в 12 000 000 белорусских рублей. Рассчитаем суммарные затраты, которые понесет предприятие, используя данную рекламную кампанию по формуле 1.

$$S_{\text{затр.}} = S_{\text{дир.м}} + S_{\text{р.онт}} + S_{\text{рад.}} + S_{\text{р.тр.}} + S_{\text{билб.}} + S_{\text{р.на сайте}} + S_{\text{сайт}} \quad (1)$$

где $S_{\text{дир.м}}$ – затраты на директ мейл;

$S_{\text{р.онт}}$ – затраты на рекламу на телеканале ОНТ;

$S_{\text{рад.}}$ – затраты за ротацию на радио;

$S_{\text{р.тр.}}$ – затраты на рекламу в транспорте;

$S_{\text{билб.}}$ – затраты на рекламные щиты (биллборд);

$S_{\text{р.на сайте}}$ – затраты на рекламу на сайте Виртуальный Брест;

$S_{\text{сайт}}$ – затраты на создание собственного сайта.

$$S_{\text{затр.}} = 700\,000 + 14\,000\,000 + 7\,000\,000 + 4\,200\,000 + 4\,200\,000 + 1\,000\,000 + 12\,000\,000 = 43\,100\,000 \text{ бел. рублей.}$$

Из проделанных расчетов мы видим, что затраты которые понадобятся для проведения рекламных мероприятий составят 43 100 000 рублей. Рассчитаем эффективность, ожидаемую после проведения предложенных мероприятий по формуле 2.

$$\text{Эфф.} = \Pi / S_{\text{затр}} \quad (2)$$

где Π – общая прибыль (за 2015 год, приложение Б, строка 060).

$$\text{Эфф.} = 335\,000\,000 / 43\,100\,000 = 7,7$$

Рассчитаем за сколько окупятся предложенные мероприятия по формуле 3.

$$T = S_{\text{затр}} / \Pi \quad (3)$$

$$T = 43\,100\,000 / 335\,000\,000 = 0,13 = 1 \text{ мес.}$$

Отсюда следует, что затраты на осуществление предложенной рекламной компании очень быстро окупят себя, и ожидаемый эффект от предложенного мероприятия не заставит себя долго ждать. Затраты на рекламу окупятся в течение одного месяца.

Список цитированных источников

1. Анализ хозяйственной деятельности в промышленности: учебник / [В.И. Стражев и др.] – Минск: Вышэйшая школа, 2008. – 526 с.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА И ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА

В последнее время все более актуальными становятся вопросы, связанные с инвестиционной привлекательностью и потенциалом, причем в качестве объекта оценки рассматриваются страны, хозяйственные системы различных уровней отрасли, регионы, компании. Одним из перспективных направлений развития любого государства является изучение и выявление конкурентных преимуществ регионов с целью обеспечения роста их инвестиционного потенциала для дальнейшего повышения конкурентоспособности и привлекательности страны.

Инвестиционную привлекательность региона формируем из двух групп показателей, которые определяют индексы: инвестиционный потенциал и инвестиционные риски.

Инвестиционный потенциал региона отражает степень возможности вложения средств в активы длительного пользования, включая вложения в ценные бумаги с целью получения прибыли [1].

Основными составляющими инвестиционного потенциала региона выступают четыре микроиндекса-потенциала (частные потенциалы): ресурсно-трудовой, институциональный, потребительский и финансовый, каждый из которых характеризуется своей группой показателей, а именно:

1. Ресурсно-трудовой:

- индекс населения в трудоспособном возрасте;
- индекс населения в возрасте моложе трудоспособного;
- индекс обеспеченности жильем;
- индекс ввода жилья;
- индекс темпа роста инвестиций в основной капитал;
- индекс темпа роста выпуска промышленности;
- индекс темпа роста подрядных работ;
- индекс стоимости имущества предприятия.

2. Институциональный:

- индекс обеспеченности предприятиями торговли и питания;
- индекс уровня развития малого предпринимательства;
- индекс выпуска продукции малыми предприятиями;
- индекс создания рабочих мест;
- индекс обеспеченности финансами и отделениями банков.

3. Потребительский:

- индекс оказания платных услуг;
- индекс розничного товарооборота.

4. Финансовый:

- индекс прибыльности предприятий;
- индекс рентабельности продукции;
- индекс номинальной заработной платы;
- индекс чистого экспорта [1].

Инвестиционный риск региона – совокупность факторов, под воздействием которых складывается вероятность возникновения непредвиденных финансовых потерь в условиях неопределенности результатов инвестиционной деятельности или вероятность полного или частичного недостижения результатов осуществления инвестиций. Основными составляющими инвестиционных рисков региона выступают три микроиндекса-риска (частные риски) - социальный, экологический и финансовый, каждый из которых характеризуется своей группой показателей:

1. Социальный:

- индекс миграционного прироста /(убыли) населения;
- уровень безработицы;
- коэффициент смертности.

2. Экологический:

- индекс уровня загрязнения окружающей среды

3. Финансовый:

- индекс просроченной дебиторской задолженности;
- индекс просроченной кредиторской задолженности;
- индекс убыточных предприятий.

Данный подход является более объективным, поскольку:

- в нем имеется возможность рассмотреть большее количество показателей частных индикаторов инвестиционного потенциала;

- анализируется на непосредственно показатели инвестиционной деятельности (инвестиции в основной капитал на душу населения, индекс физического объема инвестиций, иностранные инвестиции в экономику региона), а рассматриваются факторы, влияющие на инвестиционный потенциал.

Алгоритм расчета всех вышеуказанных показателей представлен в таблице 1:

Таблица 1 – Алгоритм расчета показателей

Показатели	Алгоритм расчета	Обозначение
1	2	3
Ресурсно-трудовой потенциал		
Индекс населения в трудоспособном возрасте	Источник: статистический сборник «Население РБ» [2]	
Индекс населения в возрасте моложе трудоспособного	$I_{mp} = \frac{Ч_{\text{мол.тр}}}{Ч}$	$Ч_{\text{мол.тр}}$ - численность населения района в возрасте моложе трудоспособного; $Ч$ - численность населения района
Индекс обеспеченности жильем	Источник: статистический сборник «Регионы РБ» [2]	
Индекс ввода жилья	$I_{\text{вв.ж}} = \frac{НЖ}{Ч}$	$НЖ$ - площадь введенных в действие жилых домов за счет всех источников финансирования (м^2); $Ч$ - численность населения района
Индекс темпа роста выпуска промышленности	Источник: статистический сборник «Регионы РБ» [2]	
Индекс темпа роста инвестиций в основной капитал	Источник: статистический сборник «Инвестиции и строительство в РБ» [2]	
Индекс темпа роста подрядных работ	Источник: статистический сборник «Инвестиции и строительство в РБ» [2]	
Индекс стоимости имущества предприятия	$I_{\text{им}} = \frac{С_{\text{им}}}{Ч_3}$	$С_{\text{им}}$ - стоимость имущества предприятий (млрд. руб.); $Ч_3$ - численность занятого населения

Продолжение таблицы 1

1	2	3
Институциональный потенциал		
Индекс обеспеченности предприятиями торговли и питания	$I_{np} = \frac{N_{np,ТПП}}{S}$	$N_{np,ТПП}$ – число предприятий торговли и общественного питания в районе; S – площадь района
Индекс уровня развития малого предпринимательства	$I_{np} = \frac{N_{np}}{S}$	N_{np} – количество малых предприятий в городе; S – площадь района
Индекс выпуска продукции малыми предприятиями	$I_{рМП} = \frac{B_{МП}}{Ч}$	$B_{МП}$ – выпуск продукции малыми предприятиями за год; $Ч$ – численность населения района
Индекс создания рабочих мест	$I_{mpMP} = \frac{Ч_{mpMP}}{Ч_3}$	$Ч_{mpMP}$ – численность населения района в трудоспособном возрасте, занятого на малых предприятиях; $Ч_3$ – численность занятого населения
Индекс обеспеченности банками	$I_{об.банк} = \frac{Ч_{банк}}{S}$	$Ч_{банк}$ – число банков, их филиалов, приходно-расходных касс, обменных пунктов в районе; S – площадь района
Потребительский потенциал		
Индекс розничного товарооборота	$I_{рТ} = \frac{V_{рТ}}{Ч}$	$V_{рТ}$ – объем розничного товарооборота района (млн.руб.); $Ч$ – численность населения района
Индекс оказания платных услуг	$I_{пУ} = \frac{V_{пУ}}{Ч}$	$V_{пУ}$ – объем реализации платных услуг в районе (тыс.руб.); $Ч$ – численность населения района
Финансовый потенциал		
Индекс рентабельности реализованной продукции	Источник: статистический сборник «Регионы РБ» [2]	
Индекс номинальной заработной платы	$I_{z/n} = \frac{НГ_{z/n}}{НР_{z/n}}$	$НГ_{z/n}$ – номинальная начисленная среднемесячная заработная плата в районе; $НР_{z/n}$ – номинальная заработная плата в среднем по республике
Индекс прибыльности предприятий	$I_{приб\ np} = \frac{\Pi_{np,z}}{Ч}$	$\Pi_{np,z}$ – прибыль предприятия района (млн. руб.); $Ч$ – численность населения района
Индекс чистого экспорта	$I_{чэ} = \frac{ЧЭ}{Ч}$	$ЧЭ$ – чистый экспорт (\$); $Ч$ – численность населения района
Социальный диск		
Индекс миграционного прироста (убыли) населения	$I_{м} = \frac{Ч - Ч_{t-1} - (ЧР - ЧУ)}{Ч + Ч_{t-1}}$	$Ч_{t-1}$ – численность населения района в предшествующем году; $ЧР$ – число родившихся в районе людей; $ЧУ$ – число ум. жит. района
Уровень безработицы	Источник: статистический сборник «Регионы РБ» [2]	
Коэффициент смертности	Источник: статистический сборник «Население РБ» [2]	
Экологический диск		
Индекс уровня загрязнения окружающей среды	$I_{загр.OC} = \frac{V_{загр.в-в}}{Ч}$	$V_{загр.в-в}$ – выбросы загрязняющих веществ в районе (кг); $Ч$ – численность населения района
Финансовый риск		
Индекс просроченной дебиторской задолженности	Источник: статистический сборник «Регионы РБ» [2]	
Индекс просроченной кредиторской задолженности		
Индекс убыточности предприятий		

Первичные данные x_{qc} (q – номер региона, c – номер показателя) нормированы в индикаторы методом минимум-максимум, который преобразовывает все данные в диапазон $[0,1]$ по формуле:

$$I_{qc} = \frac{x_{qc} - \min(x_{qc})}{\max(x_{qc}) - \min(x_{qc})},$$

где $\min(x_{qc})$ $\max(x_{qc})$ – нижняя и верхняя граница для x_{qc} за выбранный период времени. Вариант нормирования первичных данных позволяет составлять тренды индикатора во времени.

На следующем этапе нормированные индикаторы агрегируются в микроиндексы. Для агрегации используется среднее арифметическое.

Ранжирование регионов с помощью данных показателей проводится с использованием статистических данных, отражающих ситуацию в регионе. Кроме того, учитывается взаимодействие многих факторов, дифференцированный подход к различным уровням экономики региона при определении инвестиционного потенциала и привлекательности.

Таким образом, проведенный анализ оценки инвестиционного потенциала региона предполагает проводить анализ факторов, составляющих инвестиционный потенциал региона, и показателей, характеризующих их воздействие.

Методика определения инвестиционного потенциала региона должна базироваться на данных официальной статистики в частности – Национального статистического комитета, которые в дальнейшем могут подлежать обработке.

Список цитированных источников

1. Агеенко, А.А. Методологические подходы к оценке инвестиционной привлекательности отраслей экономики региона и отдельных хозяйствующих субъектов // Вопросы статистики. – 2003. – № 6. – С.48.

УДК 330.341.1.2

Захарчук Т.Д.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Козинец М.Т.

ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА И ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ

Ведущая роль инвестиций в развитии экономики определяется тем, что благодаря им осуществляется накопление капитала предприятий, а следовательно, создание базы для расширения производственных возможностей страны и экономического роста. По характеру и динамике процессов, происходящих в инвестиционной сфере, можно судить об общем состоянии дел в экономике регионов или страны в целом. Инвестиционная среда является индикатором, указывающим на общее положение внутри страны, размер национального дохода, привлекательность для других государств.

Главной задачей комплексной оценки инвестиционного потенциала и привлекательности региона, а также уровня социально-экономического развития территориальных административных образований является поиск возможностей решения задач, которые базируются на внутренних резервах и источниках экономического роста.

Для оценки инвестиционного потенциала Брестской области (по районам) был произведен расчет четырех его составляющих 2013 года.

Любое, даже самое незначительное, повышение инвестиционной привлекательности региона – это возможность привлечения дополнительных средств, позволяющих сделать шаг к выходу из кризиса. Но разовое привлечение инвестиций малоэффективно, после этого инвестиционная привлекательность остается статичной величиной, хотя и несколько более высокой. Спасти положение дел может лишь динамичное устойчивое движение, а не отдельные шаги. Только в этом случае отдельные порции инвестиций могут превратиться в постоянные. Осуществить это возможно, лишь управляя процессом повышения инвестиционной привлекательности регионов и правильно оценив региональный потенциал.

Основные условия, на которых базируется различия в их инвестиционном потенциале между регионами, следующие:

- главным ресурсом, который обеспечивает экономический доход, является производственный фактор «земля»;
- различия между регионами носят не качественный, а количественный характер. Везде задействованы одни и те же экономические силы, но в разных пропорциях. Все регионы имеют одинаково экономическое, но разное географическое пространство;
- любая отрасль имеет потенциальные безграничные возможности для географической концентрации.

Для оценки инвестиционного потенциала региона предлагается проводить анализ факторов, составляющих инвестиционный потенциал региона, и показателей, характеризующих их воздействие.

Проведем анализ инвестиционных потенциалов и рисков районов Брестской области за 2013 год. Полученные результаты сведем в таблицы 1 и 2.

Таблица 1 – Частные инвестиционные потенциалы и ранги районов Брестской области за 2013 год

Районы	Частные потенциалы								Инвестиционный потенциал	Место
	Ресурсно-трудовой	Место	Институциональный	Место	Финансовый	Место	Потребительский	Место		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Барановичский	0,4227	4	0,282	12	0,535	7	0,342	14	0,4067	10
Березовский	0,4422	3	0,672	1	0,967	2	0,823	2	0,7852	1
Брестский	0,4954	2	0,616	4	0,705	4	0,81	3	0,6924	4
Ганцевичский	0,2995	10	0,299	11	0,285	12	0,493	10	0,3643	12
Дрогичинский	0,2836	13	0,266	13	0,241	15	0,442	11	0,3407	14
Жабинковский	0,3852	7	0,647	3	1	1	0,718	5	0,7142	2
Ивановский	0,3402	9	0,493	5	0,434	10	0,723	4	0,5183	6
Ивацевичский	0,4065	6	0,220	16	0,575	6	0,565	7	0,4756	7
Каменецкий	0,289	11	0,470	6	0,254	14	0,554	8	0,4418	8
Кобринский	0,4098	5	0,657	2	0,638	5	0,991	1	0,7025	3
Лунинецкий	0,2788	14	0,331	8	0,526	8	0,153	16	0,3587	13
Ляховичский	0,2785	15	0,304	10	0,461	9	0,363	13	0,3804	11
Малоритский	0,5292	1	0,368	7	0,257	13	0,501	9	0,4212	9
Пинский	0,2145	16	0,241	14	0,376	11	0,242	15	0,292	16
Пружанский	0,3639	8	0,237	15	0,729	3	0,653	6	0,5287	5
Столинский	0,2837	12	0,307	9	0,224	16	0,427	12	0,2993	15

Анализ полученных значений микро-индекса ресурсно-трудового потенциала выявил вариацию его значений от 0,2145 у Пинского района до 0,5292 у Малоритского района.

Микроиндекс институционального потенциала обнаружил более широкий разброс значений: минимальное значение принадлежит Ивацевичскому району (0,220), максимальное значение – Березовскому району (0,672). Брестскому району принадлежит значение 0,616. Это четвертое место.

Значения микроиндекса финансового потенциала находятся в пределах от 0,224 до 1, его минимальное значение принадлежит Столинскому району, а максимальное – Жабинковскому. Брестский район на четвертом месте со значением равным 0,705.

Анализ микроиндекса потребительского потенциала выявил различные значения: минимальное значение принадлежит Лунинецкому району (0,0153), максимальное значение – Кобринскому району (0,991).



Рисунок 1 – Инвестиционный потенциал районов Брестской области в 2013 год [1]

Агрегирование частных инвестиционных потенциалов методом среднего арифметического позволило оценить инвестиционный потенциал каждого района: Березовский район получил первое место. Такой результат обусловлен тем, что данный район получил вторые места по двум частным потенциалам, первое – в институциональном и одиннадцатое – в ресурсно-трудовом. Брестский район получил четвертое место в общем рейтинге.

Рассмотрим частные риски районов Брестской области за 2013 год в таблице 2.

Анализ инвестиционных рисков показал, что показатели социальных рисков варьируются от 0,149 у Столинского района до 0,759 у Барановичского района. Индикатор финансовых рисков также имеют разброс и расположены в пределах от 0,135 до 0,808. Минимальное значение принадлежит Малоритскому району, а максимальное – Лунинецкого. Что касается экологического риска, то данный показатель имеет следующие значения: минимальная величина принадлежит Ганцевичскому району, а максимальная – Жабинковскому.

Агрегирование частных инвестиционных рисков позволяет определить уровень инвестиционного риска в целом, сложившийся в районе. Таким образом,

высокий уровень инвестиционных рисков существует в Жабинковском районе (0,6101). Наименьшие инвестиционные риски сложились в Столинском районе (0,1074). В Брестском районе сложился один из самых высоких уровней инвестиционных рисков (0,4748). Это связано с тем, что Брестский район получил третье место по социальному риску, затем второе место по финансовому риску и восьмое – по экологическому риску.

Таблица 2 – Частные инвестиционные риски и ранги районов Брестской области за 2013 год

Районы	Частные риски						Инвестиционные риски	Место
	Социальный	Место	Финансовый	Место	Экологический	Место		
Барановичский	0,759	1	0,245	13	0,321	11	0,4417	7
Березовский	0,346	10	0,295	11	0,316	12	0,3189	14
Брестский	0,491	3	0,590	2	0,411	8	0,4748	3
Ганцевичский	0,499	2	0,485	4	0	16	0,3233	13
Дрогичинский	0,228	13	0,439	6	0,639	4	0,4567	6
Жабинковский	0,393	8	0,486	3	1	1	0,6101	1
Ивановский	0,443	4	0,405	7	0,732	3	0,4725	4
Ивацевичский	0,328	11	0,323	10	0,375	10	0,3775	8
Камнецкий	0,196	15	0,344	9	0,752	2	0,4661	5
Кобринский	0,442	5	0,477	5	0,133	14	0,367	10
Лунинский	0,374	9	0,808	1	0,460	5	0,545	2
Ляховичский	0,226	14	0,172	14	0,460	6	0,3415	12
Малоритский	0,256	12	0,135	16	0,395	9	0,3028	15
Пинский	0,439	6	0,149	15	0,451	7	0,3598	11
Пружанский	0,426	7	0,403	8	0,134	13	0,3702	9
Столинский	0,149	16	0,277	12	0,006	15	0,1074	16

На основании проведенного анализа можно выделить направления и мероприятия, реализация которых способна повысить инвестиционный потенциал и привлекательность регионов Брестской области. Они заключаются в использовании имеющихся в регионе преимуществ: выгодное географическое положение, хорошо развитая транспортная инфраструктура, высокий уровень образования, экологическая и культурная уникальность и т.д., – а также в уменьшении воздействия слабых сторон, которые при проведении грамотной политики могут превратиться в сильные.

Список цитированных источников

1. Республика Беларусь в цифрах, краткий статистический сборник. – Минск, 2013, 106 с.

УДК 334

Зуйкова А.И., Цыгир И.С.

Научный руководитель: ст. преподаватель Ермакова Э.Э.

**КОММЕРЧЕСКАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ ОБЪЕКТОВ
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ**

Целью статьи является определение проблем в повышении уровня коммерциализации объектов интеллектуальной собственности.

В условиях развития рынка высоких технологий и высокотехнологичной продукции в Беларуси присутствует ряд экономических, правовых и социаль-

ных факторов, сдерживающих активное участие страны на этом рынке, несмотря на имеющийся потенциал.

Интеллектуальная собственность – это совокупность норм, регулирующих отношения по поводу создания и использования результатов интеллектуальной деятельности. В законодательстве Республики Беларусь понятие «интеллектуальная собственность» определяется через перечисление нематериальных объектов, в отношении которых признается исключительное право [1].

Права в сфере ИС ограничены сроком действия и территорией, носят исключительный и абсолютный характер и подразделяются на:

- право промышленной собственности;
- авторское право и смежные права [2].

Коммерциализация интеллектуальной собственности – это процесс вовлечения объектов интеллектуальной собственности в экономический оборот, использование интеллектуальной собственности в хозяйственной деятельности предприятий [3].

Преимущества коммерциализации:

- владельцы интеллектуальной собственности могут быть учредителями фирм без отвлечения реальных денежных средств путем внесения объектов интеллектуальной собственности в уставный капитал предприятия;

- можно получать дополнительные доходы за передачу права пользования интеллектуальной собственностью;

- интеллектуальную собственность можно использовать в качестве залога при получении кредита;

- интеллектуальная собственность обеспечивает защиту от конкурентов на период выведения на рынок новой продукции, а также защиту от недобросовестной конкуренции;

- интеллектуальная собственность способствует созданию рекламного имиджа при информировании о правовой охране выпускаемой продукции или работе по лицензии известного производителя;

- интеллектуальная собственность позволяет снизить налог на прибыль путем уменьшения налогооблагаемой базы на величину амортизации нематериальных активов и величину затрат на создание объектов интеллектуальной собственности;

- интеллектуальная собственность позволяет снизить налог на добавленную стоимость, если сделка оформляется как патентный, лицензионный или авторский договор.

Документальное оформление коммерческих операций с интеллектуальной собственностью может быть осуществлено в виде:

- договора о создании и передаче научно-технической продукции;
- договора о выполнении НИОКР;
- лицензионного договора;
- учредительного договора;
- франшизного соглашения и т.д.

Процесс вовлечения объектов интеллектуальной собственности в коммерческий и хозяйственный оборот предполагает предварительную оценку их стоимости.

Интеллектуальная собственность в виде изобретений, защищенных действующими патентами, заявок на изобретения, "ноу-хау", товарных знаков и т.д. высоко оценивается и является источником дохода и предметом прибыльного инвестирования. Известно, что из всей стоимости открытых акционерных обществ в развитых странах примерно 85% в настоящее время приходится на интеллектуальную собственность [4].

Однако также известно, что только 2-3% от всего количества запатентованных изобретений приносят изобретателям больше средств, чем было затрачено на процесс патентования. Это вызвано тем, что процесс передачи патентов в сферу производства является трудоемким, длительным, требующим специальных знаний и совместной работы изобретателей с командой специалистов, доказывающих потенциальным покупателям интеллектуальной собственности ее истинную рыночную стоимость и прибыльность.

Оценка потенциала коммерциализации объектов интеллектуальной собственности строится на следующем принципе: интеллектуальная собственность создает целый ряд затрат, которые должны быть противопоставлены ряду возможностей по генерированию дохода для тех, кто эксплуатирует эту интеллектуальную собственность.

Формы коммерциализации объекта интеллектуальной собственности:

- разработка внедряется в производство, откуда выводится на рынок;
- разработка заканчивается передачей прав на объект интеллектуальной собственности;

- разработка выливается в создание совместного производства (предприятия).

Общее количество договоров, зарегистрированных в 2013 г., составило 810 договоров (в 2010 г. – 881), в том числе 561 лицензионный договор, 238 договоров уступки прав на объекты промышленной собственности, 10 договоров комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга) и 1 договор залога прав на объект промышленной собственности [4].

Доля лицензионных договоров в общем объеме зарегистрированных договоров составляет 69,3% (в 2012 г. – 63,3%). По сравнению с 2012 г. возросло количество лицензионных договоров о предоставлении права использования изобретений (130%), полезных моделей (127,3%), промышленных образцов (200%), товарных знаков (на 5,3%). Однако в связи с отменой с 11 июля 2013 г. обязательной государственной регистрации лицензионных договоров в отношении секретов производства (ноу-хау) общее количество лицензионных договоров практически не изменилось по сравнению с 2012 г. [4]

Доля договоров уступки прав на объекты промышленной собственности в общем объеме зарегистрированных договоров составляет 29,4% (33,8% в 2012 г.). Общее количество зарегистрированных в 2013 г. договоров уступки по сравнению с 2012 г. уменьшилось на 20%. В то же время в отношении полезных моделей количество зарегистрированных договоров данной категории возросло на 50% по сравнению с предыдущим периодом [4].

В основе коммерциализации лежит заключение лицензионных соглашений. Лицензионное соглашение – это соглашение о долговременном научно-техническом сотрудничестве конкурентов – тех, кто создает и владеет интеллектуальной собственностью, и теми, кто не владеет этой интеллектуальной собст-

венностью и кому эта интеллектуальная собственность необходима для обеспечения достижения собственных целей. Заключение лицензионного соглашения осуществляется в тех случаях, когда:

- доход от продажи лицензии превосходит издержки по контролю использования лицензии;
- доход от продажи лицензии превосходит размер упущенной выгоды при отказе от монополии на передаваемую технологию на данном рынке.

Лицензионное соглашение определяет право на использование объектов интеллектуальной собственности, и передается от лицензиара лицензиату на основе взаимного лицензионного соглашения.

Способы коммерциализации объектов ИС

Инжиниринг – это совокупность проектных и практических работ, относящихся к инженерно-технической области и необходимых для осуществления проекта: консультативные услуги, связанные с интеллектуальными услугами при проектировании объектов, разработкой планов проведения и контроля работ; технологические услуги, связанные с предоставлением заказчику технологий и строительные услуги, связанные с поставкой и монтажом технологического оборудования, строительством технологических линий и производств «под ключ» [3].

Франшизинг – это мобильная и гибкая форма передачи технологий. Преимущества франшизинга для разных участников процесса состоят в следующем:

- для франшизора (предоставляющего франшизу);
- быстрое внедрение;
- на новом рынке;
- без значительных инвестиций;
- для франшизата (получателя франшизы);
- начало нового вида деловой активности;
- с меньшей опасностью неудачи и провала, благодаря поддержке со стороны франшизора, включающей передачу определенных навыков, приемов и услуг, а также оказание помощи и обучение персонала;
- для потребителя;
- расширение выбора товаров и услуг на местном рынке;
- соответствующее (часто гарантированное) фирменное качество;
- конкурентные цены [3].

Привлекательность франшизинга как формы коммерциализации объектов ИС состоит в том, что франшизинг обеспечивает пробную эксплуатацию рынка, помогает определить реальную емкость рынка и потребности рынка. При этом такая форма коммерциализации не создает необходимости в больших капитальных затратах. По результатам франшизинга можно провести обоснование дальнейшей экспансии технологии на рынке, сделать вывод о целесообразности организации производства с применением инновационной технологии.

Следующий за франшизингом этап сотрудничества – сделка по передаче технологии, например, закупка лицензии на производство и сбыт аналогичного товара на местном или региональном рынке.

Лизинг – специфика лизинга применительно к коммерциализации технологий состоит в следующем:

- аренда прав и технологии;

- опасность риска, связанного с нарушением прав третьих лиц. В большинстве лизинговых сделок патентные риски являются ответственностью арендодателя, если в контракте нет «патентной оговорки», регламентирующей взаимоотношения сторон в случае предъявления арендатору патентных претензий и исков от патентовладельца или исключительного лицензиата;

- арендатор имеет право использовать переданное ему ноу-хау по окончании срока аренды оборудования и технологии, если в контракте нет соответствующей оговорки;

- возможен лизинг лицензий: арендодатель покупает право использования патента на определенный срок и на определенной территории с правом предоставления сублицензии и по лизинговому контракту передает это право в аренду арендатору. То есть купленная лизинговой компанией лицензия передается арендатору в форме своеобразной сублицензии. Такие соглашения могут заключаться в пакете с лизинговым контрактом на технологическое оборудование и самостоятельно [3].

Проблемы и пути их решения в области коммерциализации ИС

Проблемы, связанные с коммерческим использованием интеллектуальной собственности можно разделить на следующие основные группы:

- проблемы регулирования отношений при создании объектов интеллектуальной собственности на предприятии;

- проблемы приобретения и оплаты имущественных прав на использование объектов интеллектуальной собственности, созданных вне предприятия;

- проблемы обеспечения охраны (сохранности) и правовой защиты интеллектуальной собственности;

- проблемы коммерческого использования интеллектуальной (промышленной) собственности в качестве имущества (нематериальных активов) предприятия;

- финансово-экономические проблемы использования интеллектуальной собственности и организации ее бухгалтерского учета, включая:

- инвентаризацию объектов интеллектуальной собственности;

- подтверждение прав собственности;

- оценку интеллектуальной собственности;

- бухгалтерский учет и аудит интеллектуальной собственности;

- налогообложение интеллектуальной собственности и операций с нею.

В любой из перечисленных выше групп отношений можно (необходимо) разработать адекватные конкретной рыночной ситуации меры регулирования отношений, обеспечения надежной защиты и эффективного (оптимального) использования интеллектуальной собственности.

1. Правовые меры – «меры принуждения», то есть защита прав и интересов авторов и их правопреемников (защита «патентной монополии») силой законов государства посредством соответствующего наказания производителей-«пиратов» за несанкционированное использование объектов промышленной собственности.

2. Экономические меры – «меры экономического расчета», основанные на сознательном и добровольном выборе приемлемых правил индивидуального поведения на основе экономической целесообразности, использовании официальных налоговых льгот и преимуществ санкционированного использования новых технологий.

3. Морально-этические меры, основанные на пропаганде правил «честного бизнеса» и общественного неприятия несанкционированного использования чужой интеллектуальной собственности.

4. Договорные меры, основанные на тщательной разработке выгодных для предприятия договоров и соглашений и на добровольном принятии на себя договорных обязательств по сотрудничеству и совместной деятельности с партнерами по инновационному бизнесу.

5. Меры по оформлению интеллектуальной собственности в качестве имущества (объектов собственности) предприятия путем инвентаризации, документального оформления, оценки и бухгалтерского учета результатов интеллектуальной деятельности.

Таким образом, при практическом осуществлении коммерциализации интеллектуальной собственности в инновационной деятельности необходимо выделять группы отношений между отдельными субъектами рыночных взаимоотношений, формулировать возникающие при этих отношениях в конкретных рыночных условиях организационно-правовые проблемы и искать адекватные и наиболее эффективные (оптимальные) для каждой группы отношений пути (варианты) решения этих проблем.

Список цитированных источников

1. Гражданский Кодекс РБ от 07.12.1998 г. № 218-3 (с изменениями и дополнениями) // Ведомости Национального собрания Республики Беларусь, 1999 г., № 7-9, ст. 101.

2. Об оценочной деятельности в Республике Беларусь (с изм. и доп.): Указ Президента Республики Беларусь, 13 окт. 2006 г., № 615 // Нац. реестр правовых актов Республики Беларусь. – 2006. – № 168. – 1/7999; 2007. – № 83. – 1/8471; 2008. – № 248. – 1/10094.

3. Кудашов, В.И. Управление интеллектуальной собственностью: учеб. пособие для студентов учреждений, обеспечивающих получение высшего образования / В.И. Кудашов. – Минск: ИВЦ Минфина, 2007. – 360 с.

4. www.belstat.gov.by

УДК 06.81.30

Ильич А.В.

Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕНОВОЙ ЗНАЧИМОСТИ АКЦИЙ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ СТРАНЫ

Введение. Наличие у физических лиц свободного, нигде не задействованного капитала позволяет последним изыскивать пути его вложения – либо в банковские учреждения в виде вкладов, либо на рынке ценных бумаг путем приобретения долговых или долевых финансовых инструментов. Однако, несмотря на солидный возраст Белорусский рынок акций до сих пор остается незамеченным. Недостаток знаний о состоянии белорусского фондового рынка и является основной причиной кризисного явления рынка акций. Поэтому необходимо систематизировать движение ценных бумаг от эмитента до конечного покупателя, в качестве которого выступает население. Довольно часто покупатель ценной бумаги, приобретающий её тем или иным способом, просто не в состоянии оценить, какие ценные бумаги целесообразно приобретать, а какие нет.

С целью определения значимости приобретения акции у конкретного эмитента автором была разработана методика, определяющая ценность покупки акции. В свою очередь методика включает сбор, анализ исходных данных результатов работы акционерного общества для определения инвестиционной привлекательности.

Основная часть. Для того, чтобы систематизировать движение ценных бумаг от эмитента до конечного покупателя в качестве которого выступает население, необходимо рассмотреть политику эмитента и политику брокера [1].

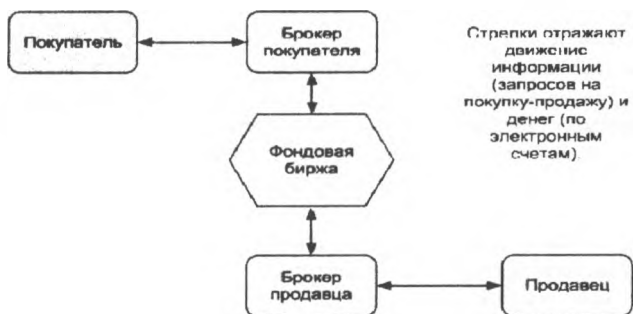


Рисунок 1 – обобщенный механизм покупки-продажи, которая осуществляется через посредников

Источник: собственная разработка

Брокер вправе компенсировать все затраты по совершению данной сделки (стоимость банковских, депозитарных услуг, биржевые сборы) либо из денежных средств, вносимых покупателем для покупки акций, либо в качестве отдельного платежа в соответствии с условиями договора комиссии.

До заключения соответствующего договора Вы имеете право потребовать от профессионального участника рынка ценных бумаг ознакомить Вас с тарифами на оказываемые им работы и услуги.

Выпуск акций Акционерное общество осуществляется в размере его уставного фонда или на всю стоимость имущества государственного предприятия в случае его преобразования в Акционерное общество. Количество акций и стоимость каждой акции определяет предприятие на собрании акционеров. После выпуска акций предприятие должно наладить сотрудничество с брокерскими компаниями.

Среди наиболее известных брокерские компании США можно выделить Scottrade, OptionsExpress, Optionhouse, Zecco. Наиболее успешные брокерские компании Российской Федерации это Анкор Инвест, Альфа – Банк, Атон, Алор+, Алемар, Анкор Инвест. А в Республике Беларусь выделяют АСБ Брокер, Милрам-Трэйд, Айгенис ЗАО, Форекс клуб, Альпари.

После чего предприятие должно предоставить в брокерскую компанию такие сведения как: количество акций, цена акций, срок действия, сведения об эмитенте и индикатор-предвестник, который поможет акционерам сосредоточиться в выборе компании.

Но на этом работа предприятия не заканчивается. По продвижению ценных бумаг Акционерное общество должно размещать информацию о своих акциях. В качестве источников размещения информации выступает:

- сайт Республиканского центрального депозитария ценных бумаг (<http://www.centraldepo.by/>);
- сайт Министерства финансов Республики Беларусь (<http://www.minfin.gov.by/>);
- размещение объявлений;
- сайт Государственного комитета по имуществу РБ (<http://www.gki.gov.by/>);
- в СМИ;
- на БВФБ;
- на сайте Акционерного общества.

Не смотря на успешную маркетинговую политику проведенную эмитентом не дает возможность физическому лицу, которое заинтересовано в приобретении акций, самостоятельно участвовать на фондовой бирже.

Для этого физическим лицам необходимо ознакомиться с возможными брокерскими компаниями и проанализировать их деятельность, а затем выбрать наиболее подходящую для себя. Проанализировать деятельность брокерских компаний можно по следующим критериям:

- продолжительность работы;
- отзывы о компании;
- стоимость комиссии;
- надежность.

В свою очередь брокерские компании также должны проводить маркетинговую политику для того, чтобы физическое лицо узнала о их существовании. Информацию о брокерских компаниях можно узнать:

- в печатной продукции;
- сайт Министерства финансов Республики Беларусь (<http://minfin.gov.by/menu/departament/liceniattest/>).

Значение брокерских компаний значительно для физических лиц. Так как они помогут [2, 3]:

1. заключить договор с депозитарием (если у покупателя отсутствует счет «депо» в депозитарии). На счет «депо», открытый покупателю в депозитарии, будут зачислены приобретенные акции:

- письменное заявление на открытие счета «депо» по форме согласно регламенту депозитария;
- паспорт либо иной документ, удостоверяющий (подтверждающий) в соответствии с законодательством Республики Беларусь личность физического лица;
- карточку с образцом подписи.

2. заключить договор комиссии с брокером на покупку акций;

3. открыть в банке денежный счет, на который необходимо внести сумму денежных средств, направляемых на приобретение акций;

4. осуществить банковский перевод указанной суммы на счет брокера, с которым заключен договор комиссии (счет указан в реквизитах брокера в договоре).

Возможно также внесение наличных денежных средств напрямую на счет брокера.

После выполнения вышеописанных процедур, брокер подает в торговую систему биржи заявку на покупку акций. В результате совершения сделки акции поступают в депозитарий на счет «депо» покупателя.

Но все же главной помощью физическим лицам со стороны брокерских компаний является предоставление реального положения предприятия эмитента заинтересованной ценной бумаги посредством предоставления индикатора-предвестника.

Расчет индикатора-предвестника будет осуществляться на Акционерном обществе специалистами по ценным бумагам.

Для определения индикатора – предвестника (J), который поможет держателю (покупателю) охарактеризовать целесообразность приобретения акций, была разработана методика состоящая из 6 этапов:

1. Сбор данных:(выручка (Bp),прибыль (Pr), численность работников (Чн));
2. Расчет показателей включает в себя расчет рентабельности продаж по формуле (1):

$$R = (Pr / Bp) * 100 \% \quad (1)$$

3. Расчет темпов динамики включает в себя расчет двух показателей:

- темп динамики производительности труда определяется по формуле (2):

$$\Delta Prmp = ((Bp - Чн) - ((Bp - Чн) \text{ прошлый период})) / ((Bp - Чн) \text{ прошлый период}) \quad (2)$$

- темп динамики реализации объема производства рассчитывается по формуле (3):

$$\Delta Q = ((Q(Bp)_{\text{текущий}}) / (Q(Bp)_{\text{прошлый}})) * 100\% \quad (3)$$

4. Расчет индекса (J) за n лет определяется на основании формулы (4):

$$J = ((Rnp + \Delta Q + \Delta Prmp) / 3) - I\phi \quad (4)$$

Так как предприятие не закрыта система, следует ещё вычитать уровень инфляции.

5. Расчет J интегрирования определяется с помощью формулы (5):

$$J = \sqrt{\left(\left| \frac{J}{J} \right| * \left| \frac{J}{J} \right| * \dots * \left| \frac{J}{J} \right| \right)} \quad (5)$$

Индикатор интегрирования сравниваем с 1. Если индикатор больше 1, это свидетельствует о целесообразности приобретения акций, меньше о нецелесообразности.

6. Расчет допустимой цены (6)

$$P = N * (J + 100) . \quad (6)$$

Зная предлагаемую стоимость ценной бумаги и поэтапный процесс покупки акций развитие фондового рынка Республики Беларусь будет иметь положительную динамику.

Список цитированных источников

1. Киячков, А.А. Рынок ценных бумаг и биржевое дело: учебное пособие. / А.А. Киячков, Л.А. Чалдоева. – М., 2005.
2. Организация и финансирование инвестиций: Учеб. пособие / Под ред. Т.К. Савчук. – Мн.: БГЭУ, 2009.-196 с.
3. Несветаев, Ю.А. Экономическая оценка инвестиций. – М., 2004.

УДК 06.81.30

Ильич А.В.

Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г.

ПРОБЛЕМА РАЗВИТИЯ РЫНКА АКЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Введение. В структуре рыночной экономики особо выделяется рынок ценных бумаг. Он так именуется потому, что объектом купли-продажи на нём является весьма специфический товар, который и назван ценными бумагами. Ценная бумага – это своеобразный аналог денег в виде денежного документа, дающего владельцу гарантированное право на получение определённой суммы денежных средств или удостоверяющий его право имущественного владения в установленном применительно к данному виду документа порядке. В этом, собственно, и состоит его ценность. В нашей прежней экономике ценные бумаги не пользуются популярностью. Знание видов ценных бумаг, возможностей их приобретения и продажи, правил обращения, выгод и опасностей их покупки сегодня крайне необходимо не только хозяйственным руководителям и предпринимателям, но членам трудовых коллективов просто человеку, желающему стать обладателем ценной бумаги.

Основная часть. Рынок ценных бумаг Беларуси относится к так называемым развивающимся, нарождающимся рынкам. Фондовый рынок – это финансовый рынок, на котором можно купить или продать ценные бумаги. Это центральная площадка, на которой совершаются сделки между фондовыми брокерами и трейдерами.

Фондовый рынок как сфера взаимоотношений между субъектами экономики по поводу выпуска и обращения ценных бумаг имеет весьма сложную природу. С одной стороны, его покупатели – кредиторы – являются инвесторами, покупающая ценные бумаги какой-либо компании в надежде получить часть ее прибыли. С другой стороны, корпорация-эмитент тоже выступает в роли своеобразного покупателя, приобретая заемные ресурсы сторонних инвесторов и оплачивая их доходными ценными бумагами, которые выполняют в данном случае роль долговых обязательств. И, наконец, сами ценные бумаги могут служить предметом купли-продажи с целью получения прибыли за счет разницы в их рыночных ценах при проведении спекулятивных сделок.

Фондовый рынок ценных бумаг представлен двумя рынками: первичным и вторичным.

На первичном рынке акций ценная бумага переходит от ее эмитента – акционерного общества – к ее первому покупателю. В результате этого эмитент акций получает необходимый ему капитал. Именно первичный рынок акций создает капитал. Дальнейшее движение акции от первого покупателя к *n*-му покупателю, происходящее на вторичном рынке акций, не является источником дохода для эмитента. На вторичном рынке происходит смена собственника акций. Вторичный рынок акций – это сфера их обращения, куда они попадают после того, как их продаст первый владелец, приобретший их у эмитента.

Высокие темпы развития первичного рынка объясняются тем, что сегодня акционерные общества практически лишены возможности использовать долгосрочные кредиты для своего развития, так как банки неохотно идут на выдачу

кредитов на длительный срок. Для получения средств для своего развития у акционерных обществ едва ли не единственным способом является эмиссия акций.

Таким образом, объектом сделок на фондовом рынке служат ценные бумаги, а субъекты рынка представлены эмитентами – продавцами фондового товара, инвесторами- его покупателями, и посредниками, организующими и обслуживающими процесс обращения ценных бумаг на рынке в интересах клиентов.

Ценные бумаги способны выполнять самые разнообразные функции управления, регулирования товарно-денежных, рыночных отношений, выступая в роли средства финансирования, кредитования, перераспределения финансовых ресурсов, вложений денежных накоплений.

Среди участников сделок с ценными бумагами выделяют: небанковские инвестиционные институты, Национальный Банк Республики Беларусь, биржа, предприятия, государство, частные лица и акционерно-коммерческие банки.

На фондовом рынке проводят операции с такими ценными бумагами как: акции, облигации, производные ценные бумаги в виде фьючерсов и опционов.

Акция – 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]. Право на выпуск акций имеют только акционерные общества. Доход на акцию, который формируется за счет прибыли акционерного общества (или другого эмитента), выпустившего акции, представляет собой дивиденд.

Акции выпускаются (эмитируются) акционерным обществом в целях привлечения дополнительных денежных средств для своей деятельности, осуществляемого через их реализацию физическим (гражданам) и юридическим (организациям) лицам. К выпуску акций различные организации прибегают, когда альтернативные возможности привлечения средств исчерпаны, а также при возникновении предприятий, во вновь зарождающихся перспективных отраслях, сферах, предпринимательства. Но акции не являются только долговыми финансовыми обязательствами, инструментов кредитования. Это один из весьма эффективных способов непосредственно заинтересовать работающих в конечных результатах их труда, активизировать участие трудящихся в управлении предприятием, развить творческую предпринимательскую жилку в каждом.

Классифицировать акции можно по следующим признакам (рисунок 1):

1. В зависимости от субъектов, среди которых распространяются акции, различают:

- акции трудового коллектива;
- акции предприятия;
- акции акционерного общества.

2. В зависимости от способа реализации прав акционера акции акционерного общества бывают:

- обыкновенные;
- привилегированные.

3. По порядку владения различают:

- именные;
- на предъявителя.

4. В зависимости от стадии выпуска акций в обращение и их оплаты различают следующие виды акций:

- объявленные;
- размещенные;
- оплаченные.

5. В зависимости от формы выпуска акции бывают:

- документарные;
- бездокументарные.

6. В зависимости от возможности конверсии акции бывают:

- конвертируемые;
- неконвертируемые.

7. По возможности обращения выделяют:

- зарегистрированные;
- незарегистрированные.

8. С точки зрения инвестиционной привлекательности различают акции:

- циклические акции;
- акции роста;
- акции спада.



Рисунок 1 – Классификация акций
Источник: собственная разработка на основании [2]

Самыми крупными в мире акционерными компаниями являются: Роснефть, Лукойл, РЖД, PetroChina, Газпром, General Electric, Exxon Mobil Corporation.

А среди самых крупнейших эмитентов акций в РБ можно выделить: ОАО «БЕЛАЗ», ОАО «Горизонт», ОАО «Гродно Азот», ОАО «Гомельский АРЗ», ОАО «Нафтан», ОАО «МАЗ», ОАО «АМКАДОР», ОАО «ДОРОРС», ОАО «Криница», ОАО «Горизонт».

Цена, по которой акция продается и покупается, называется курсом акции. Курс акции складывается не только из цены заявленной эмитентом, но и под влиянием государственной политики, психологических факторов держателей ценных бумаг, информации в СМИ, ситуации на международной бирже, а также экспертного мнения.

Существует 4 способа получения дохода по акциям [3]:

1. Спекуляция (может совершенно не отражать реальной ситуации на рынке).
2. Получение дивидендов (доход на акцию, выплачиваемый с прибылью).
3. Доверительное управление (акции отдаются трастовым компаниям).
4. РЕПО (временная продажа акций с обязательным выкупом их обратно).

В настоящий момент активность операций с акциями на фондовом рынке Республики Беларусь не высока, о чем свидетельствует рисунок 2.

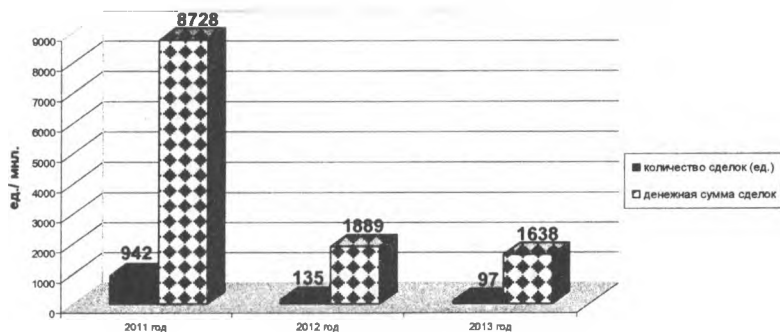


Рисунок 2 – Активность операций с акциями на фондовом рынке РБ

Для того, чтобы решить причины не развитости рынка акций необходимо обдумать такие вопросы как:

- перенасыщенность рынка миноритарными акционерами;
- совершение сделок только через Белорусскую валютно-фондовую биржу;
- высокие инвестиционные риски;
- преимущественное право на покупку акций имеют органы государственного управления;
- недостаток знаний о состоянии развития белорусского фондового рынка.

Список цитированных источников

1. Организация и финансирование инвестиций: учеб. пособие / Под ред. Т.К. Савчук. – Мн.: БГЭУ, 2009.-196 с.
2. Киячков, А.А. Рынок ценных бумаг и биржевое дело: учебное пособие. / А.А. Киячков, Л.А. Чалдосва. – М., 2005.
3. Несветаев, Ю.А. Экономическая оценка инвестиций. – М., 2004.

УДК 330.36

Кирилюк О.Ю.

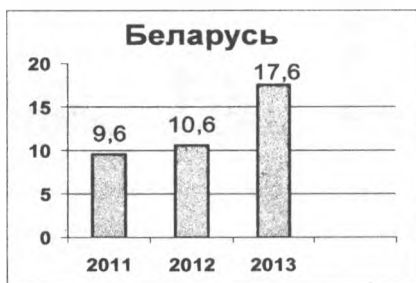
Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г.

ЛИЗИНГ КАК АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ ЖИЛЬЯ

Характеризуя экономику Республики Беларусь, следует отметить, что усилия правительства направлены в первую очередь на развитие социальной доминанты. Такие приоритеты диктуются социально-ориентированным характером белорусского рынка. В то же время, на наш взгляд, требуются определенные корректировки государственной финансовой политики в сторону усиления экономической составляющей бюджетных инвестиций, так как от общего состояния экономики страны зависит социальное благополучие белорусского народа.

Приобретение собственного жилья – первоочередная потребность для каждой семьи. Жилищное строительство является одним из приоритетов социальной политики белорусского государства. В Республике Беларусь финансирование жилья для граждан, нуждающихся в улучшении жилищных условий, осуществляется за счет бюджетных средств, в результате чего происходит «вымывание» значительной величины финансовых ресурсов из реального сектора экономики.

В настоящий момент рынок лизинга в Республике Беларусь находится на стадии активного роста (рисунок 1). Лизинговые операции приобретают всё большую популярность в качестве финансирования инвестиций в основной капитал, растёт стоимость объектов переданных в лизинг.



*Рисунок 1 – Динамика лизинговых операций в Республике Беларусь (трлн.руб.)
Источник: собственная разработка на основании [1]*

Лизинговые операции активно осуществляет более 50 специализированных лизинговых компаний и свыше 20 белорусских банков. Лизинг – это соглашение о долгосрочной аренде дорогостоящего имущества.

Общепринятая схема лизинговых операций представлена на рисунке 2, основными субъектами которой являются лизингодатель и лизингополучатель.

Общепринятым фактом является признание лизинга, как сочетание между кредитом и арендой. Основной чертой сходства лизинга и кредита проявляется в необходимости погашать платежи, а с арендой – в том что лизингодатель и арендодатель остаются владельцами объекта.

Следует отметить такие различия между кредитом и лизингом как:

- лизинговая ставка облагается налогом, кредит – нет;
- при уплате аванса по договору лизинга требования к финансовому состоянию не такие жесткие, как при получении кредита;
- ставки по лизингу несколько выше ставок по кредитам.

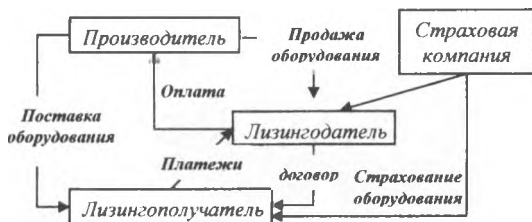


Рисунок 2 – Схема лизинговой сделки

Источник: собственная разработка на основании [2]

Между лизингом и арендой:

- договор лизинга заключается на период полезного использования объекта.
- Аренда – на короткий срок.
- аренду земельного участка можно оформить только договор аренды, так как лизинговые компании таких услуг не предоставляют.
- лизинг предусматривает в конечном итоге выкуп объекта. Аренда – нет.

Договоры по кредиту, лизингу и аренде имеют один и тот же объект сделки, в качестве которого выступает движимое и недвижимое имущество. Движимым имуществом может выступать: автомобиль, вертолет, трактор. Недвижимым – оборудование, жилье. Проанализировав структуру лизинговых платежей в Республике Беларусь можно отметить отсутствие лизинга жилья, о чем свидетельствует рисунок 3.

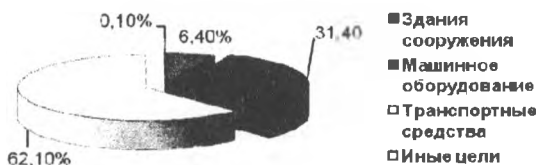


Рисунок 3 – Структура лизинговых платежей в Республике Беларусь

Источник: собственная разработка на основании [1]

Важнейшей составляющей государственных приоритетов социально-экономического развития Республики Беларусь является жилищное строительство. Проблема жилья рассматривается как составная часть мер по выведению экономики из кризиса. Решение данной проблемы имеет многоцелевой результат:

- удовлетворение потребностей общества в жилье;
- создание безопасных условий жизни деятельности;
- снятие социальной напряженности в обществе.

В нашей стране ряд граждан имеют возможность приобретения жилья на льготных условиях, проанализировав количество семей, нуждающихся в улучшении жилищных условий, видно, что 62% из них не имеют возможности льготного кредитования (рисунок 4). Поэтому для данной категории физических лиц предлагается приобретения государственного жилья в лизинг.

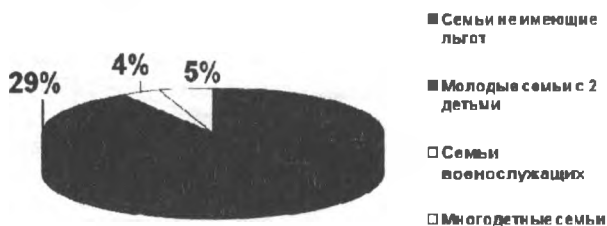


Рисунок 4 – Структура семей нуждающихся в улучшении жилищных условий
Источник: собственная разработка на основании [1]

Физическое лицо обращается в государственную лизинговую компанию с потребностью в жилье, государство предоставляет данному лизингополучателю квартиру и у физического лица появляется обязательство выплачивать платежи по договору лизинга.

Мы предлагаем лизинг для нуждающихся семей под 8% на 30 лет. В ходе определения ставки по лизингу я исходила из того, что государство по лизингу за 20 лет должно получить ту же сумму, что и при кредитовании под 5%.

А для граждан не входящих в категорию нуждающиеся ставка по лизингу 71%, что выше, чем ставка по кредиту на приобретение жилья для категории нуждающихся граждан. Однако, данная ставка по лизингу включает НДС, что видно из формулы (1) [3]:

$$ЛП = АО + ПК + КВ + ДУ + НДС, \quad (1)$$

где ЛП – общая сумма платежей лизингополучателя;

АО – величина амортизационных отчислений;

ПК – оплата используемых кредитных ресурсов;

КВ – комиссионное вознаграждение;

ДУ – оплата за дополнительные услуги;

НДС – налог на добавленную стоимость.

Поскольку в статье рассматривается приобретение государственного жилья для нуждающейся категории граждан, руководствуясь разделом 5 гл.12 Налогового Кодекса Республики Беларусь, можно оперировать тот факт, что лизинговые операции не признаются объектом налогообложения налогом на добавленную стоимость [4]. Следовательно, есть все основания заключения договора лизинга государственного жилья под значительно более низкий процент, чем принято в банковской практике – минимум меньше на 20%.

Безусловно, проблемой лизинга является длительный срок. Исходя из того что нормативные акты регулирующие важные сферы нашей жизнедеятельности достаточно часто дополняются и изменяются, подтверждением служит табл. 1.

В силу высокой частоты изменения в законодательстве для физических лиц предлагается своего рода гарантию в случае отмены права выкупа жилья по ос-

таточной стоимости в конце договора лизинга. Если в течении договора лизинга право выкупа будет аннулировано, то физическому лицу будут представлены две альтернативы:

1) 50% от суммы которую он уже выплатил, полученная сумма тратиться без ограничений.

2) Будет рассчитан процент который получит физическое лицо и государство по формуле 2-3, но сумма полученная физическим лицом должна быть потрачена на квартиру [5]:

$$\%_{\text{гос-ва}} = C/CO * 100\%, \quad (2)$$

где C – сумма выплат за n-лет.

CO – стоимость лизинга за 30 лет.

$$\%_{\text{ф/л}} = 100\% - \%_{\text{гос-ва}} \quad (3)$$

Таблица 1 – Тенденции изменямости законодательства Республики Беларусь

Название кодекса	Дата принятия	Количество изменений/ дополнений с момента принятия документа
Кодекс РБ об административных правонарушениях	21 апреля 2003 г.	67
Гражданский кодекс РБ	7 декабря 1998 г	46
Уголовный кодекс РБ	9 июля 1999 г	56
Трудовой кодекс РБ	26 июля 1999 г.	14
Гражданский процессуальный кодекс РБ	11 января 1999 г.	44
Налоговый кодекс РБ* (особенная часть)	29 декабря 2009 г.	8
Налоговый кодекс РБ* (общая часть)	19 декабря 2002 г.	17

Источник: собственная разработка

По нашему мнению, лизинг государственного жилья является перспективной формой решения проблемы, связанной с приобретением жилья, как для государства, так и для граждан.

Список цитированных источников

1. <http://belstat.gov.by/> – Министерство статистики и анализа Республики Беларусь
2. Васильев, Н.М. Лизинг как механизм развития инвестиций и предпринимательства / Н.М. Васильев, С.Н. Катырин, Л.Н. Лепе. – М.: ДеКА, 2013.
3. Налоговый кодекс Республики Беларусь*(Особенная часть) – 2014.
4. Еремихин, Б.М. Лизинг для предпринимателя: практическое пособие / Б.М. Еремихин, В.Н. Игнатушенко, Н.Н. Шабанова. – М., Агроконсалт, 2014.
5. Новикова, И.А. Лизинговые операции: учеб. пособие. – Новосибирск, 2012. – С. 103.

УДК 330.34

Кирилюк О.Ю.

Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г.

АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ИСТОЧНИКИ ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Введение. Характеризуя экономику Республики Беларусь, следует отметить, что усилия правительства направлены в первую очередь на развитие социальной доминанты. Такие приоритеты диктуются социально-ориентированным ха-

рактором белорусского рынка. В то же время, на наш взгляд, требуются определенные корректировки государственной финансовой политики в сторону усиления экономической составляющей бюджетных инвестиций, так как от общего состояния экономики страны зависит социальное благополучие белорусского народа.

Приобретение собственного жилья – первоочередная потребность для каждой семьи. Жилищное строительство является одним из приоритетов социальной политики белорусского государства. В РБ финансирование жилья для граждан, нуждающихся в улучшении жилищных условий, осуществляется за счет бюджетных средств, в результате чего происходит «вымывание» значительной величины финансовых ресурсов из реального сектора экономики.

Расходы государства на финансирование жилья. В настоящее время значительная часть населения Республики Беларусь относится к категории «нуждающихся в улучшении жилищных условий», которая претендует на получение жилья посредством системы льготного кредитования. Однако действующая система льготирования затрат граждан на приобретение и строительство жилья становится слишком обременительной для бюджета.

При предоставлении льготных кредитов на приобретение и строительство жилья банки не дополучают значительную часть процентных доходов, несмотря на то, что государство финансирует компенсацию потерь таких банков, как ОАО АСБ «Беларусбанк» и ОАО «Белагропромбанк». Она производится за период пользования кредитом гражданам, организациям застройщиков и организациям-заказчикам по строительству (реконструкции) жилых помещений.

К тому же система льготного кредитования жилья не стимулирует граждан, нуждающихся в улучшении жилищных условий, к активному использованию собственных средств. В стране практически не действует сектор государственного строительства жилья, банковские кредиты на общих основаниях остаются достаточно дорогими.

Ипотечные кредиты. Республика Беларусь должна искать альтернативы льготному кредитованию жилья, в качестве которых можно предложить ипотечное кредитование жилья и систему строительных сбережений.

Как показывает опыт России и других стран, существенным фактором экономического и социального развития страны являются ипотечные кредиты. В период выхода страны из экономического кризиса роль данного вида банковской деятельности становится очень ощутимой.

Чтобы повысить совокупный доход и совокупное потребление, необходимо увеличивать общественное производство, а для этого нужно часть полученного национального дохода инвестировать в расширение и модернизацию производства. Благодаря таким инвестициям возникает цепная реакция, которая влечет за собой наращивание экономических показателей.

В инвестиционной сфере существует так называемая проблема «конвертируемости». Она заключается в трудности перевода материальных активов в наличные и депозитные средства, в акции и облигации. Ипотека является одним из способов «конвертации» недвижимости в депозиты и ценные бумаги.

С другой стороны, в понятие «недвижимость» входит капитал, утечка которого за границу невозможна. Именно это свойство и делает ипотечное кредито-

вание не только важнейшим механизмом решения жилищной проблемы, но и прекрасным средством улучшения инвестиционного климата, регулирования денежной массы и, как следствие, роста национального богатства и качества жизни населения.

Таким образом, развивая ипотечное кредитование, государство стимулирует развитие финансового и реального сектора экономики. Увеличение темпов строительства влечет за собой повышение объемов производства строительных материалов и конструкций, оживляет строительное и дорожное машиностроение, а также развивает такие промышленные отрасли, как деревообработка, мебельное производство и т.д.

Промышленная ипотека делает возможным модернизацию производства. Модернизация же в свою очередь влечет за собой повышение качества и конкурентоспособности продукции, увеличение экономического потенциала страны.

Социальную нестабильность также можно преодолеть с помощью ипотеки, благодаря которой возникают дополнительные рабочие места в строительстве и других отраслях, и решается проблема занятости.

Повышение стабильности и эффективности функционирования банковской системы страны также зависит от развития ипотечного кредитования. Данные кредиты являются обеспеченными – имеют залог в виде жилья, т.е. более безопасны для банков, чем бланковые. Целевой характер ссуд также снижает рискванность этих кредитов для банков. Ведь операции с недвижимостью, как правило, являются более рискованными в сравнении с текущими кредитными операциями банков. При невозвращении ипотечного кредита банк реализует залог, возмещая тем самым свои затраты. Для этого должны выполняться такие условия, как корректность и объективность.

Кредитование по ипотеке, безусловно, является одним из наиболее перспективных направлений развития банковской деятельности. Банк, занимающийся ипотечным кредитованием, является относительно устойчивым и рентабельным. Следовательно, чем больше банков в стране занимаются ипотечным кредитованием, тем более устойчива и эффективна экономическая система в целом.

Таким образом, система ипотечного кредитования оказывает положительное влияние на стабильность банковской системы. Это влияние заключается не только в относительно высокой надежности ипотечных кредитов. Оно также связано с функционированием вторичного рынка ссуд, обеспеченных закладными. Такой рынок способствует переходу капитала в более рентабельные сферы экономики. Этот процесс называется диверсификацией банковского капитала.

Суть понятия «ипотечное кредитование» можно свести к следующему: «длинные» деньги под низкие проценты и под залог недвижимости. Известно, что в таких странах с «ипотечной историей», как Германия, Чехия, Словакия, Великобритания, ставки могут варьироваться от 0,5% до 5–6% годовых, а сроки кредитования порой превышают и столетия [1].

На рис. 1 представлена схема финансирования жилья посредством ипотеки.

Основная проблема для Республики Беларусь состоит в том, что в стране пока нет инвестора для предоставления финансирования на строительство недвижимости на длительный срок. Впрочем, с подобной ситуацией сталкиваются практически все финансовые учреждения на пространстве СНГ, лишь немногие

обладают достаточно «длинными» ресурсами, под которыми подразумеваются свободные денежные средства, предоставляющие на длительный срок во временное пользование, для финансирования ипотечного кредитования. Пока не получили должного развития инвестиционные и пенсионные фонды – серьезные источники долговременных заемных средства. Ведь именно данные фонды владеют значительной величиной накопленного капитала, который можно предоставить в качестве источника финансирования на долговременной основе. Кроме того, не оправдываются и надежды на иностранных инвесторов – те предпочитают менее рискованные краткосрочные кредиты.



*Рисунок 1 – Финансирование жилья посредством ипотеки
Источник: собственная разработка*

Существует возможность производить секьюритизацию ипотечных кредитов, т.е. передавать пул однотипных кредитов (объединение нескольких кредитов, выдаваемых с одной и той же целью) специальной финансовой компании. эмитирующей от своего имени ценные бумаги, которые размещаются среди широкого круга инвесторов. Это позволит привлекать «длинные» ресурсы на более выгодных условиях, чем, если бы размещением занимался сам банк. Рейтинг у этого актива ввиду его высокой ликвидности может быть выше, чем банковский, соответственно, ресурсы под секьюритизацию ипотечных бумаг обходятся дешевле. Для развития ипотечного кредитования необходимо наличие института закладных – ценных бумаг, которые предоставляют полномочия владельцу требовать у должника исполнения обязательств по договору об ипотеке.

Ипотечное кредитование имеет большое значение для экономики страны по следующим причинам:

- новые капиталы в виде недвижимости могут быть в хозяйственный оборот через залог, вторичный рынок ценных бумаг – а это существенный фактор оздоровления экономики;

- довольно большая часть денежных средств вращается на рынке недвижимости. Поэтому рынок недвижимости является важным фактором противостоящим инфляциям;

- включаемые в недвижимость средства населения не уходят за границу (например, для финансирования зарубежных производителей потребительских товаров). Эти средства идут на создание новых рабочих мест, финансируют строительный комплекс, а также поддерживают города и села;

- банки, переходя на кредитование под залог, в особенности под залог недвижимости, становятся ближе к общепринятой в мире системе обеспечения гарантий возвратности кредитов.

Из вышесказанного следует объективный вывод: ипотечное кредитование недвижимости в Республике Беларусь необходимо развивать. Для этого должны быть созданы некоторые благоприятные условия: стабильная экономико-политическая обстановка в стране, разработка необходимой законодательно-нормативной базы, повышение уровня благосостояния населения. Также необходимо введение определенных стандартных процедур выдачи и обслуживания кредитов по ипотеке и разработка правил оценки платежеспособности заемщиков.

Таким образом, можно отметить, что через ипотеку можно не только снять бремя жилищной проблемы, но и активизировать развитие строительного комплекса и экономики в целом. Деньги, предоставленные населению в виде ипотечных кредитов, независимо от конкретного объекта кредитования прямо или косвенно направляются в сферы жилищного строительства и производства строительных материалов. Это влечет за собой появление дополнительных рабочих мест, пополнение бюджета, стимулирование развития инфраструктуры, увеличение предложения на рынке жилья и т.д.

Альтернативой льготному кредитованию может стать система жилищных строительных сбережений.

Система строительных сбережений. Система жилищных строительных сбережений уже десятки лет существует во многих странах мира. При поддержке государства осуществляются накопления граждан для покупки, строительства, ремонта или модернизации своего жилья. Система хорошо зарекомендовала себя как способ решения жилищных проблем и улучшения благосостояния граждан.

Сущность системы жилищных строительных сбережений предполагает одну из возможностей решения проблемы приобретения жилья (строительство, модернизация, ремонт) для тех, у кого есть стабильный заработок, но нет достаточной суммы на улучшение жилищных условий.

Главная особенность системы жилищных строительных сбережений состоит в предварительном накоплении вкладчиками денег на сберегательных счетах в банке.

Суть системы строительных сбережений (ССС) заключается в том, что прежде, чем получить субсидию от государства на строительство или покупку жилья, гражданин, который нуждается в улучшении жилищных условий, должен накопить определенную часть средств. По договору с банком он ежемесячно вносит определенный размер средств на расчетный счет под небольшие проценты. А при выполнении накопительного договора вкладчиком государство

ежегодно начисляет ему целевую премию, например в размере ставки рефинансирования от скопленного за год.

Эти средства вкладчик не может забрать и использовать по своему усмотрению и имеет право потратить лишь на улучшение жилищных условий. Скопив на счете 30-50% от стоимости квартиры, гражданин получает ипотечный кредит по пониженной ставке, как правило, под 4-6% годовых. При этом за счет поддержания низких ставок по целевым вкладам системы строительных сбережений банку не требуются бюджетные компенсации. Таким образом, бюджетные расходы равны сумме премий, направляемых вкладчикам в качестве государственной помощи и компенсация государством увеличения стоимости объекта строительства.

Таким образом, один из главных результатов жилищной строительной сберегательной политики – это понимание гражданами того, что решение жилищных проблем зависит от него. И каждый человек самостоятельно должен позаботиться о своей квартире, о своём жилье. Роль же государства – оказать ему помощь в этом.

Как показывает зарубежный опыт, развитие системы строительных сбережений – это процесс, который оказывает значительное плодотворное влияние на решение социальных проблем населения, связанных с жильем, и на экономику страны в целом. Изыскание экономических возможностей для удовлетворения потребности населения в жилье является основой создания быстро развивающегося социально-ориентированного общества.

Жилищные облигационные займы местных органов власти. В качестве альтернативы льготному строительству также может выступить выпуск жилищных облигационных займов местных органов власти.

Проведение жилищных займов осуществляется по следующей схеме. Денежные средства, полученные от выпуска в обращение ценных бумаг займа, направляются на финансирование жилищного строительства. Выкуп и погашение этих ценных бумаг обеспечиваются за счет денежных средств, полученных от реализации построенного жилья. Эффективность работы финансово-экономического механизма жилищных займов достигается за счет привлекательности и доходности ценных бумаг займа (равна ставке рефинансирования Национального банка плюс 1/8 ее часть), краткосрочности размещения облигаций займа (в основном не более чем на 6 месяцев) и конкурентоспособности построенного жилья, что обеспечивает его быструю реализацию и возврат денежных средств. Эти денежные средства направляются на выкуп и погашение облигаций, а также на дальнейшее финансирование жилищного строительства.

Налоговые льготы. В качестве альтернативы льготному строительству жилья может выступить также разработка комплекса мер по стимулированию, включая налоговые и иные льготы, для организаций, которые строят жилые помещения с последующей передачей их в аренду и некоммерческий наем.

Кроме того, возможно распространение права на имущественный налоговый вычет в сумме фактически произведенных собственником жилья и членами его семьи расходов на строительство и приобретение жилья, а также на погашение кредитов и займов, фактически израсходованных на строительство или приобретение квартиры, – на всех граждан, – на только на тех, кто состоит на учете нуждающихся в улучшении жилищных условий.

Заключение. Мировой опыт свидетельствует о целесообразности диверсификации источников финансирования жилищного строительства с использованием разнообразных схем, которые ориентированы на различные категории потребителей, и как правило, дополняют друг друга.

Таким образом, развитие ипотеки, системы строительных сбережений, предоставление налоговых и иных льгот, будет способствовать не только снижению расходов государства, а также позволит активизировать хозяйственную деятельность в стране, послужит осуществлению либерализации экономической жизни.

Список цитированных источников

1. Манченко, К.И. Сделки с недвижимостью / К.И. Манченко, В.Г. Шабалин. – СПб.: Издательство «Омега-Л», 2013. – 82 стр.

УДК 693.22.004.18

Конашенкова А.А., Крысько О.В.

Научный руководитель: ст. преподаватель Кулакова Л.О.

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ БЕЛАРУСИ

Целью работы является исследование отраслевой структуры Республики Беларусь, выявление наиболее инвестиционнозависимых отраслей.

Предмет исследования – инвестиционная деятельность в современной экономике Республики Беларусь, взаимосвязь роста отдельных отраслей экономики Республики Беларусь и объёма инвестиций, в т. ч., иностранного капитала.

Объект исследования – отдельные отрасли экономики Республики Беларусь.

Беларусь сегодня – страна, открытая для иностранных инвестиций, создающая благоприятные условия для эффективного ведения бизнеса. Открытыми для иностранных инвестиций являются практически все отрасли экономики Беларуси. Исключение составляют производство оружия, наркотических и ядовитых веществ.

Беларусь предлагает своим инвесторам:

- 1) стратегическое географическое положение;
- 2) прямой доступ к рынку трех стран Евразийского экономического союза (Беларуси, России, Казахстана, Армении);
- 3) хорошо развитая инфраструктура: транспорт, логистика, коммуникации;
- 4) прогрессивное экономическое законодательство Беларуси;
- 5) защищенные государством права инвесторов;
- 6) привлекательные инвестиционный климат и система налогообложения;
- 7) государственная поддержка инвесторов: гарантии, льготы и преференции;
- 8) возможности приватизации;
- 9) 6 свободных экономических зон: «Брест», «Гомель-Ратон», «Гродноинвест», «Минск», «Витебск», «Могилев»;
- 10) высококвалифицированные трудовые ресурсы;
- 11) достойное качество жизни.

Несмотря на привлекательность географического положения, гарантии и преимущества проблема привлечения прямых иностранных инвестиций для Бе-

ларуси в настоящее время является весьма актуальной в силу ограниченности источников экономического роста, поэтому данному вопросу уделяется особое внимание.

На сегодняшний день в Республике Беларусь имеются следующие причины нежелания инвесторов вкладывать свои средства в экономику страны [1]:

1. Чрезмерная сложность белорусской бюрократии.

2. Инвесторов смущает конкуренция с госсектором, который в Беларуси доминирует.

3. Таможенный режим в Беларуси довольно сложный и может повлечь за собой увеличение финансовых издержек.

4. Непросты для понимания иностранных инвесторов также налоговые и административные положения.

5. Вступление России в ВТО (Всемирная торговая организация) также может «оттянуть» иностранных инвесторов от Беларуси.

6. Несовершенная система применения санкций за нарушение условий и порядка ведения бизнеса.

7. Неопределенность политики приватизации.

Основными торговыми партнерами республики являются: Россия, Нидерланды, Украина, Латвия, Германия, Китай, Польша, Италия, Литва, Казахстан.

Основными инвесторами организаций республики были субъекты хозяйствования России (41,6% от всех поступивших инвестиций), Соединенного Королевства (18,6%), Нидерландов (13%), Кипра (6,2%), Австрии (3,5%), Германии (2,5%).

Приоритетные направления и проекты для прямых иностранных инвестиций в Беларуси [1]:

- фармацевтическая промышленность
- биотехнологии
- нанотехнологии и наноматериалы
- высокие технологии в промышленности
- новые материалы
- нефтехимическая и химическая промышленность
- машиностроение и производство оборудования
- транспорт и транспортная инфраструктура
- строительство
- стройматериалы
- сельское хозяйство
- пищевая промышленность
- информационно-коммуникационные технологии
- туризм

Авторами рассмотрены те отрасли, данные по которым официально представлены государственными статистическими органами и являются широко доступными [2]. Ниже представлена отрасль «Строительство» согласно рассмотренным показателям.

Аналогично были рассмотрены такие отрасли как «Производство кокса, нефтепродуктов и ядерных материалов», «Производство машин и оборудования», «Сельское хозяйство», «Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака», «Химическое производство», «Производство резиновых и пластмассо-

вых изделий», «Производство прочих неметаллических минеральных продуктов», «Металлургическое и производство готовых металлических изделий», «Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования» [3].

Таблица 1 – Основные показатели для отрасли «Строительство»

Показатели		2009	2010	2011	2012	2013
V инвестиций, млрд. руб	В основной капитал	1 591,7	2 271,4	2 122,8	3 329,5	4 939,3
	Иностранные	110,4	93,5	871,1	1 120,7	1 346,8
	Общий объём	1 702,1	2 364,9	2 993,9	4 450,2	6 286,1
Доля иностранных инвестиций в общем объеме, %		6,5	4,0	29,1	25,2	21,4
Темп роста инвестиций, %		-	138,9	126,6	148,6	141,3
Темп прироста инвестиций, %		-	38,9	26,6	48,6	41,3
V производства, млрд. руб		21 083,0	26 412,6	39 841,9	68 729,9	94 360,6
Темп роста производства, %		-	125,3	150,8	172,5	137,3
Темп прироста производства, %		-	25,3	50,8	72,5	37,3
V инвестиций/V пр-ва, руб/руб		0,081	0,09	0,075	0,065	0,067
% прироста производства / % прироста инвестиций		-	0,7	1,9	1,5	0,9

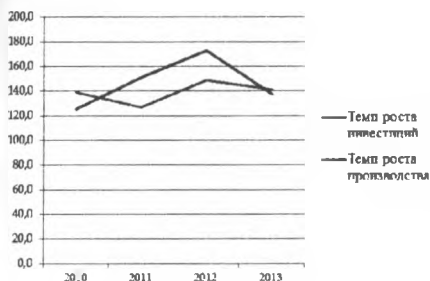


Рисунок 1 – Соотношение темпов роста инвестиций и производства

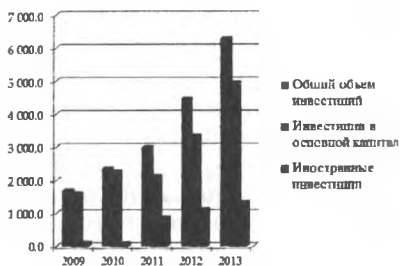


Рисунок 2 – Структура объемов инвестиций в 2009-2013 гг.

Проанализировав отраслевую структуру с помощью показателей темпа прироста и темпа роста, выявили, что инвестиции во многом определяют экономический рост объемов производства. Для установления более точной связи между объемом производства и влияющими на него объемами инвестиций были рассчитаны показатели корреляции. Корреляционный анализ используется для количественной оценки взаимосвязи двух наборов данных и позволяет определить ассоциированы ли эти наборы по величине.

В ходе расчетов было выявлено, что с наибольшим значением коррелируют объёмы производства и инвестиций в следующих отраслях: строительства, производство электрооборудования, производство машин и оборудования. Значения коэффициентов корреляции для данных отраслей приведены в таблице 2.

Для того чтобы описать влияние инвестиций на объемы производства этих отраслей построили 2-хфакторные регрессионные модели. В ходе регрессии получили следующие зависимости:

$$Y = 15,0306 x_1 + 21,1138 x_2 - 7724,8367 \text{ – для отрасли строительства;}$$

$Y = -5,7378 x_1 + 17,7775x_2 + 15141,5591$ – для отрасли производства машин и оборудования;

$Y = 18,0971 x_1 + 6,719x_2 + 16,2268$ – для отрасли производства электрооборудования,

где Y – это объем производства, x_1 – объем инвестиций в основной капитал, x_2 – объем иностранных инвестиций.

Таблица 2 – Коэффициенты корреляции исследуемых отраслей

ОТРАСЛЬ	КОЭФФИЦИЕНТ КОРРЕЛЯЦИИ
Строительство	0,99549631
Производство кокса, нефтепродуктов и ядерных материалов	0,358238417
Производство машин и оборудования	0,96379853
Сельское хозяйство	0,98933182
Производство пищевых продуктов, включая напитки и табака	0,9665859
Химическое производство	0,72577718
Производство резиновых и пластмассовых изделий	0,95693529
Производство прочих неметаллических минеральных продуктов	0,49248959
Металлургическое и производство готовых металлических изделий	0,89408748
Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	0,98969266

Принимая во внимание регрессионную модель по отрасли строительства, учтем, что и факторы x_1 , и x_2 оказывают одинаково положительное влияние, что означает, что при должном инвестировании, следует ожидать роста объемов строительства, повышения конкурентоспособности готовых объектов, а также их многообразия. Строительство является уникальной отраслью, которая предполагает вложение долгосрочных инвестиций, однако в условиях мирового экономического кризиса долгосрочное финансирование – одна из важнейших проблем, поэтому именно приток иностранного капитала может послужить импульсом для нового витка развития строительства.

Переходя к 2-х факторной регрессионной модели отрасли производство машин и оборудования, следует обратить внимание, что здесь в большей степени оказывают благоприятное воздействие иностранные инвестиции, а, значит, привлечение инвесторов не только положительно скажется на индустриальном развитии общества, но также повысит рост национального дохода, уровня жизни населения и во многом улучшит развитие других отраслей промышленности, которые так остро нуждаются в повышении производительности труда и снижении издержек производства.

Исходя из общего вида регрессионной модели относительно производства электрооборудования, можно заметить, что весомость фактора x_1 и x_2 довольно значительна, а значит влияние инвестиций на объем производства весьма велико и оказывает положительное воздействие, которое может привести к стабильному экономическому росту.

Полученные результаты говорят о том, что инвестиции нужны Беларуси как воздух. Безусловно, наивно надеяться, что инвестиции потекут к нам рекой, но какие-то сдвиги возможны. Белорусское правительство очень заинтересовано в привлечении прямых иностранных инвестиций, однако программы привлечения инвестиций в страну недостаточно эффективны.

На сегодняшний день, в стране активно проводится работа по трансформации нормативно-правовой базы. Пересмотрено в сторону либерализации законодательство. Совершенствуется система налогообложения.

Вышперечисленные мероприятия будут способствовать привлечению инвесторов и созданию благоприятной атмосферы для вложений финансовых средств в отрасли. В Беларуси трудовой и производственный потенциал находятся на высоком уровне, однако нехватка капиталовложений со стороны инвесторов не позволяет активно наращивать темпы производства, развивать высокотехнологичные и наукоёмкие отрасли.

Универсальное правило философии гласит: количество переходит в качество. Применяя данное правило в сложившейся экономической ситуации приходим к выводу, что насыщение инвестициями промышленности приведет к стремительному подъему объемов и качества производства. Это доказано в мировой практике на примере стран «азиатских тигров»: Южной Кореи, Сингапура, Гонконга и Тайваня. Республика Беларусь во многом схожа с этими странами в начале пути их самостоятельного экономического развития. В частности это компактность территории, обеспечение полезными ископаемыми, демографический потенциал. Поэтому нам необходимо масштабное инвестирование. На сегодняшний день, безусловно, инвестирование ведется, но скорее дозировано. Инъекций сегодня недостаточно, нужны вливания! И только в этом случае возможен качественный прорыв, скачок в экономике нашей страны.

Список цитированных источников

1. Официальный сайт Республики Беларусь. Инвестиции в Беларусь [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: http://www.belarus.by/ru/business/belarus_investment
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Текст]: сборник для широкого круга пользователей. – Минск, 2014 / Ред. Коллегия В.И. Зиновский – Председатель редакционной коллегии, И.А. Костевич, И.С. Кангро, Е.И. Кухаревич, О.Е. Молодцов, Е.М. Палковская, О.Н. Клавсуть ISBN № 978-985-7015-86-3.
3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>.

УДК 693.22.004.18

Королюк К.В., Корзан В.А.

Научный руководитель: старший преподаватель Голец О.В.

МЕТОДИКА ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ОТКРЫТИЯ СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ПРОГРАММИРУЕМЫЕ МОБИЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ»

Целью работы является определение эффективности на примере открытия новых специальностей.

Предмет исследования – расчет доходов и затрат на открытие новой специальности

В условиях современного развития общества у человечества очень быстро изменяются потребности и желания, а именно это влечет необходимость в открытии более актуальных и востребованных на сегодняшний день специальностей. Высшие учебные заведения должны незамедлительно обращать внимание на

позывы из внешней среды и своевременно открывать те или иные нужные специальности, ведь именно это служит фактором ускоренного развития общества.

В Брестском государственном техническом университете на факультете информационно-электронных систем в 2015 году открывается новая специальность – «Программируемые мобильные системы».

Открытие данной специальности обусловлено стремительным проникновением мобильных программируемых устройств во все сферы нашей жизни. В настоящее время практически каждый житель страны владеет мобильным телефоном, у значительной части населения есть планшеты, карманные компьютеры и другие электронные устройства (навигаторы, видео регистраторы и т.п.), с помощью которых люди могут получать, обрабатывать и передавать информацию. Особенностью этих устройств является:

1) мобильность, т.е. люди могут пользоваться ими как в стационарных условиях (в помещении), так и на ходу, в том числе на автомобильном, железнодорожном и другом транспорте;

2) программируемость, т.е. управление работой самого устройства, его отдельных частей осуществляется с помощью специальных компьютерных программ.

Именно такой стремительный рост популярности во всем мире мобильной электроники диктует необходимость подготовки специалистов, которые смогли бы проектировать мобильные системы и разрабатывать к ним соответствующие приложения.

Специальность «Программируемые мобильные системы» является новой и актуальной не только в Республики Беларусь, но и во всем мире. У нас же в стране впервые набор на неё открыт был в 2013 году.

Основными местами распределения выпускников будут IT-компании резиденты Парка высоких технологий и другие организации IT-индустрии.

Первый набор на специальность «Программируемые мобильные системы» в нашем университете состоится в 2015 году. Предполагается, что это будет одна группа студентов в количестве 25 человек, из которых 10 студентов обучаются на бюджетной форме и 15 – на платной. Профессиональная квалификация специалистов – инженер по электронным системам. Возможные занимаемые должности – инженер и программист. Срок обучения – 4 года.

Проведя некоторые исследования было выявлено, какие затраты понесет университет при открытии данной специальности и какой срок её окупаемости.

Для прогнозирования эффективности открытия специальности для начала необходимо рассчитать все затраты, понесенные университетом.

Для открытия специальности «Программируемые мобильные системы» университетом было закуплено некоторое оборудование, литература и книжные пособия, а также различные информационные стенды.

При расчетах учитывалось, что некоторое оборудование будет использоваться не только на специальности «Программируемые мобильные системы», но и на других специальностях, и поэтому принимали, что пользование таким оборудованием будет осуществляться в равных долях для всех 5 специальностей факультета электронно-информационных систем. С учетом этого стоимость оборудования составила 550 млн. руб. Также при расчете затрат по статье *оборудование* мы учитывали оборудование ещё не приобретенное, но которое на-

ходится на стадии закупки. К этому оборудованию относятся: 1) комплект оборудования для изучения сетей сотовой связи, стоимостью 51 млн. руб.; 2) комплекс отладочных средств для макетирования встраиваемых систем архитектуры ARM, стоимостью 52 млн. руб. Тогда общая стоимость оборудования составляет 653 млн.руб.

Для открытия новой специальности необходима и специальная литература, а именно учебные пособия в количестве 1195 единиц и общей стоимостью 131.450.000 руб.

Помимо покупаемого оборудования и учебных пособий к затратам мы отнесли зарплату преподавателям и затраты на электроэнергию.

Статьи расходов указаны в Таблице 1.

Таблица 1 – Расходы

Статья затрат	Сумма затрат, руб
Оборудование	653 000 000
Учебные пособия	131 450 000
З/п преподавателей	112 992 089,552
Отчисления в:	
- ФСЗН	38 417 310,4477
- Белгосстрах	112 992 089, 552
Электричество	44 171 960,0666
Итого:	980 709 312,61

Перейдем от затрат к доходам. Учитывая, что набор на эту специальность состоит из группы в 25 человек, из которых 15 человек будут обучаться на платной основе, а средняя стоимость обучения на факультете электронно-информационных систем составляет 15 млн. руб. в год, то доходы на один год составят: $D=15 \text{ млн. руб.} * 15 \text{ чел} = 225 \text{ млн. руб.}$

Для возможности оценить наиболее вероятный ход событий и более полно определить перспективы развития событий рассмотрим 3 варианта развития сценария: пессимистический, оптимистический и ожидаемый варианты.

Рассмотрим *пессимистические* условия: предполагается, что развитие ситуации осуществляется в неблагоприятных условиях. Т.е. мы предполагаем, что набор на эту специальность будет осуществляться только один раз, а на следующий год эту специальность закроют, т. к она окажется не востребованной. В таком случае предполагается, что с учетом стабильной ситуации каждый год студенты будут платить по 225 миллионов рублей и доходы за все 4 года составят 900 млн. руб.

Таблица 2 – Пессимистический вариант

	1 год	2 год	3 год	4 год
1 набор, млн.р	225	225	225	225

Затраты в данном случае с учетом нарастающих итогов за всё время обучения (4 года) 1569487250,44 руб. В данном случае издержки превышают прибыль. Т.о. в пессимистическом варианте эта специальность не окупится никогда.

Следующий вариант развития событий – *ожидаемые* условия. Предполагается, что ежегодно будет набираться 1 группа студентов, в количестве 25 человек, из которых 15 человек – платники.

Таблица 3 – Ожидаемые условия

	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год	8 год	9 год
1 набор, млн.р	225	225	225	225					
2 набор, млн. р		225	225	225	225				
3 набор, млн. р			225	225	225	225			
4 набор, млн. р				225	225	225	225		
5 набор, млн.р					225	225	225	225	
6 набор, млн.р						225	225	225	225
7 набор, млн.р							225	225	225
8 набор, млн.р								225	225

В этом случае срок окупаемости составляет 9 лет. Т.е это тот момент, когда доходы превысят затраты. Затраты за все годы набора для этого варианта составят 6475970065,578; а доходы 6525000000 руб.

Оптимистический вариант – развитие объекта прогнозирования осуществляется в наиболее благоприятной ситуации. Мы предположили, что со 2 года будет набираться две группы в количестве 50 студентов, из которых 30 студентов – платники.

Таблица 4 – Оптимистические условия

	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
1 набор, 25 чел	225	225	225	225	
2 набор, 50 чел		500	500	500	500
3 набор, 50 чел			500	500	500

При этом варианте развития срок окупаемости составит 3 года.

С помощью данной методики можно спрогнозировать эффективность открытой специальности в последующих годах и определить наиболее благоприятный вариант развития событий.

Список цитированных источников

1. Министерство образования Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://edu.gov.by>
2. Метод сценариев [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://www.bbest.ru/>

УДК 336.71

Кулеша Д.Ю.

Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г.

ЗНАЧЕНИЕ РЕЙТИНГОВОЙ ОЦЕНКИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

Введение. Позитивное восприятие конкретной страны как ее собственным населением, так и представителями других государств, – не просто благое пожелание, а высокопотенциальный ресурс развития территории, ее значимое конкурентное преимущество, основа эффективного взаимодействия с различными сегментами общественности: деловыми кругами, инвесторами, туристами, СМИ. Целенаправленно выстраивая привлекательный имидж страны, органы власти получают дополнительные возможности для развития международного сотрудничества и привлечения инвестиций, бизнес-сообщество – для заключения выгодных контрактов, местное население – для улучшения социаль-

ной сферы. Формирование позитивного имиджа страны позволяет повысить престиж сосредоточенных на ее территории ресурсов, культурных и туристических объектов, деловой репутации, что, в свою очередь, будет способствовать созданию рабочих мест, росту доходов, повышению уровня жизни населения. В последнее время проблеме формирования позитивного образа страны, в том числе на международной арене, в Республике Беларусь уделяется большое внимание.

Стоит отметить, что имидж страны – это сложный симбиоз, представляющий сумму множества переменных [1]. Очень важно, как население воспринимает имидж своей страны, ведь именно благодаря этому страна начинает позиционировать. В повседневной жизни любой житель страны сталкивается с финансовыми услугами коммерческих банков, к тому же банковский сектор представляет собой кровеносную систему любого государства. В силу чего, мы считаем, что правильное позиционирование банка для клиента выступает одним из главных атрибутов в повышение привлекательности страны.

Основная часть. В настоящее время рейтинг банка в Республике Беларусь определяется его финансовой устойчивостью. Финансовая устойчивость – это такое состояние финансовых ресурсов банка, их распределение и использование, параметр положения банка, то есть позиция банка по вопросам соотношения активов и пассивов в течение определенного периода времени.

Понятие «финансовая устойчивость» в настоящее время имеет многочисленные толкования. Однако до сих пор нет четко проработанного определения «финансовая устойчивость» применительно к коммерческим банкам. Авторами многих учебных пособий предлагаются различные подходы к толкованию определения «финансовая устойчивость коммерческого банка» [2]:

- финансовая устойчивость банка может быть оценена качеством активов, достаточностью капитала и эффективностью деятельности;
- положение коммерческого банка устойчиво, если он располагает устойчивым капиталом, имеет ликвидный баланс, является платежеспособным и удовлетворяет требованиям к качеству капитала;
- первостепенное значение в определении финансовой устойчивости банка придает собственным средствам;

Под финансовой устойчивостью банка понимает его способность противостоять деструктивным колебаниям, выполняя при этом операции по привлечению во вклады денежных средств физических и юридических лиц. открытию и ведению банковских счетов, а также размещению привлеченных средств от своего имени и за свой счет на условиях платности, срочности и возвратности. То есть акцентируется внимание на способности банка оказывать комплекс специфических банковских услуг надлежащего качества. Но в целом, специалисты в области банковского дела сходятся в одном – в том, что финансовая устойчивость коммерческого банка – это устойчивость его финансового положения в долгосрочной перспективе.

Основные рейтинговые методики представлены на рисунке 1.

Наиболее популярным методом финансовой диагностики является метод финансовых коэффициентов, позволяющий формализовать процесс оценки. В свое время наиболее популярным «открытым» методом дистанционного экс-

пресс-анализа (т.е. с ясным математическим содержанием и возможностью самостоятельного использования) был метод В.Кромонова, представляющий сумму взвешенных показателей, в той или иной степени характеризующих надежность кредитной организации.

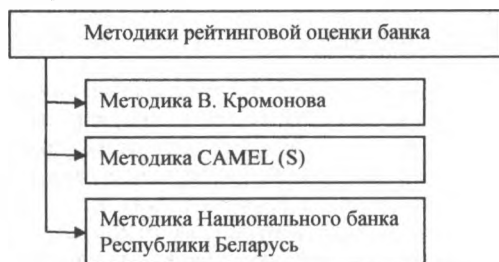


Рисунок 1 – Методики Рейтинговой оценки коммерческих банков, применяемых в Республике Беларусь

Чуть позже были предложены различные варианты адаптации американского подхода «CAMEL». Суть методики CAMEL(S) заключается в рейтинговой системе оценки кредитных организаций. Она базируется на определении качества таких базовых составляющих деятельности коммерческих банков, как капитал, активы, менеджмент, доходность (прибыльность), ликвидность, чувствительность к рыночным рискам [3].

Анализ капитала в данной методике определяет достаточность собственных средств банка, обеспечивающих платежеспособность банка в случае реализации рискованной ситуации. Основную маркирующую роль играют коэффициент достаточности основного капитала и коэффициент достаточности совокупного (основного и дополнительного) капитала.

Оценка ликвидности банка показывает его возможности, связанные с выполнением обязательств перед кредиторами и вкладчиками в кратчайшие сроки. В методике CAMEL(S) не устанавливается стандартная система оценки ликвидности. Основное внимание уделяется адекватности источников поддержания ликвидности текущим и перспективным потребностям кредитного учреждения, возможности быстрой реализации активов с наименьшими потерями, структуре и динамике депозитов, способности менеджеров контролировать ликвидную позицию.

Методика В. Кромонова нашла достаточно широкое применение в белорусской практике финансовой оценки кредитных организаций [1]. Исходной информацией для расчетов служат балансы банков по счетам второго порядка, данные которых группируются в экономически однородные группы: уставный фонд, собственный капитал, обязательства до востребования, суммарные обязательства, фонд обязательных резервов, ликвидные активы, работающие активы, защита капитала.

К «закрытым» (т.е. с неопубликованным математическим содержанием) относятся методы ИЦ «Рейтинг». Работа Е.Б. Ширинской была одной из первых отечественных книг, где были подробно освещены общие вопросы финансового анализа коммерческого банка.

Интересна работа И.А. Аргунова. Кроме того, в 1996 году появилась книга Г.С. Пановой, подробно освящающая теорию анализа финансового состояния коммерческого банка, в том числе зарубежный опыт. Заслуживают внимания работа И.В. Ларионовой, Л.Т. Гиляровской.

Национальный банк Республики Беларусь в оценке финансового состояния кредитных организаций ориентируется преимущественно на анализ внешних проявлений проблемности. С позиции Национального банка Республики Беларусь наибольшую потенциальную опасность для интересов кредиторов, клиентов и участников банков таят систематические нарушения предписаний по обязательному резервированию, экономическим нормативам, правилам расчетов и предоставлению отчетности [4].

Стоит отметить, что предложенные рейтинговые оценки, в основном, ориентированы на финансовый сектор, а не на конечного клиента, в качестве которого выступает население страны. Поэтому с целью осуществления безопасости функционирования банковского сектора и поддержания его ликвидности и платежеспособности, необходима разработка рейтинговой методики, ориентированной на население государства.

Список цитированных источников

1. Обзор банковского сектора в странах ВЕ и СНГ: Центр макроэкономических исследований Сбербанка России. – М.: Ось-89, 2012. – 73 с.
2. 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.
3. Деньги, кредит, банки: учеб. пособие / Под ред. Кравцовой Г.И. – Минск, 2005. – 450 с.
4. Финансовый анализ деятельности коммерческого банка: учебник / Е.П. Жарковская. М.: Издательство «ОмегаЛ», 2010. – 325 с.

УДК 336.71

Кулеша Д. Ю.

Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г.

МЕТОДИКА ОПРЕДЕЛЕНИЯ РЕЙТИНГА, ОРИЕНТИРОВАННОГО НА КЛИЕНТА, ДЛЯ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

Введение. Каждый из субъектов рынка: Национальный банк, коммерческие банки, другие кредитные и финансовые учреждения, предприятия и организации, аудиторские фирмы, местные и республиканские органы власти, физические лица преследуют собственные цели при анализе финансового состояния банков. Однако общей целью анализа для всех субъектов является определение эффективности деятельности и степени надежности функционирующего банка. Так, без углубленного анализа финансового состояния коммерческих банков Национальный банк Республики Беларусь не сможет обеспечить как контрольные и регулирующие функции, так и надежность банковской системы в целом. На основе оценки деятельности коммерческого банка его клиенты, предприятия и население, стремятся выбрать наиболее надежный банк и определить целесообразность и перспективы дальнейших с ним взаимоотношений. Экономическая работа в банке наряду с определением класса кредитоспособности пред-

приятий-клиентов банка, проведением анализа состояния учета и отчетности, состояния заключенных договоров обязательно включает анализ финансового состояния банка, на основе которого осуществляются: принятие управленческих решений; координация деятельности различных подразделений и служб; объективная оценка результатов деятельности и перспектив развития; определение надежности и финансовой устойчивости банка-партнера, клиента, корреспондента.

Стоит отметить, что существующие методы анализа финансового состояния, в основном, ориентированы на корпоративную среду, а не на частного клиента. В силу чего, актуальным является определение такого коэффициента, который определит защищенность клиента в сфере банковского бизнеса.

Основная часть. Для оценки делового и репутационного имиджа банков в настоящее время используются рейтинги, позволяющие выявить место конкретного банка в банковской системе Республики Беларусь, как на внутреннем уровне, так и на международной арене. Однако, мы считаем, что существующие на сегодняшний день рейтинговые методики, в основном, ориентированы на корпоративный сектор, а не на население страны. В связи с чем, мы предлагаем использовать при определении рейтинга банков факторы, которые в большей степени будут отражать интересы самого клиента.

Основные этапы при построении рейтинга коммерческого банка представлены на рисунке 1.

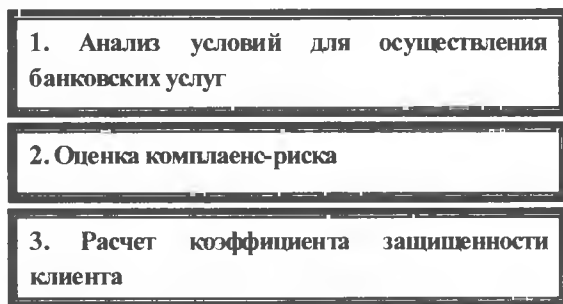


Рисунок 1 – Этапы в построении рейтинга банка

1 этап. При определении привлекательности банка с точки зрения финансовых расходов для клиента необходимо проанализировать долю доходов уже для банка в разрезе услуг, связанных с осуществление платежей, открытия и закрытия счетов и т.д. Таким образом, при обработке информации на данном этапе будут определены наиболее выгодные, с точки зрения клиента, условия для осуществления банковских операций в конкретном банке.

К комиссионным доходам (расходам) относятся доходы (расходы) по оказанным (полученным) услугам, выполненным работам, сумма которых является фиксированной или определяется пропорционально сумме актива или обязательства, а также другими способами в соответствии с условиями договоров или законодательством [1]. К ним относятся: доходы (расходы) по ведению счетов, по операциям с денежной наличностью, чеками, банковскими пластико-

выми карточками и документарным операциям, ценными бумагами, иностранной валютой, драгоценными металлами и драгоценными камнями, по доверительному управлению имуществом, по операциям приема платежей в адрес третьих лиц без открытия счета и комиссионные доходы (расходы) по прочим операциям (например, за банковское хранение документов и ценностей (за исключением ценных бумаг, драгоценных металлов)).

Алгоритм расчёта:

1. Комиссионных доходы на одного клиента = комиссионные доходы : количество клиентов

2. Прибыль с одного клиента = Чистая прибыль : количество клиентов

3. Доля комиссионных доходов в чистой прибыли (на одного клиента) = Комиссионные доходы на одного клиента : Прибыль с одного клиента

Комиссия банка является доходом для банка, для клиента это расходы. И ведь именно величина комиссионных взимаемая банком является одним из ключевых факторов при выборе банка.

2 этап. В силу того, что коммерческие банки не представляют и не смогут представить собой закрытую систему, их деятельность зависит от ряда рисков. К одному из таких рисков относится комплаенс-риск (рисунок 2).

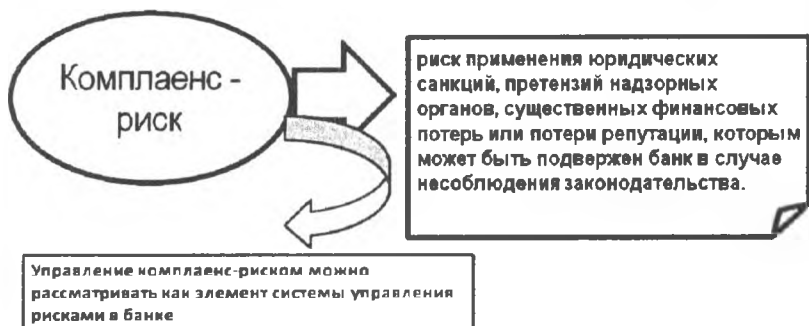


Рисунок 2 – Сущность комплаенс-риска

Исходя из этого, главной обязанностью комплаенс-контролера является осуществление внутри банка эффективной поддержки деятельности бизнес-функций для соблюдения соответствующих законов, требований внешних и внутренних нормативных документов [2].

Параметры для оценки комплаенс-риска:

1. Идентификация клиентов.
2. Сбор и хранение сведений.
3. Выявление подозрительных финансовых операций.
4. Изменение финансового состояния банка.
5. Нарушение требований законодательства Республики Беларусь в сфере предотвращения легализации доходов.
6. Возрастание количества случаев сбоев в работе электронных банковских систем.
7. Недостатки в организации системы внутреннего контроля банка.
8. Недостаточный уровень подготовки сотрудников банка.

3 этап. Каждого жителя той или иной страны интересует вопрос как накопления капитала, так и безбарьерного его возврата в любой удобный для вкладчика момент, т.е. его защищенность.

Предлагаемая методика расчета коэффициента защищенности клиента состоит из следующих этапов:

1. Выбор факторов для расчета.
2. Расчет коэффициентов для интегрированного расчета.
3. Вывод коэффициента.

В качестве показателей привлекательности банка для клиента будут выступать [3]:

- коэффициент обеспеченности банка ($K1 = \text{Привлечённые средства} : \text{Кредиты выданные}$);
- коэффициент доходности банка ($K2 = \text{Дивиденды} : \text{Прибыль}$);
- коэффициент маркетинговой активности банка ($K3 = \text{Маркетинговые услуги} : \text{Прибыль}$);
- коэффициент ассортиментного перечня ($K4 = \text{Перечень рассчитываемого банка} : \text{Перечень НБ РБ}$);
- коэффициент оснащенности банка ($K5 = \text{Стоимость основных средств} : \text{Прибыль}$);
- коэффициент выполнения обязательств ($K6 = \text{Кредиты выданные} : \text{Расчётная сумма депозитов}$).

Предложенный коэффициент защищённости потребителя определяется как среднегеометрическое произведение рассчитанных коэффициентов.

Предложенная методика определения рейтинга банка позволит оценить реальную ситуацию для конечного заинтересованного лица, в качестве которого выступает клиент банка, и тем самым повысит доверие не только к банковскому сектору, но и к самой стране.

Список цитированных источников

1. 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.
2. Деньги, кредит, банки: учеб. пособие / Под ред. Кравцовой Г.И. – Минск, 2005. – 450 с.
3. Финансовый анализ деятельности коммерческого банка: учебник / Е. П. Жарковская. – М.: Издательство «ОмегаЛ», 2010. – 325 с.

УДК 330.322

Левчук Д.А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Небелюк В.В.

ТЕНДЕНЦИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ЛИЗИНГА И ФРАНЧАЙЗИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Целью настоящей работы является изучение тенденции инвестиционной деятельности на примере лизинга и франчайзинга в строительстве, рассмотрение актуальных проблем, характерных для этих направлений.

Актуальность проведенного исследования обоснована востребованностью современных форм и способов привлечения в широких масштабах националь-

ных и иностранных инвестиций в белорусскую экономику, направленных на создание условий для сохранения высоких темпов инвестиций на благо населения и производства конкурентоспособной продукции на внутреннем и внешнем рынках в Республике Беларусь [1].

Важнейшей предпосылкой осуществления экономических преобразований в любой стране являются инвестиции, которые способны обеспечить вложения в развитие и совершенствование производства, социальную сферу, кадровый потенциал.

Республика Беларусь в настоящее время характеризуется как регион с благоприятным инвестиционным климатом. На уровне национального законодательства инвестиционная деятельность в Республике Беларусь регулируется Инвестиционным кодексом Республики Беларусь, положения которого направлены на стимулирование инвестиционной деятельности и защиту прав инвесторов. Данный инвестиционный кодекс актуален для национальных и иностранных инвесторов [2]. Помимо этого, в белорусском законодательстве закреплён принцип приоритета норм международных договоров Республики Беларусь над нормами национального законодательства (ICSID, MIGA; Соглашение о сотрудничестве в рамках СНГ, соглашения о поощрении и взаимной защите инвестиций в государствах – членах ЕвразЭС и др.).

Одной из главнейших экономических задач, стоящих перед государством, является совершенствование инвестиционного климата. Приветствуются самые современные формы инвестирования [3].

Данные Национального статистического комитета РБ на 2013-2014 год о направлении использования инвестиций показывают: удельный вес строительно-монтажных работ составил 55,4% от общего объёма инвестиций в основной капитал, инвестиции на приобретение машин, оборудования, транспортных средств составили 32,9% общего объёма инвестиций. Основной объём инвестиций вложен в 2014 году в обрабатывающую промышленность (27,2%), транспорт и связь (9,9%), сельское хозяйство, охоту и лесное хозяйство (9,9%), производство и распределение электроэнергии, газа и воды (8%) [4].

Данные Национального статистического комитета Республики Беларусь за январь-февраль 2014, 2015 года свидетельствуют: удельный вес строительно-монтажных работ составил 53,8% от общего объёма инвестиций в основной капитал. За этот период инвестиции на приобретение машин, оборудования, транспортных средств составили 37% от общего объёма в основной капитал. На долю импортных машин, оборудования, транспортных средств приходится 75,1% этих инвестиций. Из импортного оборудования 13,2% приобретено на территории Республики Беларусь.

Наблюдается динамика роста инвестиций в основной капитал за период январь-февраль 2015 года по сравнению с 2014 годом на 32,6%. Иностранные инвесторы в I полугодии 2014 года вложили в реальный сектор белорусской экономики (кроме банков) \$8,3 млрд инвестиций, что на 6,2% больше, чем за первое полугодие 2013 года.

По информации ведомства, основными инвесторами организаций республики были субъекты хозяйствования России (42,7% от всех поступивших инвестиций), Соединенного Королевства (19,8%), Нидерландов (11%), Кипра (6,1%),

Австрии (3,6%), Германии (2,4%). Наибольшие суммы иностранных инвестиций поступили в организации торговли (34,8% от всех поступивших инвестиций), транспорта (25,2%), промышленности (21,4%). В настоящее время государством взят курс на развитие перспективных, с точки зрения мировой науки, направлений исследований: информационные технологии, биотехнологии, оптико-электронные технологии и приборы, микроэлектроника, лазерные и плазменные технологии, приборостроение, машиностроение, лекарственные препараты. Тем не менее, все отрасли экономики Беларуси открыты для иностранных инвестиций.

Весьма актуальной задачей для Республики Беларусь становится проведение ежегодного мониторинга инвестиционной привлекательности. Строительная отрасль Беларуси полностью перешла на европейские стандарты, преференциями стали пользоваться инвестиционные проекты в сфере строительства, которые имеют ряд особенностей по сравнению с другими направлениями инвестирования: 1) долгосрочный характер инвестиций; 2) неподвижность – зависимость цены от местоположения; 3) уникальность объекта; 4) конкурентоспособность, которая определяется внешней средой, влиянием соседства, спецификой индивидуальных предпочтений.

В настоящее время интерес для вложения инвестиций в основном представляет жилищный комплекс с коротким циклом строительства, в частности, панельное домостроение. Также Беларусь нуждается в качественных логистических центрах и отелях.

Дополнительным импульсом для строительной отрасли стало завоевание Минском права принимать у себя Чемпионат мира по хоккею 2014 г., которое влечет за собой существенное развитие транспортной инфраструктуры, строительство гостиничных комплексов, объектов сферы развлечения, питания и услуг.

К примерам инвестирования со стороны иностранных инвесторов в область строительства Республики Беларусь можно отнести проект по строительству жилого комплекса «Лебяжий» Беларусь и Китай подписали в 2011 году. Это событие ознаменовало собой новый уровень сотрудничества в Китае, когда «вместе с кредитными пойдут и прямые инвестиции». Предполагается, что проект будет реализовываться до 2016 года. В микрорайоне «Лебяжий» появятся 33 жилых дома, общая площадь которых составит более 180 000 кв.м. Проектом на территории застройки предусмотрены учреждения и предприятия обслуживания населения – дошкольные учреждения, общеобразовательная школа, магазины продовольственных и непродовольственных товаров, помещения административного назначения, отделение банка, отделение связи, ЖЭС, фитнес-центр, салон красоты, кафе и рестораны, аптека, стоматологический кабинет, предприятия бытового обслуживания. Для автомобилей предусмотрены открытые стоянки и многоуровневый паркинг. Встроенные помещения размещены в жилых домах, расположенных вдоль улиц, ограничивающих микрорайон.

Также реализуется крупный проект по сооружению первого в Беларуси строительного гипермаркета европейского уровня стоимостью 13 млн. USD. Инвесторами проекта выступили одна из ведущих белорусских компаний на рынке Беларуси по продаже строительных материалов "ОМА", финская корпорация Kesko и ее литовский партнер компания Senukai. Срок окупаемости проекта, как предполагается, 7 лет.

Строительство транспортно-логистических центров (ТЛЦ) в Республике Беларусь – одно из перспективных направлений инвестирования. Примером такого строительства является логистический центр "Прилесье" в СЭЗ "Минск". Ориентировочная стоимость проекта – 160 млн. USD. Проект реализует иранская инженерно-строительная компания "Кейсон". Логистический центр расположится на территории более 80 га.

Бельгийская компания Antwerpse Ontwikkelingsen Investeringsmaatschappij NV (AOI NV) планирует построить логистический центр в районе Национального аэропорта Минск. Инвестор намерен вложить в реализацию этого проекта около 300 млн. USD. Срок создания белорусского логистического комплекса – 10 лет, на первом этапе планируется вложить 20-50 млн. USD. Территория логистического центра составит не менее 100 га.

Совместное литовско-белорусское предприятие "Белвингеслогистик" планирует построить в Воложинском районе современный транспортно-логистический центр, рассчитанный на обслуживание потока грузов из стран СНГ и Европы. Также существует ряд предприятий находящихся на стадии обсуждения.

Организация "Белорусский союз лизингодателей" стала инициатором в становлении нормативно-правовой базы лизинга в Беларуси. Перспективы развития лизинга в Республике Беларусь и способы решения данных проблем связаны с реализацией следующих направлений: 1) использование лизинговых сделок между крупными предприятиями и предприятиями малого бизнеса, у которых чаще всего не имеется собственных средств; 2) использование международного лизинга, привлекая крупнейшие европейские предприятия.

Для этого необходимо создать схему страхования лизинговых сделок, чтобы как лизингодатель, так и лизингополучатель имели определенные гарантии; стимулирование лизинга путем налоговых и амортизационных льгот; создание Единого информационно-лизингового центра, который мог бы информировать о лизингодателях и лизингополучателях.

Строительная индустрия Беларуси испытывает серьезную потребность в обновлении и расширении парка строительной техники на фоне недостатка собственных оборотных средств, которые предприятия могли бы направить на эти цели. Вариантом решения данной проблемы является лизинг строительной техники с постепенным погашением ее полной стоимости.

На сегодняшний день с помощью лизинга строительные предприятия приобретают весь спектр техники: оборудование для производства стройматериалов, башенные и автомобильные краны, бетоносмесительные установки, подъемно-транспортные машины. Поскольку строители стремятся как можно быстрее пройти «нулевой цикл», большим спросом пользуется землеройная техника: экскаваторы, бульдозеры и погрузчики.

Таким образом, лизинг – это удобный и простой способ модернизации, в первую очередь, для малого и среднего бизнеса в Республике Беларусь.

Система франчайзинга в след за лизингом получила широкое распространение в США, Японии, странах Западной Европы [5]. Небольшая фирма, используя помощь франчайзера, может в сравнительно короткие сроки начать свое дело, причем постоянная поддержка со стороны головной фирмы помогает успешно преодолеть трудности, особенно на начальном этапе функционирования.

Законодательно возможность заключать договоры франчайзинга в Беларуси появилась только в 2005 г. По данным Ассоциации франчайзеров и франчайзи «Белфранчайзинг», к концу 2012 г. в Республике Беларусь было зарегистрировано 109 договоров франшизы с 20 белорусскими и 17 зарубежными франчайзерами. Большинство из них – в сфере розничной торговли, общепита и услуг.

Строительный рынок для франчайзинговых структур является довольно привлекательной областью, тем более, что включает в себя он не только строительство сооружений, зданий, но также и производство, и продажу строительных материалов, оборудования. Метод франчайзинга – альтернатива государственной поддержке малого предпринимательства [5].

Строительный франчайзинг является на сегодняшний день в мировой практике довольно распространенной моделью ведения бизнеса. Существует большое количество зарубежных франшиз в области строительных материалов. Например, американская «ПаттернПринт» – технология декорирования асфальта с помощью штампов и несмываемых красок, используется для изготовления покрытий и благоустройства пешеходных зон, парков, тротуаров, парковок, велосипедных дорожек и т.д. Штампованный асфальт уже более 10 лет успешно применяется во многих странах Европы, Австралии и США.

Компанию Senesco, которая является федеральной торговой маркой, зарегистрированной в Роспатенте выпускает востребованные на рынке стройматериалы: сухие строительные смеси, декоративно-защитные акриловые штукатурки, акриловые водно-дисперсионные краски и грунтовки.

В настоящее время широкое распространение получили теплые (мокрые) фасады с финишной отделкой «Короед». Это клей для приклеивания пенополистирола и минераловатных плит, клей для армирования, и финишное покрытие минеральная или акриловая декоративно – защитная штукатурка.

Франчайзинг в строительстве – это отличная возможность для предприятия минимизировать свои затраты на строительных материалах и внедрении новых технологий.

Следует отметить, что перспективными направлениями инвестирования являются лизинг и франчайзинг, которые на данный момент находится на стадии раннего развития в Беларуси, но количество лизинговых и франчайзинговых компаний с каждым годом увеличивается. Эти два направления являются удобным и простым способом модернизации, в первую очередь, для малого и среднего бизнеса в Республике Беларусь, открывают большие возможности для начинающих предпринимателей, большинство из которых не обладают достаточным количеством знаний и опыта для ведения дел.

Для РБ чрезвычайно важным является развитие лизинга и франчайзинга, т.к. в выигрыше от этого будет все: белорусское государство, субъекты хозяйствования и потребители, а также зарубежные инвесторы. Скорейшее развитие сфер, где франчайзинг и лизинг наиболее широко применяется – сферы быстрого питания, придорожного сервиса (кафе, мотели, кемпинги), автосервиса, бытового обслуживания, отдыха и развлечений, охраны здоровья, мелкорозничной торговли и строительства.

Список цитированных источников

1. Говзич, В. Многообразие режимов для инвестиций – не всегда благо // Финансы. Учет. Аудит: научно-практич. журнал / Министерство финансов РБ. – Мн., 2010. – № 5. – С. 25-27.

2. Крапивина, Л. Новый формат и содержание работы: национальное агентство инвестиций и приватизации начинает работать в Беларуси в новом формате / Экономика Беларуси: итоги, тенденции, прогнозы. Есопому of Belarus / СМ РБ, МЭ РБ, МФ РБ, Министерство иностран. дел РБ, Республиканское унитарное предприятие "Белорусское телеграфное агентство". – Минск, 2011. – № 3. – С. 62-66.

3. Непомнящий, Е.Г. Экономическая оценка инвестиций: учебное пособие. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2005. – 292 с.

4. Нечаева, Е. Территория инвестиций и технологий / Е. Нечаева // Экономика Беларуси. – Минск. – 2012. – № 2. – С. 24-28.

5. Сергеев, С. Ведение бизнеса в Беларуси: международные оценки / С. Сергеев // Наука и инновации: научно-практический журнал / Национальная академия наук Беларуси. – Минск: РУП "Издательский дом "Белорусская наука". – 2013. – № 12. – С. 20-23.

УДК 336.717

Махунова М.А.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Кофанов В.А., доцент Аверина И.Н.

ОПТИМИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ НА ПЛАТФОРМЕ КЛИЕНТ-СЕРВЕРНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ ACCESS

В сложных экономических условиях для любого предприятия особую роль играет эффективное управление бизнес-процессами, которое не возможно без автоматизации управленческого учета. Причем предпочтение отдается доступным и менее затратным способам автоматизации.

В современном мире уже разработано достаточно большое количество специализированных программ для ведения управленческого учета, например, «1С: Управление небольшой фирмой». Но приобретение готовой программы не всегда целесообразно и материально оправдано, так как не гарантирует отражения специфики деятельности предприятия.

Microsoft Access – продукт корпорации Microsoft, который представляет на сегодняшний день самую распространенную в мире систему управления реляционными базами данных (далее – СУБД) для персональных компьютеров. С выходом в свет Microsoft Access 2010 в распоряжении пользователей появилась комбинация мощных современных технологий и развитых средств для создания прикладных программ нового поколения. В последние годы популярность СУБД MS Access возрастает, области применения ее расширяются. Эта программа, кроме четкого контроля над большим объемом информации, обеспечивает также возможность совместной работы пользователей с базой данных в сети и реализует разнообразные способы представления и использования собранных данных. Сильными чертами СУБД MS Access по сравнению с другими аналогичными программами всегда были, с одной стороны, удобный набор средств разработчика и интуитивная понятность работы, а с другой – возможность получить профессиональный результат, высокая совместимость и интеграция ее баз данных с другими программами и форматами файлов [1].

В MS Access активно развиваются технологические направления, составляющие основу совместного использования корпоративных баз данных.

Корпоративная база данных после внедрения в эксплуатацию значительно вырастает в объеме (порой занимает несколько десятков, а то и сотен мегабайт),

с ней в сетевом режиме может работать более полсотни пользователей. В этой ситуации очень ощутимо замедление работы приложения, созданного в Microsoft Access. Это объясняется тем, что все его объекты (таблицы, запросы, формы, отчеты, макросы и модули) хранятся в одном файле с типом, который располагается на сервере. Значительно возрастает нагрузка и на сетевое оборудование.

В связи с этим возникает необходимость в преобразовании базы данных (далее – БД). Предпринимают следующий шаг в развитии приложения – с целью оптимизации производительности, масштабируемости, безопасности, надежности, способности к восстановлению и доступности базы данных и приложения выполняют перевод базы данных на платформу «клиент-сервер».

Архитектура «клиент-сервер» предполагает хранение данных на одном компьютере, доступ к которому с множества клиентских компьютеров осуществляется через сеть, а выполнение обработки данных там, где она выполняется лучше всего – на сервере, что значительно снижает нагрузку на сеть. После выполнения запросов к БД их результаты отправляются на клиентский компьютер. Такое распределение позволяет не зависеть от вычислительной мощности своей локальной вычислительной сети.

Перед преобразованием базы данных MS Access рекомендуется выполнить следующие действия:

1. Создать резервную копию базы данных.
2. Убедиться в наличии достаточного места на диске, где будет храниться преобразованная база данных. Процесс преобразования происходит быстрее, когда на диске много свободного пространства.
3. Для всех таблиц задать первичные ключи (уникальные индексы), т. е. каждая таблица должна находиться во второй нормальной форме, то есть не иметь повторяющихся записей.

Алгоритм перевода БД на платформу «клиент-серверного» приложения в MS Access состоит из следующих этапов:

1. Выполняется перевод базы данных в SQL Server 2005 – так называемый процесс конвертации.
2. Разрабатывается диалоговая форма, обеспечивающая пользователям доступ к приложению.
3. Перед установкой на рабочие станции предприятия (организации) клиентская часть базы данных переводится в файл ACCDE (без исходных текстов VBA) или ADE (проект MS Access без исходных текстов).
4. Выполняется администрирование базы в SQL Server 2005 – разграничение прав доступа пользователей к базе данных [2].

Процесс конвертации БД в клиент-серверное приложение в MS Access 2007 выполняется при помощи **Мастера преобразования**, который запускается из пункта главного меню *Работа с базами данных* командой *Переместить* – SQL Server.

На первом шаге Мастера выбирают режим создания новой базы данных SQL Server.

Второй шаг предназначен для сбора сведений об SQL Server, порядке соединения с ним и выбора названия базы данных, которая будет создана на нем. В нашем случае Microsoft SQL Server 2005 Developer Edition установлен на персональном компьютере, имеющем имя Master (рис. 1).



Рисунок 1 – Выбор SQL Server для базы данных

Если компьютер включен в локальную сеть, в которой имеются другие серверы, и стоит задача выполнить перенос базы Microsoft Access 2007 на другой SQL Server, тогда надо найти его имя в списке. Для входа на необходимый SQL Server можно воспользоваться учетной записью его администратора – SA, а можно использовать доверительные отношения и попасть на SQL Server под именем администратора операционной системы своего компьютера. Для этого достаточно поставить флажок **Доверительное соединение**. При этом поля **Код входа** и **Пароль** станут недоступными. Имя новой базы данных Мастер преобразования сформирует автоматически, добавив окончание "SQL" к имени базы данных Microsoft Access 2007. В нашем примере сформированное имя – Real EstateSQL. При необходимости его можно изменить.

Далее Мастер преобразования предлагает выбрать таблицы базы данных Microsoft Access, которые будут помещены в базу данных Real EstateSQL на сервере. В нашем случае необходимо выбрать все таблицы, после чего все таблицы появятся в правой части окна, и станет возможным переход к следующему шагу, на котором необходимо определить, какие дополнительные атрибуты таблиц следует также конвертировать в формат SQL Server (рис. 2).



Рисунок 2 – Четвертый шаг Мастера преобразования

Один из самых важных этапов – выбор способа преобразования в формат SQL Server 2005 из перечисленных в Мастере вариантов (рис. 3):

- создание нового приложения Access "клиент-сервер" – связь клиента и сервера через OLE DB;
- создание связи таблиц SQL Server с существующим приложением (через ODBC);
- преобразование только данные из формата базы данных MS Access 2007 в формат базы данных SQL Server, не изменяя само приложение.

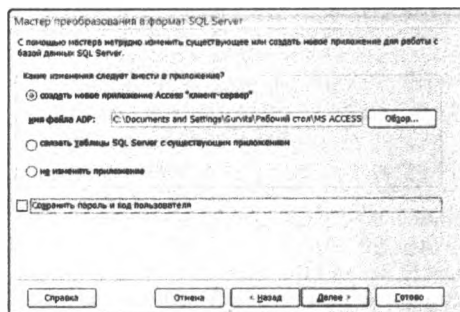


Рисунок 3 – Пятый шаг Мастера преобразования БД в формат SQL Server

С целью получения корпоративной БД выбирается режим создания нового приложения Access "клиент-сервер". Мастер преобразования в формат SQL Server в результате создаст новый проект Microsoft Access. Пользователю выводится приглашение указать его имя (по умолчанию используется имя текущей базы данных MS Access). Мастер добавит суффикс "CS", а затем сохранит его в той же папке, где расположена существующая база данных Access.

Созданный проект Microsoft Access 2007 соединяется с базой данных Microsoft SQL Server 2005 с помощью архитектуры компонентов OLE DB. Проект не содержит никаких данных или объектов определения данных: таблиц, представлений, триггеров, хранимых процедур и т. д. Эти объекты сохраняются в базе данных на SQL-сервере. Проект включает в себя только формы, отчеты, макросы и модули.

Структура созданного проекта БД представлена на рисунке 4.

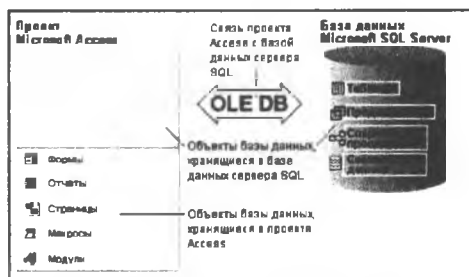


Рисунок 4 – Понятие проекта Microsoft Access

Еще одной и не менее важной предпосылкой перехода в архитектуру «клиент-сервер» является обеспечение информационной безопасности приложения

на более высоком уровне. Пользователю необходимо предоставить доступ к файлу MS Access и ограничить его возможности работы с ним.

Повышение производительности является другой, иногда не менее важной причиной перехода к клиент-серверной архитектуре. Требования к производительности приложения зависят от типа задач, которые оно должно выполнять. В таблице 1 указаны некоторые задачи, для которых, вероятно, лучше перейти к клиент-серверной архитектуре.

Таблица 1 – Преимущества использования сервера для некоторых задач

Тип обработки	Преимущества использования сервера
Большой объем транзакций, выполняемых над многими таблицами	Сетевой трафик уменьшается за счет передачи по сети только запросов клиентов и результатов обработки. Вследствие этого уменьшается время ожидания обработки запроса при той же стоимости аппаратуры.
Выполнение нетривиальных запросов над совместно используемыми данными	Улучшенное управление приоритетами доступа. Сетевой трафик уменьшается, поскольку по сети передаются только результаты обработки данных
Изменение небольшого числа полей (даже одного) в большом количестве записей	Сетевой трафик значительно уменьшается, поскольку по сети передаются лишь измененные поля
Массивная обработка данных над большими таблицами	Мощность серверной СУБД в сочетании с аппаратными возможностями самого сервера позволяет значительно повысить производительность

Благодаря возможности разрабатывать клиентские приложения для доступа к данным сервера, Access можно активно применять не только на малых, но и на средних и крупных предприятиях для создания клиент-серверных приложений.

Список цитированных источников

1. Бекаревич, Ю.Б. Самоучитель Access 2010 / Ю.Б. Бекаревич – СПб.: БХВ-Петербург, 2011.
2. Гурвиц, Г.А. Microsoft Access 2007. Разработка приложений на реальном примере / Г.А. Гурвиц – СПб.: БХВ-Петербург, 2007.

УДК 51-74

Махунова М.А.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Кофанов В.А., доцент Аверина И.Н.

ИНТЕРФЕЙС СЕТЕВОГО ПРИЛОЖЕНИЯ ACCESS

В современном мире уже разработано достаточно большое количество специализированных программ для ведения управленческого учета, например, «1С: Управление небольшой фирмой». Но приобретение готовой программы не всегда целесообразно и материально оправдано, так как не гарантирует отражения специфики деятельности предприятия.

В большинстве случаев в каждой фирме, использующей компьютерную технику, уже установлено программное обеспечение. Как правило, это операционная система Windows и пакет программ Microsoft Office, где присутствуют такие программы как Word, Excel, а также система управления базами данных Access. Access позволяет обеспечить контроль над большим объемом информации и совместную работу пользователей с базой данных в сети. По сравнению с

другими аналогичными программами Access, с одной стороны, имеет удобный набор средств разработчика и высокую совместимость и интеграцию ее баз данных с другими программами и форматами файлов.

Создать базу данных (запросы, отчеты и др.) в Access для сотрудника фирмы на много сложнее, чем использовать ее. Поэтому целью нашей работы является разработка такого приложения Access, которое способствует оптимизации бизнес-процессов, позволяя сотруднику фирмы:

- пополнять базу данных;
- идентифицироваться в базе данных;
- работать с базой данных в сети;
- экспортировать данные в Word и Excel.

В подобном приложении необходимо ограничить пользователя от большинства инструментов управления базой данных, для того чтобы его действия не привели к необоснованным изменениям базы данных. В настройках базы данных пункт «отключить» приведет к скрытию всех вкладок кроме вкладки «главная», при этом на самой вкладке «главная» станут неактивными большинство элементов редактирования.

Взамен скрытых элементов мы создали с помощью VBA дополнительную вкладку, на которой расположили элементы главного меню. В меню объединяют последовательности и группы команд, одну из которых может выбрать работник для совершения очередного действия. Как правило, названия команд в меню достаточно информативны, так что пользователь может легко найти нужную ему команду. Команды для решения близких задач всегда объединяются в группу. В одном меню команды объединяют на основе одного из двух принципов: либо это различные действия над одним объектом, либо однотипные действия над различными объектами. Эти элементы позволяют быстро сориентировать внимание пользователя на возможных действиях с открытой БД (рис. 1).

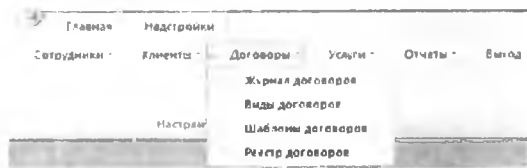


Рисунок 1 – Главное меню

Работать с БД может любой пользователь, имеющий права доступа к пунктам главного меню. Доступ предоставляет администратор БД. В зависимости от полученных прав у каждого пользователя свои элементы главного меню. Элемент главного меню, который предоставляет право добавлять в БД нового пользователя, есть только у администратора. Добавляя нового пользователя, администратор обязательно должен указать его имя, фамилию, отчество, дату рождения, должность и права доступа к определенным пунктам меню (рисунок 2).

Определенные права доступа получает только этот пользователь, который прошел идентификацию в этой БД. Идентификация пользователя выполняется в момент открытия БД с помощью диалогового окна, показанного на рисунке 3. В этом окне пользователь должен выбрать свое имя, фамилию и отчество и ука-

звать пароль. В случае отсутствия в БД введенного пароля для выбранного пользователя система укажет на возможные ошибки при вводе данных, либо предложит завершить работу с открываемой БД.

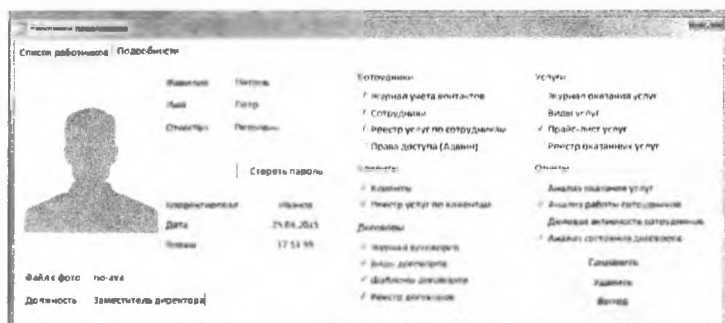


Рисунок 2 – Диалоговое окно для разграничения прав пользователей



Рисунок 3 – Пользовательское диалоговое окно входа в приложение

Поскольку диалоговое окно, требует выбор (ввод) пользователя, исходим из того, что требуется дополнить базу данных таблицей Сотрудники, которая будет фиксировать основные данные сотрудников и пароль для входа в приложение, а также определять права доступа пользователей. Реляционные базы данных позволяют выполнить эти изменения в ее структуре в любой момент без какого-либо ущерба для ранее разработанных объектов приложения. Для автоматической идентификации пользователя определено ключевое поле Префикс (Prefix) с типом данных Счетчик (AutoNumber).

При вводе пароля, приложение (специальный макрос) кодирует его и сверяет с заданным паролем (пароль хранится в виде программного кода) в таблице Сотрудники.

Если пароль отсутствует, то работа программного комплекса прекращается. "Подсматривать" пароль через ODBC не имеет смысла, так как в таблице он зашифрован, а вводить его в форму требуется в раскодированном виде. Пароль, указанный пользователем, зашифровывается и сравнивается с хранящимся в

таблице. В случае совпадения все глобальные переменные, управляющие доступом к пунктам меню, формам и отчетам, получают значения, соответствующие полям Access01—Access14 таблицы Сотрудники. Рассмотрим содержание полей таблицы на рисунке 4.

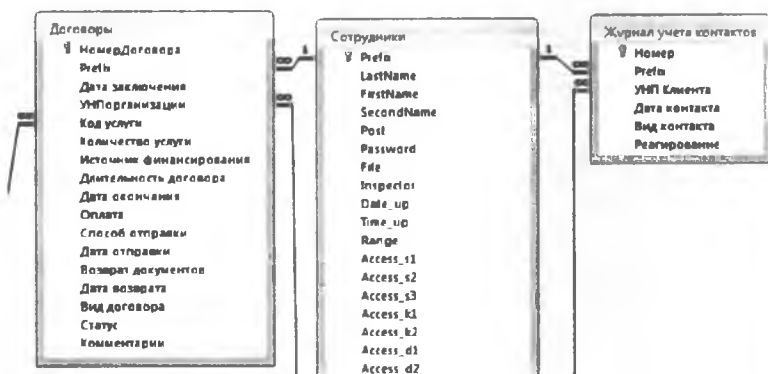


Рисунок 4 – Схема таблицы Сотрудники

LastName – Фамилия,
 FirstName – Имя,
 SecondName – Отчество,
 Post – Должность,
 Password – Пароль,
 File – ссылка на фотографию сотрудника,
 Inspector – логическое поле (да / нет), если стоит значение истина, то это означает, что данный сотрудник наделен правами администратора.

Date_up – дата последнего изменения пароля,
 Time_up – время последнего изменения пароля,
 Значения полей Access01 – Access07 присваиваются глобальным переменным в результате работы формы Login, и на основании того, False это или True, обеспечивается доступ к пунктам меню, формам и расчетам программного комплекса (права доступа к пунктам меню).

Прошедшие идентификацию пользователи могут вносить изменения только в ту часть БД, к которой им предоставлен доступ. Для этих целей было разработано соответствующее количество диалоговых окон. В основном структура этих окон была одинаковой с точки зрения интерфейса. Все отличие было визуальным, т.е. в каждом окне располагался определенный набор элементов для изменения соответствующих полей таблиц БД. Типичный пример такого диалогового окна приведен на рисунке 5.

Одним из главных объектов диалогового окна, показанного на рисунке 5, является объект «вкладка», позволяющий создавать двухстраничную форму. На первой странице, как правило, расположен объект список, отображающий все записи соответствующей таблицы БД. На второй странице расположены объекты, позволяющие редактировать старые или добавлять новые записи. В режиме

редактирования вторая страница открывается в результате выбора из списка на первой странице соответствующей записи, а в режиме добавления записи – путем нажатия кнопки «добавить».



Рисунок 5 – Диалоговое окно «журнал договоров»

Код процедур событий объектов (список, вкладка и кнопка) позволяет следить за изменением данных, совершаемых пользователем и предупреждать его о необратимых последствиях, таких как удаление.

Для удобства работы в сети мы разделили базу данных с помощью инструмента «база данных Access» на два файла: файл с данными и файл с компонентами интерфейса. Файл с данными расположили на сервере, а файл с компонентами интерфейса – на рабочих станциях. Этот прием позволил нам снизить нагрузку на сеть, повысить скорость работы интерфейса, упростить установку новых версий приложений и повысить сохранность данных.

Разделение базы данных может перевести к тому, что файл с данными, хранимый на сервере, останется не защищен от внешнего доступа. Поэтому при разделении базы данных файл с данными обязательно необходимо защитить паролем. В этом случае пользователь может получить доступ к данным только через файл с компонентами интерфейса.

Результаты выборки передавались либо на форму, либо в заранее сформированный шаблон отчета Access или Word. В Access удобно формировать отчет на основе нескольких записей, в Word – на основе одной (заявление, договор, акт).

Передача данных из Access в Word происходит с помощью инструмента «слияние» в автоматическом режиме. Для реализации такого трюка в документе Word, представляющего собой шаблон договора, предварительно вручную было выполнено слияние. Код таких действий записывался с помощью макрорекордера в VBA в виде исполняющей процедуры.

Запуск процедуры слияния происходил после нажатия на кнопку Word диалогового окна «журнал договоров» (рисунок 5). Для того чтобы оба приложения не конфликтовали друг с другом, в приложении Word была подключена библиотека объектов Access, а в приложении Access подключена библиотека объектов Word. Такой подход помог значительно сократить объем кодирования процесса слияния.

Разработанное в такой форме приложение Access очень удобно использовать в локальной вычислительной сети при работе нескольких человек одновременно.

Список цитированных источников

1. Гурвиц, Г.А. Microsoft Access 2007. Разработка приложений на реальном примере / Г.А. Гурвиц. – СПб.: БХВ-Петербург, 2007. – 672 с.
2. Бекаревич, Ю.Б. Самоучитель Access 2010 / Ю.Б. Бекаревич. – СПб.: БХВ-Петербург, 2011. – 432 с.

УДК 338.001.36

Махунова М.А.

Научный руководитель к.э.н., доцент Потапова Н.В.

СТОИМОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННАЯ КОНЦЕПЦИЯ РЕСТРУКТУРИЗАЦИОННОГО КОНТРОЛЛИНГА

В современных быстроменяющихся условиях рыночной экономики становится очевидным, что любое предприятие для выживания и сохранения конкурентоспособности должно постоянно корректировать свою деятельность с учетом требований внешней среды. Это вызвано тем, что изменения факторов внешней среды может привести к возникновению определенного дисбаланса между предприятием и средой и повлечь необходимость адаптации предприятия. В этой связи, предприятие должно обладать способностью своевременно осуществлять адекватные изменения. Такие изменения на предприятии могут быть осуществлены при помощи реструктуризации.

Реструктуризация – инструмент быстрого и гибкого реагирования бизнес-единиц (предприятий) на изменения внешней среды.

Реструктуризация предприятия – это один из методов его реформирования посредством проведения преобразований в организационной, финансово-экономической, производственно-технической и социальной подсистемах с целью адаптации к быстро меняющимся условиям поведения внешней среды для повышения эффективности его функционирования и конкурентоспособности.

Таким образом, если реформирование предприятия подразумевает любые возможные преобразования и изменения, то реструктуризация является одним из конкретных методов реформирования предприятия путем структурной перестройки его основных подсистем.

Реструктуризация, зависящая от целевых установок и стратегии предприятия, может быть оперативной или стратегической. В зависимости от количества структурных изменений существует комплексная и частичная реструктуризация.

Оперативная реструктуризация означает существенное изменение структуры компании, преследующее такие цели как возможность финансового оздоровления или улучшения платежеспособности компании.

Стратегическая реструктуризация также приводит к изменениям в структуре компании, но в первую очередь направлена на улучшение привлекательности компании для инвесторов, расширение её внешнего финансирования, а также повышение стоимости самой компании.

Комплексная реструктуризация в основном проводится в несколько этапов, постепенно затрагивая все элементы компании.

Частичная реструктуризация вносит изменения лишь в один или несколько элементов предприятия.

Обычно различают такие виды реструктуризации предприятий:

1. Направленную на укрупнение предприятия (слияние, присоединение, поглощение);
2. Направленную на дробление предприятия (разделение, выделение);
3. Без изменения размеров предприятия (преобразование) [1].

В теории развития предприятий принято выделять основные этапы жизненного цикла: зарождение, подъем, зрелость, спад и кризис. Преодолевая кризис, который в свою очередь может наступить на любой фазе жизненного цикла, предприятие либо вступает в фазу подъема либо прекращает свое существование. Процесс преодоления кризиса осуществляется в рамках проведения оздоровительных мероприятий и занимает определенный период в жизненном цикле предприятия. Следовательно, изучая развитие предприятия, необходимо учитывать, что фаза кризиса имеет два варианта развития: санация, предполагающая выход из кризиса и продолжение деятельности, и ликвидация организации (рисунок 1).



Рисунок 1 – Определение места санации в жизненном цикле предприятия

Кризис сигнализирует о неэффективном использовании факторов производства данной организацией, в связи с чем возникает угроза ее существованию и необходимость принятия мер с помощью:

- антикризисного управления (в том числе досудебного оздоровления), если степень поражения кризисом организации невысокая,
- санации (оздоровления), реализуемой в рамках механизма банкротства, если степень поражения кризисом высокая;
- ликвидации, если кризис является непреодолимым.

Одним из инструментов финансового оздоровления предприятий является реструктуризация.

В последние десятилетия практически ни одна ведущая корпорация мира не смогла избежать сложного и многоаспектного процесса реструктуризации. В динамично меняющихся условиях хозяйствования реструктуризация превращается в решающий фактор успешной деятельности предприятий. В связи с этим возникает необходимость поиска новых форм и методов управления для своевременного осуществления необходимых трансформаций в собственном бизнесе и его структуре. Таким инструментом является контроллинг.

Интегрируясь в систему управления предприятия, контроллинг позволяет устанавливать цели, соответствующие требованиям рынка, принимать обосно-

ванные стратегические решения для непрерывного совершенствования его деятельности. В условиях неопределенности применение передовых мировых и отечественных достижений в области контроллинга предприятия выступает насущной потребностью поступательного развития белорусского бизнеса.

До настоящего времени не существует однозначного определения понятия «контроллинг», но при всей неоднозначности трактовки и подходов большинство исследователей сходится на том, что это новая концепция (от лат. *conceptio* – понимание, система) управления, порожденная системой факторов организационного развития (прежде всего стратегического и инновационного характера).

Под концепцией контроллинга следует понимать совокупность суждений о его функциональном разграничении, институциональном оформлении и инструментальной вооруженности в контексте целей организации, релевантных контроллингу, и целей контроллинга, вытекающих из целей организации [2, с.23].

Реструктуризация интегрированных бизнес-групп приводит к усложнению менеджмента как управленческой деятельности, что влечет за собой необходимость повышения уровня специализации и роста профессионализма менеджеров, а также качества информационно-аналитического и методического обеспечения процесса принятия решения, т.е. применения контроллинга. Так как главной целью деятельности предприятия и реструктуризации, как объективного процесса его развития, является повышение стоимости, то необходимо говорить о стоимостно-ориентированном реструктуризационном контроллинге.

Она ориентирована на достижение целей предприятия. При этом управление затратами в системе контроллинга не сводится к их снижению, а осуществляется за счет оптимизации соотношения «затраты – прибыль» с применением определенных методов и инструментов.

Предлагаем на белорусских предприятиях в период кризиса (как этапа деятельности предприятия) внедрять реструктуризационный контроллинг и оптимизировать немецкую схему отчетности контроллинга затрат предприятия.

Рассмотрим возможность применения реструктуризационного контроллинга направленного на укрупнение предприятия методом горизонтального слияния с применением ранее предложенной новой схемы отчетности для принятия управленческих решений.

Слияние двух и больше предприятий в одно означает переход имущества, прав и обязанностей каждого из них к вновь возникшему предприятию.

Различают:

- горизонтальное слияние – объединение предприятий, которые производят одинаковый тип товаров или предоставляют одинаковые услуги;
- вертикальное слияние – объединение какого-либо предприятия с его поставщиком сырья или потребителем его продукции.

Присоединение одного предприятия к другому означает, что к последнему переходят имущество, права и обязанности первого предприятия. Новое предприятие вследствие такой реорганизации не возникает.

Предлагаем при горизонтальном слиянии предприятий применять схему отчетности, построенную на немецкой схеме отчетности, позволяющую промежуточно и оперативно выводить конечный результат от деятельности предпри-

ятий, анализировать деятельность предприятия, проводить анализ статей затрат предприятия [3]

Применение реструктуризационного контроллинга даст возможность своевременно и наглядно отображать результаты деятельности предприятия, что позволит оперативно принимать те или иные управленческие решения.

Обладая такой возможностью руководители предприятия смогут выявить его проблемы, вовремя ее решив, получают возможность вывести предприятие на новый уровень его деятельности.

Список цитированных источников

1. Управление затратами на предприятии: учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. Под редакцией Г.А. Краюхина. – Питер, 2012.

2. Попченко, У.Л. Бизнес-контроллинг / У.Л. Попченко, Н.Б. Ермасова. – М.:Альфа-Пресс, 2006. – с. 288.

3. Контроллинг затрат на продукт с помощью решений SAP / Джон Джордан.

УДК 338.001.36

Махунова М.А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Потапова Н.В.

ОРГАНИЗАЦИЯ КОНТРОЛЛИНГА ЗАТРАТ НА МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Уже несколько лет Республика Беларусь переходит к рыночной экономике. Цены на готовые изделия на рынке складываются под действием спроса и предложения. Широчайшее распространение в расчетах получила предоплата в связи с катастрофическим уровнем неплатежей среди субъектов экономики. В этих условиях расчет фактической себестоимости продукции, как и во всем экономически развитом мире потерял прежнее монопольное положение для определения цены. Недаром в нашей жизни обычным явлением стала продажа ниже себестоимости.

Предприятиям требуется определять цену на свою продукцию заранее, до того как она будет изготовлена. Покупатель сначала договаривается о стоимости заказа, а потом заключает сделку. Однако, производитель сможет определить свои затраты только после завершения процесса производства.

Получается замкнутый круг: цена должна быть определена до изготовления продукции, а затраты для её расчета могут быть получены только после изготовления. Особую важность решения этого вопроса имеет для частных малых и средних предприятий, которые работают на свой страх и риск и ошибки в области ценообразования могут стать для них роковыми.

Для разрыва этого круга необходимо соответствующее планирование. Однако оно не может дать абсолютной точности, но относительно решать поставленные вопросы вполне в состоянии.

Малые и средние предприятия стремятся иметь достаточно простую систему учета. Следовательно, и система планирования не должна быть сложной. Тщательное планирование может дать больший экономический эффект, однако предприниматели никогда не имеют времени на это, а зачастую и желания.

Некоторую помощь предприятиям в решении их экономических проблем, на мой взгляд, вполне способна система производственного учета «контроллинг», которая с успехом уже несколько лет применяется на Западе, особенно в Германии.

Целью нашей работы является описание того, как система контроллинга может быть применима на малых и средних предприятиях нашей страны.

По-моему мнению, исходным моментом для принятия решения необходимости совершенствования системы управления прибылью может быть анализ отчета о прибылях и убытках за прошлый год. Этот отчет ясно показывает проблемы системы и дает толчок для первых доводов о необходимости введения более совершенной системы управления прибылью [2, с.26].

Перед бухгалтерией встает задача обеспечить предпринимателя данными для анализа, по результатам которого он мог бы принимать решения по текущим вопросам деятельности фирмы. Таких решений в повседневной жизни множество, особенно когда речь идет об ответах на запросы клиентов предприятия, принятии или отклонении деловых предложений, при выборе варианта между собственным изготовлением каких-то частей заказа или производством их вне фирмы, при решении инвестиционных вопросов и т.д. [2, с. 29].

Предпринимателю требуется такая система управленческого (производственного учета), которая могла бы решить следующие проблемы:

1. Давать возможность анализировать доходы и расходы предприятия (а также в разрезе структурных подразделений, если таковые имеются).

2. Получать эту информацию как можно более оперативно.

3. Позволять быстрый и относительно точный расчет цены на принимаемый заказ при договорной цене и иметь возможность принятия такого заказа при фиксированной цене – когда цену диктует заказчик.

4. Возможность планирования доходов и расходов.

5. Основные требования, предъявляемые к системе учета:

6. Система должна быть как можно более простой и наглядной;

7. Она должна легко пониматься бухгалтерами предприятия и занимать минимум времени на данный вид учета.

Решить поставленные проблемы и соответствовать предъявляемым требованиям может помочь система контроллинга в её немецкой модели. Естественно, что механически перенести рекомендации на нашу экономическую деятельность нельзя, но адаптировать предложенные схемы применительно к нашим предприятиям вполне возможно.

В первую очередь необходимо разработать схему системы отчетности для исчисления конечного результата, которую будет получать предприниматель. Схема, в системе контроллинга, изложенной немецкими специалистами, изображена в таблице 1.

Отталкиваясь от этой схемы, мы разрабатываем новую схему для предприятий Республики Беларусь.

Строка 01 – объем производства, величина которого поможет нам осуществить простой и приемлемый счетный контроль ошибок в числовых данных, записях или группировке счетов. В качестве данного показателя, рекомендуем брать в качестве объема производства величину оплаченных часов работы.

квadratные метры, кубические метры, тонны или другие подобные измерители произведенной продукции. Важно, что речь здесь идет о количественной, а не стоимостной величине. При помощи базисной количественной величины проверяются на приемлемость основные стоимостные расчеты. В случае если же измерителем объема выбираем рабочие часы, на мой взгляд, целесообразно брать оплаченные часы работы на предприятии, так как именно необходимость их оплаты вынуждает нас учитывать их для расчета затрат.

Таблица 1 – Схема немецкой системы отчетности для исчисления конечного результата

01	Объем производства в рабочих часах	
02	Оборот-брутто без НДС	
03	Факторы уменьшения прибыли	
04	Оборот-нетто	
05	Изменение запасов (только 30.06 и 31.12)	
06	Общий объем производства	
07	Расход материалов и услуги со стороны	
08	Общая выручка (Предварительный итог)	
09	Плата за основную производственную работу (изготовление)	
10	Затраты на отпуск товаров	
11	Производственные затраты (стр.07+стр.09+стр.10)	
12	Сумма покрытия 1 (стр.02 – стр.09)	
13	Оклады, зарплата предпринимателей	
14	Проценты	
15	Промежуточная сумма между стр.12 и 13 (стр.11-стр.12- стр.13)	
16	Затраты на содержание производственных помещений без арендной платы	
17	Арендная плата	
18	Транспортные расходы	
19	Амортизационные отчисления	
20	Текущий ремонт и прочие расходы	
21	Затраты на организацию группы 1 (суммы стр.13,14, 16, 17, 18, 19,20)	
22	Сумма покрытия (стр.12-стр.21)	
23	Затраты на организацию группы 2	
24	Сумма покрытия 3 = итог деятельности предприятия без стр.04 (стр.22 – стр.23)	
25	Сверочный итог для стр.04	
26	Прибыль / Убыток с учетом стр.04	

Строка 02 – оборот-брутто без НДС. Если предприятие не работает с НДС, то необходимости в данном показателе нет. В таком случае берем величину оборота по оплате, а не по отгрузке, в связи с тем, что экономическая действительность заставляет предпринимателей ориентироваться на денежный оборот. В то время как крупное предприятие в какой-то мере может себе позволить работать «на склад», ориентируясь на бартерные операции, получая весьма условную выручку, то мелкий и средний предприниматели не могут себе такого позволить, и в подавляющем большинстве случаев они производят расходы, ориентируясь на получение дохода.

Предприниматель работает с теми контрагентами, по которым он имеет уверенность в оплате. Следовательно, для целей управленческого производственного учета мы вполне обоснованно можем использовать налично-денежный оборот и движение на расчетном счете.

Строка 03. К факторам уменьшения прибыли относятся бонусы и скидки, которые предприниматели могут применять в зависимости от размера заказа и срока оплаты. Если на расчетный счет (в кассу) предприятия поступает выручка, в которой уже учтены скидки и бонусы, то ведение данной строки не имеет смысла, а противном случае существует необходимость ее ведения.

Строка 05 – изменение запасов предназначена для корректировки оборота-нетто на изменение запасов сырья, полуфабрикатов, готовой продукции.

Строка 07 – затраты материалов и услуги со стороны будут равны оплаченным услугам (учитываются услуги, относящиеся на производство продукции). В настоящее время практически ни одно предприятие не начнет работу, не имея предварительной оплаты или гарантии оплаты, работая с надежными клиентами. А такие предприятия вполне могут позволить себе оплачивать свои расходы точно в срок.

Строка 08 – предварительный итог (общая прибыль) рассчитывается путем вычитания из выручки затрат на материалы и услуги со стороны. Это значение играет важную роль для анализа предпринимателем своего экономического положения и для принятия решения о дальнейших шагах в хозяйственной деятельности. Фактически получаемая разница – это добавленная стоимость, которую присоединяют к изготавливаемой продукции на самом предприятии. Сопоставляя величины добавленной стоимости и затрат на материалы и услуги со стороны, предприниматель сразу же может увидеть, какова доля участия этих двух величин в стоимости его продукции, и где следует искать резервы снижения затрат.

Строка 09. В связи с тем, что мы разрабатываем систему контроллинга управления затратами для малых и средних предприятий, не имеет смысла разбивать зарплату на несколько статей затрат, поэтому целесообразно выражать общие затраты на оплату труда в одной строке (в том числе отчисления во внебюджетные фонды и подоходный налог). И будем относить данную статью в прямые затраты, так как сумма затрат материалов и зарплаты с отчислениями позволяет нам определить уровень выручки предприятия, достаточного для продолжения производственного процесса.

На сегодняшний день, экономия издержек за счет зарплаты стала более чем распространенным явлением.

Далее в нашей новой отчетности идут укрупненные статьи затрат, относящиеся в целом к затратам на организацию распределяемых затрат, имеющих прямое отношение к процессу производства (группа 1). Укрупнены они следующим образом для более ясного и простого контроля и анализа: заметив нежелательные отклонения в одной из групп, можно провести более подробный анализ группы. Однако одной из функций нашей отчетности является дать сигнал о совершающихся процессах в среде затрат.

Первой такой укрупненной статьёй затрат является строка «Затраты на содержание производственных помещений без арендной платы». Для каждого предприятия составные элементы этой строки будут индивидуальны (электроэнергия, отопление, охрана, канализация и другие).

Строка 19. Затраты на организацию группы 2 включают распределяемые затраты имеющие косвенное отношение к процессу производства, например,

расходы на телефон, юридические услуги, оплата услуг банка и другие управленческие расходы.

Затраты на реализацию товара будем включать в строку 19 и отнесем все затраты сюда относящиеся и являющиеся распределяемыми затратами, так как не всегда эти затраты можно прямо отнести на изготовление продукции. В случае, если мы можем отнести эти затраты прямо на определенный вид продукции, то имеет смысл отнести их в строку 07.

Таким образом, получили схему отчетности (для белорусских предпринимателей) для исчисления конечного результата деятельности предприятия с целью принятия оперативных управленческих решений, которая отображена в табл. 2.

Таблица 2 – Схема белорусской системы отчетности для исчисления конечного результата

№ строки	Показатель	Значение
01	Объем производства (в рабочих часах, тоннах, метрах и др.)	
02	Выручка без НДС	
03	Факторы уменьшения прибыли	
04	Оборот-нетто	
05	Изменение запасов (только 30.06 и 31.12)	
06	Общий объем производства	
07	Расход материалов и услуги со стороны	
08	Общая выручка (Предварительный итог)	
09	Общая зарплата	
10	Производственные прямые затраты (стр.07+стр.09)	
11	Остаток от покрытия прямых затрат (стр.02 – стр.10)	
12	Затраты на содержание производственных помещений без арендной платы	
13	Арендная плата	
14	Транспортные расходы	
15	Амортизационные отчисления	
16	Текущий ремонт и прочие расходы	
17	Затраты на организацию группы 1 (суммы стр.12,13, 14, 15, 16)	
18	Остаток после покрытия затрат группы 1 (стр.11-стр.17)	
19	Затраты на организацию группы 2	
20	Итоговая сумма покрытия = итог деятельности предприятия без стр.03 (стр.18 – стр.19)	
21	Прибыль / Убыток с учетом стр.03	

Применение такой схемы отчетности даст возможность своевременно и наглядно отображать результаты деятельности предприятия, что позволит оперативно принимать те или иные управленческие решения.

Данной работой делается попытка приспособить контроллинг к нуждам отечественных малых и средних предприятий.

Список цитированных источников

1. Управление затратами на предприятии: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. Под редакцией Г.А. Краюхина. – Питер, 2012 г.
2. Контроллинг затрат на продукт с помощью решений SAP / Джон Джордан

УДК 339.138.

Мельниченко Е.В.

Научный руководитель: ст. преподаватель Борищук Е.С.

МАРКЕТИНГ И СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

Социальные сети – феномен XXI века. Они настолько стремительно развиваются, что невозможно отследить их количественное и качественное изменение.

Можно с уверенностью сказать, что эра социальных сетей начинается, и необходимость в социальных сетях растет в геометрической прогрессии.

Под социальной сетью понимается платформа, сайт или сервис, посредством которого можно осуществлять и организовывать социальные взаимоотношения.

Существует множество мнений относительно типов социальных сетей. Самые распространенные платформы можно отнести в следующие категории:

Социальные сети общего формата.

Данная группа социальных сетей наиболее популярна и многочисленна. Основная цель данных ресурсов – коммуникация между людьми: обмен сообщениями, фотографиями, музыкой, видео. Представители: ВКонтакте и Одноклассники, англоязычные Facebook и Bebo.

Профессиональные социальные сети.

Такие сети создают возможность для общения представителей конкретной профессии. Наиболее популярные сети такого формата – Мой круг, Профессионалы и Rb.ru, а среди англоязычных ресурсов – XING и LinkedIn.

Социальные сети по интересам.

Данные сети нацелены на объединении людей, которые имеют похожие интересы. К ним можно отнести MySpace и Last.fm, Livelib

Блогосфера.

Под блогосферой понимается специальная площадка/платформа, на которой можно вести блоги и обсуждения. Яркими представителями являются Twitter, Livejournal, Я.ру, Tumblr.

Видео и фото- блоги.

Платформы, созданные для размещения видео и фото- материала: YouTube, Instagram, Pinterest, Flickr и другие.

Задача маркетинга – быть там, где есть аудитория. И, конечно же, такая большая и активная среда как социальная сеть не могла не привлечь внимания.

С ходом времени, стало очевидно, что потенциал социальных сетей достаточно высок. Оказалось, что пользователи не только потребляли информацию, но и что-то делали сами: общались, объединялись в сообщества, делились информацией о себе, о своих личных и профессиональных интересах.

Тогда маркетологи стали разрабатывать специальный инструментарий, и появился Social Media Marketing (SMM) – совокупность мероприятий по продвижению в социальных сетях, основной задачей которой является привлечение трафика (внимания) к бренду или продукту.

Маркетинг в социальных сетях можно использовать как инструмент для [1]:

- продвижения товаров или услуг, увеличения объемов продаж;
- таргетированная коммуникация с аудиторией с обратной связью;

- сбора информации и мнения аудитории о компании, проведения маркетинговых кампаний;

- управления репутацией бренда.

Несложно выделить преимущества и недостатки такого способа продвижения. Прежде всего, преимущества. Они заключаются в следующем:

- невысокая стоимость рекламной кампании;
- лучший охват целевой аудитории;
- быстрая обратная связь, возможность оперативной реакции и ответа;
- повышение лояльности покупателей вследствие «очеловечивания»;
- неподверженность влиянию внешних факторов.

Существуют и опасности, с которыми можно столкнуться, используя social media marketing:

Во-первых, это падение посещаемости. В этом случае можно перейти на более посещаемый пользователями сервис.

Во-вторых, неправильное таргетирование. Неправильное таргетирование возможно по причине ложной информации владельцев аккаунтов.

В качестве инструментов SMM распространение получили группы и отдельные страницы в социальных сетях. Различие в них небольшое. В данном случае страница является некоторым ознакомительным элементом, информационным вестником или визитной карточкой, а группа – аналог сайта компании.

Согласно данным, полученные из источника StatCounter [2], на 2014-2015 год наибольшее распространение в Беларуси получили следующие социальные сети и платформы: Фэйсбук, ВКонтакте, Одноклассники, Тамблер, Инстаграм, Пинтерест, Твиттер, Ютуб.

Так, мужская аудитория преобладает в Фэйсбуке, Ютубе, Твиттере. Женская аудитория стала лидером ВКонтакте и Одноклассников [3].

Относительно молодой аудиторией отличаются Твиттер, Фэйсбук и ВКонтакте, где ядро активной аудитории приходится на пользователей в возрасте от 18 до 34 лет.

Самой же взрослой соц. сетью оказались «Одноклассники» – ядро активной аудитории составляют пользователи 25-44 лет, в то время как 13% приходится на пользователей старше 44 лет.

ВКонтакте – одна из наиболее популярных и востребованных сетей в Беларуси.

К преимуществам [4] можно отнести активную и многочисленную аудиторию, многофункциональность, заключающуюся в наличии дополнительных функций кроме общения, а также возможность глубокого таргетинга. Таким образом, можно грамотно построить кампанию, имея информацию о месте жительства, возрасте, профессии, семейном положении, хобби и предпочтениях.

Вне сомнений, у ВКонтакте есть и ряд недостатков: ВКонтакте располагает более молодой аудиторией в отличие от Facebook или Одноклассники, а также периодически администрация ВКонтакте вводит новые правила, которые ставят рекламодателей перед фактом ввода новой стратегии и тактики продвижения.

Одноклассники обладают преимуществом в виде взрослой аудиторий, однако она не так активна и не наблюдается быстрого взаимодействия и отзыва среди пользователей.

На сегодняшний день именно Facebook является наиболее популярной социальной сетью в мире. Можно с уверенностью сказать, что данная социальная сеть непосредственно предстает в виде платформы для ведения бизнеса, ориентированного как на иностранный сегмент рынка, так и на национальный рынок.

К плюсам Фэйсбука как посредника SMM можно отнести все тот же широкий таргетинг, а также приоритет взрослой и обеспеченной аудитории с более высоким уровнем образования и дохода.

Но у Фэйсбука достаточно сложный интерфейс, который в меньшей степени интуитивно понятен для начинающего пользователя. А также высокие затраты на каждого привлеченного пользователя, чем в других социальных сетях.

Twitter – это сервис микроблогинга, который обрел свою популярность и аудиторию за возможность быстро писать, быстро читать, быстро распространять информацию.

Принимая во внимание данный факт, можно отметить, что преимущества Твиттера как платформы для ведения маркетинга в социальных сетях заключаются в низкой затратности времени на написание «твита» и мгновенном его распространении посредством «ретвита». Данный факт свидетельствует об активности и вовлеченности аудитории.

Информации, публикуемой в твите, редко бывает достаточно, поэтому пользователи переходят по ссылкам, содержащимся в твите, таким образом, это увеличивает трафик.

Преградами к использованию Твиттера как агрегата продвижения компании могут стать непрофессиональное использование платформы, узкое таргетирование и молодая аудитория.

Instagram – фотохостинг, получивший широкомасштабное распространение. Данная платформа позволяет наглядно продемонстрировать товар, получить оценку и осуществить обратную связь. К минусам стоит отнести узкое таргетирование, которое возможно лишь посредством использования хэштега (символ #, который позволяет отнести предмет к определенной группе, каналу).

Исходя из этого, можно сделать некоторые выводы и проиллюстрировать, кому выгодно использование SMM как инструмента продвижения, а кому – нет.

В качестве первых будут выступать представители крупного, среднего и малого бизнеса, b2b – сектор. Это и финансовые структуры и банки, торговля и торговые сети, сфера услуг в разрезе спа-салонов, салонов-красоты, так же агентства по подбору персонала, и многие другие. Не очень подходящим считается сфера и промышленность, а также компании со спонтанными транзакциями, как такси, например.

Список цитированных источников

1. Интернет-сайт tanix.by [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tanix.by/blog/technology/smm-dlja-chajnikov-glava-1-vvedenie> Дата доступа: 25.03.2015

2. Статистический Интернет-портал StatCounter. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gs.statcounter.com/> Дата доступа: 30.03.2015.

3. Интернет-портал WeAreSocial [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://wearesocial.net/> Дата доступа: 04.04.2015.

4. Халилов, Д. Маркетинг в социальных сетях / Дамир Халилов. – Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 240с.

ОПИСАНИЕ ПОСТАНОВКИ ЗАДАЧИ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦИИ ЛИЧНОЙ КАРТОЧКИ УЧЕТА СПЕЦОДЕЖДЫ

В настоящей работе описана разработка документа «Описание постановки задачи для автоматизации формирования «Личной карточки учета спецодежды», которая может быть реализована в типовой конфигурации «1С: Бухгалтерия 7.7. (Юкола-Инфо)».

Для достижения поставленной цели в качестве объекта исследования рассматривалась типовая конфигурация «1С: Бухгалтерия 7.7», разработанная и тиражируемая фирмой ОДО «Юкола-Инфо». Эта конфигурация является наиболее популярной в Брестском регионе, что объясняется присутствием в г. Бресте филиала фирмы «ЮКОЛА-ИНФО-Брест». Предметом исследования стал бухгалтерский учет спецодежды и алгоритмы его автоматизации в конфигурации 1С. Как показал анализ возможностей рассматриваемой конфигурации «Личная карточка учета спецодежды» в ней не формируется.

Актуальность темы важна для бухгалтера, так как для полноценной автоматизации ведения учета в любой программе и дальнейшего развития ее возможностей, самим бухгалтером должна быть сформулирована корректная постановка задачи для программиста, который будет выполнять доработку этой программы в соответствии с поставленной задачей. От эффективности диалога между бухгалтером и программистом зависит успех автоматизации бухгалтерского учета, а, следовательно, и эффективность работы бухгалтерии

Бухгалтерский учет нужно автоматизировать – это понимает любой бухгалтер. Но далеко не каждый знает, что нужно для этого делать и какова его роль в этом процессе. Как следствие – пассивность со стороны бухгалтера при внедрении на предприятии автоматизированной системы учета, его разногласия с программистами и руководством. В работе нами рассмотрено, на что должен обратить внимание бухгалтер в ходе проектирования системы автоматизации бухгалтерского учета.

Основными этапами технологического процесса создания нового программного продукта или функциональной доработки имеющегося являются:

- предпроектное обследование предметной области автоматизации;
- описание постановки задачи;
- разработка технического задания;
- проектирование;
- создание программного кода;
- ввод в эксплуатацию (внедрение);
- сопровождение (обслуживание) автоматизированной системы [1].

Создание проектной документации для автоматизации обработки экономической информации выполняется в соответствии с принятыми по ГОСТам правилами.

По результатам предварительного изучения предмета автоматизации формулируется постановка задачи. Далее в соответствии с постановкой задачи со-

ставляется техническое задание. Техническое задание необходимо, если для настройки и внедрения бухгалтерской программы привлекаются сторонние сотрудники или организации. Они должны принимать участие в составлении технического задания и подписывать этот документ. Результат работы программистов оценивается по тому, как выполнено техническое задание, и в случае разногласий оно является основным документом для разбирательства. Таким образом, описание постановки задачи является базисным этапом автоматизации, от которого может зависеть окончательный результат.

Для описания постановки задачи и ее алгоритма прежде всего необходимо изучить действующие нормативно-справочные документы, регламентирующие выполнение автоматизируемой хозяйственной операции. На этом этапе используются самые современные источники актуальной нормативно-правовой информации – электронные справочно-правовые системы «КонсультантПлюс», «Бизнес-Инфо» и другие.

Постановка задачи – это точная формулировка всех условий задачи с описанием входной и выходной информации. При постановке задачи бухгалтер должен описать прежде всего цель автоматизации, то есть требуемые результаты, затем информационное обеспечение автоматизируемого участка, структуру и взаимосвязь исходной информации с результатом, а также алгоритмы обработки данных.

Постановка задачи необходима в любом случае, даже если выполняется доработка функций используемой программы. При этом в постановке задачи можно учитывать структуру и особенности этой программы, чтобы требуемая доработка оказалась минимальной. Бухгалтер, формулирующий постановку задачи, должен хорошо ориентироваться в применяемой программе и владеть всеми тонкостями использования.

Содержание постановки задачи в самой общей форме может быть представлено в виде модели, содержащей исходные данные, искомый результат и условия решения задачи. Построение модели позволяет выявить и сформулировать основные элементы и связи данных автоматизируемого процесса и впоследствии разработать на их основе точное техническое задание для автоматизации. Для рассматриваемой задачи в основу постановки задачи легла разработанная информационная модель [2, рис. 3].

Согласно ГОСТу 24.204-80 документ «Описание постановки задачи и алгоритма» включает следующие типовые разделы:

1. Характеристика задачи.
2. Выходная информация.
3. Входная информация.
4. Описание алгоритма [3].

Первый раздел постановки задачи посвящен описанию проблемной ситуации. Этот раздел представляет собой содержательную формулировку задачи, ее организационные аспекты и экономическую сущность. Характеристика задачи должна включать:

1. Назначение задачи, экономическая сущность, обоснование целесообразности ее решения автоматизированным способом.
2. Перечень и характеристика управляемых объектов.

3. Описание назначения выходной информации. Бланк стандартной печатной формы, если предусмотрен.

4. Периодичность решения и ограничения по срокам выдачи.

5. Требования к организации сбора и передачи в обработку входной информации, к порядку ее контроля и корректировки, срокам поступления.

6. Требования к составу и содержанию информационной базы.

7. Условия, при которых прекращается решение задачи автоматизированным способом.

8. Связи данной задачи с другими задачами комплекса.

Указывают также должности лиц или наименования подразделений, распределение функций между персоналом и техническими средствами в различных ситуациях при решении задачи.

В целях автоматизации формирования «Личной карточки учета спецодежды» в типовой конфигурации «1С: Бухгалтерия 7.7 (Юкола-Инфо)» была изучена предметная область задачи и ее нормативно-правовое регулирование в Республике Беларусь. В результате сформулирована исчерпывающая характеристика задачи. «Личная карточка учета спецодежды» – это специализированный отчет, формируемый на основе учетной базы данных предприятия. В описании характеристики задачи автоматизации формирования «Личной карточки учета спецодежды» отмечены следующие особенности:

– использование справочных данных о профессии, о сотруднике, о нормах спецодежды в соответствии с кодом профессии, а также информации о фактах выдачи спецодежды;

– периодичность вывода на печать в соответствии с установленными в Учетной политике предприятия требованиями.

Очень важным в описании постановки задачи является второй раздел, в котором описываются выходные данные – документы, выдаваемые на печать или выводимые на экран, формируемые в результате реализации алгоритма при помощи ЭВМ. Это как раз те документы и отчеты, ради которых пишется программа. В постановке задачи должны быть перечислены названия всех выходных документов и приведена их структура. При перечислении выходных документов указывается их наименование, периодичность формирования, необходимое количество экземпляров для печати, получатели документов и форма получения выходной информации – в виде печатной или экранной формы, или в виде отдельного файла. В приложении к этому разделу должны приводиться эскизы или стандартные формы требуемых выходных документов. Для рассматриваемой задачи печатная форма должна соответствовать инструкции (рис. 1).

В третьем разделе постановки задачи перечисляются исходные данные, необходимые для решения задачи, источник их поступления и вид носителя. В качестве исходных данных может выступать условно-постоянная и справочная информация, а также список исходных документов. Отправители информации – это отделы и службы, формирующие исходный документ для дальнейшей обработки. Вид носителя информации обозначает, в каком виде передаются исходные данные – в виде распечатки, в электронном виде в отдельном файле на диске или внешнем носителе или в виде экранной формы. По разделу «Входная информация» в приложении должны приводиться эскизы или стандартные

формы входных документов, являющихся носителями исходных экономических данных.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Организация (учреждение): _____ Личная карточка

ЛИЧНАЯ КАРТОЧКА № _____
дата выдачи: _____

Сведения о работнике

Фамилия Имя Отчество: _____ Пол: _____
 Табельный номер: _____ Класс: _____
 Структурное подразделение: _____ Квартал: _____
 Профессия (должность): _____ Вид работы (содержание работ): _____
 Вид профессии (должности) ОКМ: _____ Вид работы (содержание работ): _____
 Дата поступления на работу: _____
 Дата окончания работы: _____
 Место рождения: _____

Наименование структурного подразделения (структурного подразделения)	Вид работы (содержание работ)	Класс	Квартал	Профессия	Срок выезда

Личная карточка (форма) _____
 Сведения о работнике _____
 Структурное подразделение _____
 Вид работы (содержание работ) _____
 Вид профессии (должности) ОКМ _____
 Вид работы (содержание работ) _____
 Дата поступления на работу _____
 Дата окончания работы _____
 Место рождения _____

Наименование структурного подразделения (структурного подразделения)	Вид работы (содержание работ)	Класс	Квартал	Профессия	Срок выезда

Рисунок 1 – Печатная форма «Личной карточки учета спецодежды»

Перечень выходных и входных данных и описание их структуры оформляется в виде таблиц.

Описание структуры каждого выходного документа должно содержать:

- наименование элемента информации – реквизита или поля документа;
- идентификатор каждого элемента информации – условное обозначение имени поля, с помощью которого можно использовать этот реквизит в алгоритме. Идентификатор может представлять собой сокращенное обозначение полного наименования поля документа русскими или латинскими буквами;
- тип данных реквизита – число, текст, дата или элемент справочника;
- максимальная разрядность – количество символов для текста, даты или знаков для числа;
- точность значения для числового типа – это необходимое количество знаков после запятой.

В «Описании постановки задачи автоматизации формирования «Личной карточки учета спецодежды» приведено 8 таблиц:

1. Перечень и описание выходных документов;
2. Описание структуры выходного документа «Личная карточка учета спецодежды»;
3. Перечень и описание исходных констант;
4. Описание справочника «Профессии и нормы спецодежды»;
5. Описание справочника «Виды спецодежды»;

6. Описание справочника «Сотрудники»;

7. Перечень и описание исходных документов;

8. Описание структуры входного документа «Ведомость учета выдачи СО».

Алгоритм решения задачи отражает последовательность и логику выполнения операций обработки исходной информации, способ формирования результатов решения с указанием последовательности расчета и всех расчетных и логических формул. Постановка задачи должна содержать подробное описание алгоритма, по которому можно было бы создать программу решения подобной задачи в любой организации.

Алгоритм может быть представлен в виде текста, в виде таблицы, графически в виде блок-схемы (условные обозначения берутся по ГОСТу 19.003-80), или в операторном виде. Алгоритм может быть показан в укрупненном или детализированном виде. В условиях применения пакетов прикладных программ для решения экономических задач могут использоваться готовые алгоритмы, модели и методы. В этом случае разработка самого алгоритма сводится к адаптации и настройки программы к условиям реальной задачи.

Описание разделов постановки задачи должно следовать строго в указанном порядке, включая таблицы по выходной и входной информации. Для каждого вида входной и выходной информации должно быть дано описание всех элементов информации, участвующих в автоматизированной обработке.

При описании постановки задачи бухгалтеру нужно учитывать, что ввод информации в ЭВМ должен осуществляться один раз. Все сводные, промежуточные, результатные данные должны быть получены автоматически на основе введенных первичных данных. Информация заносится в единую базу данных. Массивы постоянной, справочной информации должны быть упорядочены, классифицированы

Следуя требованиям ГОСТа 24.204-80, нами был создан документ «Описание постановки задачи автоматизации формирования «Личной карточки учета спецодежды», формулировка которого составила 7 страниц, включая одно приложение.

Работы по описанию постановки задачи сопровождались рассмотрением контрольного примера. Контрольный пример является по существу, упрощенным вариантом реальной задачи, просчитываемым вручную вплоть до получения конечного результата. С помощью контрольного примера проверяют постановку задачи, выявляют неучтенные нюансы, уточняют алгоритм и проверяют готовую программу автоматизации поставленной задачи.

Если формальное описание всей обрабатываемой информации может вызывать затруднения у бухгалтера, то именно контрольный пример позволит разобраться и внести ясность в сложные моменты.

Список цитированных источников

1. Хвещук, В.И. Методические указания по дисциплине «Проектирование систем обработки данных». Часть 1. «Формирование требований к системе и разработка концепции автоматизации». – Брест, БРПИ, 2001.

2. Мельничук, О.А. Методологические аспекты учета спецодежды. // Сборник конкурсных научных работ студентов и магистрантов. Ч.2. – Брест: изд-во БрГТУ, 2013. – С. 206-210.

3. ГОСТ 24.204-80. Требования к содержанию документа «Описание постановки задачи». – М., 1986.

УДК 657.1.011.56

Мельничук О.А.

Научный руководитель: доцент Аверина И.Н.

АНАЛИЗ ПРОГРАММНЫХ СРЕДСТВ АВТОМАТИЗАЦИИ УЧЕТА СПЕЦОДЕЖДЫ

Целью настоящей работы является изучение организации учета спецодежды в тиражируемых программных продуктах. Объектом исследования служит бухгалтерский учет спецодежды и алгоритмы его автоматизации в программном комплексе «Галактика» и типовых конфигурациях «1С: Предприятие» версий 7.7 и 8.

Актуальность темы определяется тем, что спецодежда используется в любом производстве, в строительных организациях, в легкой и пищевой промышленности, на крупных, средних и малых предприятиях.

Спецодежда (далее – СО) или средства индивидуальной защиты (далее – СИЗ) – это средства защиты, надеваемые на человека для предотвращения или уменьшения воздействия вредных и (или) опасных производственных факторов, а также для защиты от загрязнения и при работе в неблагоприятных температурных условиях.

Работники обеспечиваются СО по типовым нормам в соответствии с наименованиями профессий и должностей, включенными в Общегосударственный классификатор Республики Беларусь «Профессии рабочих и должности служащих». Типовые нормы установлены Постановлением Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь от 22 сентября 2006 г. № 110 «Об утверждении Типовых норм бесплатной выдачи средств индивидуальной защиты работникам общих профессий и должностей для всех отраслей экономики».

Спецодежда является собственностью нанимателя и подлежит возврату по окончании носки, при увольнении работника до окончания сроков носки, переводе у того же нанимателя на другую работу, для которой выданная СО не предусмотрена типовыми нормами.

Документооборот, сопровождающий учет спецодежды, представлен на рисунке 1.



Рисунок 1 – Схема документооборота учета спецодежды

Изучив возможности автоматизированного ведения учета спецодежды в наиболее развитых программных продуктах и проведя их сравнительный анализ, мы убедились, что в каждом программном продукте существует ряд плюсов и

минусов. Анализу подверглись такие известные и популярные в Республике Беларусь программы, как Программный комплекс «Галактика» и типовые конфигурации «1С: Бухгалтерия РБ 7.7» (в разработке «Юкола-Инфо»), «1С: Бухгалтерия РБ 7.7» (в разработке «Мисофт»), «1С: Бухгалтерия 8.2. для Беларуси». Главными рассматриваемыми критериями при анализе выступали:

- обеспечение автоматизированного документального сопровождения процесса учета спецодежды в соответствии с законодательством РБ;
- функциональная полнота автоматизации операций учета спецодежды;
- возможности формирования требуемой отчетности по результатам учета спецодежды.

Результаты сравнительного анализа возможностей специализированного программного обеспечения по бухгалтерскому учету спецодежды представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнительная таблица возможностей специализированного программного обеспечения по бухгалтерскому учету спецодежды

Названия справочников, документов, операций и отчетов в тиражируемых программных продуктах для автоматизации бухгалтерского учета спецодежды в Республике Беларусь	1С: Бухгалтерия 7.7 «Юкола-Инфо»	1С: Бухгалтерия 7.7 «Мисофт»	1С: Бухгалтерия 8.2 (для Беларуси)	Программный комплекс «Галактика»
1. Специализированные справочники				
Нормы выдачи спецодежды	-	-	-	+
Методики списания спецодежды	-	+	+	+
Способы погашения стоимости	-	+	+	+
2. Документы для ведения учета спецодежды				
Товарно-транспортная накладная для поступления спецодежды	+	+	+	+
Личная карточка учета спецодежды	-	-	+	+
Ведомость учета выдачи (возврата) спецодежды	-	+	+	+
Акт на списание спецодежды	-	+	+	+
3. Операции для учета спецодежды				
Приобретение спецодежды	+	+	+	+
Внутреннее перемещение спецодежды	+	+	+	+
Начисление износа спецодежды	+	+	+	+
Инвентаризация спецодежды	-	-	+	+
Списание спецодежды	-	+	+	+
Расчеты при увольнении сотрудника	-	-	-	+
4. Специальные отчеты для контроля спецодежды				
Отчеты по наличию спецодежды в эксплуатации у сотрудников	-	-	+	+
Отчеты по наличию спецодежды на складах	-	-	+	+
Учет выдачи спецодежды по размерам	-	-	-	+

Интересен алгоритм учета спецодежды, реализованный в последней версии «1С: Бухгалтерия 8.2 для Беларуси». В справочнике «Номенклатура» объекты спецодежды должны записываться в отдельную группу, для которой в справоч-

нике «Счета учета номенклатуры» должна быть выполнена специальная настройка корреспонденций счетов для бухгалтерского учета [1]. Кроме того, для каждого элемента группы «Спецодежда» должна быть добавлена запись в подчиненный справочник «Назначения использования», содержащая информацию для начисления износа (рис. 2).

Выдача спецодежды оформляется в программе «1С: Бухгалтерия 8.2 для Беларуси» документом «Передача материалов в эксплуатацию», из которого можно распечатать «Ведомость учета выдачи спецодежды». В пункте меню «Производство» выполняется оформление результатов «Инвентаризации спецодежды» и печать отчета «Личная карточка учета спецодежды». Начисление износа спецодежды программа выполняет регламентным документом «Закрытие месяца», если в нем выбран режим «Погашение стоимости спецодежды, спецоснастки, инвентаря в эксплуатации».

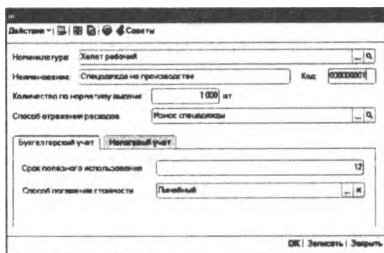


Рисунок 2 – Назначение использования спецодежды

Надо отметить, что в Брестском регионе наиболее популярной системой автоматизированного бухгалтерского учета для среднего и малого бизнеса является «1С: Бухгалтерия 7.7» (типовая конфигурация в разработке ОДО «Юкола-Инфо»). Исходя из таблицы 1, иллюстрирующей функциональную полноту программных средств, видно, что именно данная конфигурация в большей степени отстает от других. Несмотря на это, популярность программы объясняется достаточно активной деятельностью в Брестской области филиала фирмы «ЮКОЛА-ИНФО-Брест». В результате в регионе существует устойчивая потребность в доработке функционала используемой конфигурации «1С: Бухгалтерия 7.7 (Юкола-Инфо)».

В тоже время, учитывая недостающий функционал своей конфигурации, компанией «Юкола-Инфо» был разработан и отдельно тиражируется дополнительный программный продукт под названием «Учет спецодежды», который не может использоваться самостоятельно, а предназначен для совместного использования с типовой конфигурацией «1С: Бухгалтерия 7.7 (Юкола-Инфо)».

Как видно из проведенного анализа функциональными преимуществами обладает программный комплекс «Галактика» со специальным модулем «Спецодежда», в котором ведется полномасштабный учет спецодежды не только по срокам службы, но и по нормам выдачи, и по размерам. В модуле с помощью соответствующей функциональности формируются ведомости наличия, движения и выдачи спецодежды и другая необходимая бухгалтерская отчетность. Модуль «Спецодежда» является функциональной надстройкой модуля «Учет

спецоборудования и спецоснастки» и предназначен для работы в тесной взаимосвязи с ним. Модуль «Спецодежда» может эксплуатироваться как в совокупности с модулями Контура бухгалтерского учета, так и самостоятельно [2].

В модуле «Спецодежда» ПК «Галактика» наряду с обычными справочниками, такими как «Группы спецодежды», «Справочник методик списания», ведутся «Личные карточки», «Карточки учета спецодежды» и справочник «Нормы выдачи спецодежды». Норма выдачи может быть назначена нескольким работникам по должностному признаку. Норма выдачи для работника устанавливается в его личной карточке. Кроме основной нормы, каждому работнику может быть назначена дополнительная норма выдачи. Нормы выдачи по специальной и форменной одежде также могут назначаться отдельно. Корректировки норм выдачи в справочнике синхронизируются с данными в личных карточках работников, которым эти нормы назначены, предусмотрено ведение истории норм выдачи спецодежды.

Программа предлагает автоматизацию ведения разнообразного перечня видов документов для учета спецодежды и позволяет формировать широкий спектр отчетов (рис. 3).

Отличительным достоинством функционала ПК «Галактика» является возможность ведения учета спецодежды по размерам, включающей проверку наличия и выдачи спецодежды по размерам. Так, при разноске требования на выдачу спецодежды, программа сверяется с размерами работника, занесенными в его личную карточку, и по умолчанию устанавливает фильтр на отображаемую информацию, благодаря чему можно видеть только наличие спецодежды нужного размера. Специальный вид отчета «Ростовочная ведомость» позволяет оценить потребности предприятия в спецодежде с учетом размеров. Размеры имеющейся на складах спецодежды также выводятся в отчете по наличию.

<u>Документы</u>	<u>Отчеты</u>
Личная карточка	Наличие спецодежды
Карточка учета спецодежды	На балансе
Накладная МЦ -> спецодежда	В пользовании
Накладная спецодежда -> МЦ	Движение спецодежды
Требование на выдачу	Износ спецодежды
Ввод в эксплуатацию	Регистр выданной СФО
Внутреннее перемещение	Ведомость учета выдачи СФО
Акт переименования	Анализ потребности в СФО
Возврат из эксплуатации	Ростовочная ведомость
Новозат на использование	Регистры документов по спецодежде
Акт на списание	Регистр требований на выдачу
Акт выбытия	Инвентаризационная опись
Аттестат на вещевое довольствие	Отчеты пользователя
Ведомость начисления износа	
Инвентаризация спецодежды	
Акт инвентаризации СФО	
Акт о недостатке	
Акт об излишке	

Рисунок 3 – Структура пунктов меню «Документы» и «Отчеты» модуля «Спецодежда» в ПК «Галактика»

Для полноценного учета и выдачи спецодежды необходимо регулярное выполнение анализа потребностей в ней. Особый интерес представляет имеющийся в ПК «Галактика» для этих целей интерактивный настраиваемый отчет «Анализ потребности в СФО» (где СФО – это специальная и форменная одеж-

да), позволяющий в соответствии с полученными результатами анализа сформировать требования на выдачу СФО (рис. 4).

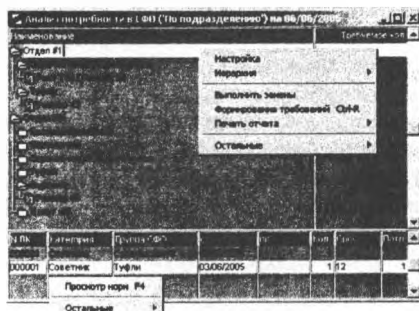


Рисунок 4 – Анализ потребности в спецодежде в ПК «Галактика»

Проделанный анализ возможностей программных продуктов, а в особенности – ПК «Галактика», позволил изучить разнообразные методы и алгоритмы для реализаций функций учета спецодежды. Этот опыт может быть очень полезен и востребован при необходимости описания постановки задач на доработку недостающего функционала в этой сфере учета в используемых программных средствах автоматизации, например, «1С: Бухгалтерия 7.7 (Юкола-Инфо)».

Список цитированных источников

1. Харитонов, С.А. Бухгалтерский и налоговый учет в программе «1С: Бухгалтерия 8». Практическое пособие. – М.: «1С-Паблишинг», 2006. – 589 с.
2. Система «Галактика ERP». Спецодежда. Руководство пользователя. – «Корпорация Галактика», CD, издание 03.2008.

УДК 338.24

Мельничук О.А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Зазерская В.В.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ СЛУЖБЫ КОНТРОЛЛИНГА

Целью настоящей работы является предложение решения для оценки эффективности организации службы контроллинга на предприятии.

Опыт успешно функционирующих и развивающихся предприятий показывает, что в современных условиях необходимо, с одной стороны, все в большей степени ориентироваться на желания клиентов, а с другой – постоянно повышать результативность работы самого предприятия. Совместить эти требования непросто. Необходима модель построения организационной структуры управления позволяющая выигрывать не только клиентам, но и предприятию.

На зарубежных предприятиях уже на протяжении многих лет практикуется организация и дальнейшее функционирование службы контроллинга [1]. К сожалению, данные возможности не используют белорусские предприятия. Руководители хотят избежать все риски и получить максимальную выгоду от орга-

низации службы контроллинга, а для этого необходимо провести качественную оценку эффективности контроллинга конкретно на их предприятии, однако сделать это не так то просто.

Сложность оценки эффективности контроллинга состоит в том, что выявить позитивную сторону управляющей системы невероятно тяжело из-за неясности, насколько и как улучшился тот или иной процесс именно благодаря новой системе. Качественно это можно оценить, если система контроллинга выявила отклонения, виновных лиц и предложила необходимые рекомендации для выхода из кризиса. Однако как это оценить количественно?

Мы предлагаем рассмотреть модель оценки эффективности контроллинга с точки зрения внедрения инвестиционного проекта, используя метод оценки эффективности проектов – чистый приведенный доход (NPV). Итак, согласно данному методу, эффективность оценивается как разность продисконтированного или уменьшенного положительного (чистого) денежного потока и суммы затрат на внедрение контроллинга (1). В общем виде это можно представить так:

$$\text{ЭфК} = \sum \text{ЧДП}_i / (1 + q)^i - 3, \quad (1)$$

где: ЭфК – эффективность контроллинга;

ЧДП – чистый денежный поток от внедрения контроллинга;

q – дисконтная ставка;

i – период внедрения системы контроллинга (месяц, квартал, год);

3 – затраты на внедрение контроллинга.

Ценность этого метода заключается в том, что в дисконтной ставке (q) учетны факторы времени, риска и инфляции, так как в соответствии с концепцией стоимости денег во времени последние в отдаленное время стоят дешевле, чем сегодня.

Дисконтная ставка состоит из процентов по государственным облигациям банков Беларуси плюс премия за риск. Безрисковая депозитная ставка составляет примерно 6%, премия за риск определяется экспертным путем, учитывая риск сбоя в компьютерной системе и человеческий фактор [2].

Затратами на внедрение контроллинга являются: специальное оборудование (компьютерная техника и периферия для создания сети), специальное программное обеспечение, зарплата и обучение персонала. Наиболее существенная статья затрат – это программное обеспечение.

Чистым денежным потоком по внедрению контроллинга можно рассматривать амортизационные потоки от нового оборудования, сумму высвобожденных ресурсов, выявленных недополученных доходов и отклонений.

Пример:

1. Расчет значений дисконтированных денежных потоков

Период	1 год	2 год	3 год	ИТОГО
Чистый денежный поток от внедрения контроллинга, млн. руб	188,4	192	195,1	575,5
Ставка дисконтирования, %	6	6	6	
Дисконтный денежный поток, млн. руб	177,73	170,88	163,73	512,34

2. Затраты:

1) З/п двух работников-контроллеров в год – 288 000 000 руб.

• В месяц 2*4 000 000 = 8 000 000 руб.

- 2) Рабочие места - 12 920 000 руб.
- Стул 430 000*2 = 860 000 руб.
 - Стол 1 030 000*2 = 2 060 000 руб.
 - Ноутбук 5 000 000*2 = 10 000 000 руб.
- 3) Программное обеспечение ПК «Галактика» -37 546 480 руб.
- Внедрение 2-х рабочих места 16 174 000 руб.
 - Обслуживание первые 6 месяцев бесплатное, дальше 712 416 руб. =
- = 21 372 480 руб.

ИТОГО: 338 466 480 руб.

$$\text{ЭФК} = 512\,340\,000 - 338\,466\,480 = 173\,873\,520 > 0$$

Положительное значение чистого дисконтированного дохода показывает насколько возрастет прибыль в результате организации контроллинга.

Для увеличения эффективности контроллинга необходимо минимизировать период его внедрения (n), а также затраты, и при положительном результате ЭФК контроллинг внедрять целесообразно. Недостаток этого метода состоит в проблематичности предварительного определения выявленных отклонений и объема нерационального использования ресурсов. Более того, их вообще может не быть, что говорит не столько о недостатках функционирования системы контроллинга, сколько о эффективной работе операционного менеджмента. Часто оценить эффективность контроллинга можно «задним числом» и экстраполировать ее на будущее.

Список цитированных источников

1. Контроллинг: учебник / А.М. Карминский, С.Г. Фалько, А.А. Жевага, Н.Ю. Иванова; под ред. А.М. Карминского, С.Г. Фалько. – М.: Финансы и статистика, 2006. -336 с.: ил.
2. Регламент [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.reglament.net/>.

УДК 338.24

Мельничук О.А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Зазерская В.В.

КОНТРОЛЛИНГ КАК СРЕДСТВО УСПЕШНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Целью настоящей работы является изучение целей, задач и функций контроллинга. Рассмотрение видов контроллинга.

Контроллинг – это комплексная система, объединяющая управленческий учет, планирование, разработку бюджетов, а также анализ и контроль отклонений фактических результатов деятельности от плановых, поддержку принятия оптимальных управленческих решений.

Результаты изучения направлений эволюции отечественной учетно-экономической мысли указывают на отсутствие четких представлений о системе контроллинга. Однако следует подчеркнуть, что и в странах, где имеются давние рыночные традиции, это понятие еще далеко от логической завершенности и окончательно- го осмысления как вида комплексно сформированной сферы знаний в экономической теории и практике. Специалисты по учету и управлению излагают субъективные, в определенной степени, взгляды на сущность.

содержание и функции контроллинга. Сравнивая и анализируя содержание определений, со всей очевидностью можно утверждать, что контроллинг является важнейшим средством успешного функционирования предприятия, так как:

- обеспечивает необходимой информацией для принятия управленческих решений путем интеграции процессов сбора, обработки, подготовки, анализа, интерпретации информации;

- предоставляет информацию для управления трудовыми и финансовыми ресурсами;

- обеспечивает выживаемость предприятия на уровнях стратегического и тактического управления;

- способствует оптимизации зависимости «выручка – затраты – прибыль».

Следовательно, контроллинг, являясь учетно-аналитической подсистемой в информационно-аналитической системе управления предприятием, служит основой для его работы. При этом контроллинг можно представить систематическим, развивающимся используемые им традиционные бухгалтерские, аналитические и другие приемы и способы, и проблемным, позволяющим выработать действенные управленческие решения как оперативного, так и стратегического характера. Обе эти части тесно связаны между собой.

Причины, обусловившие появление новой концепции информации и управления, состоят в необходимости гарантированного существования предприятия и приспособлении его к развитию рынков и внешней среды. Решение этих проблем связано со своевременным получением информации, которая сигнализирует об изменениях и развитии.

Система контроллинга – это принципиально новая концепция информации и управления, которую можно определить как учетно-аналитическую систему, реализующую синтез элементов учета, анализа, контроля, планирования, обеспечивающую как оперативное, так и стратегическое управление процессом достижения целей и результатов деятельности предприятия.

Основная задача (конечная цель) любой организации – получение максимальной прибыли от реализации продукции (работ, услуг). Можно сказать, что это глобальная цель. Известно, что любая цель имеет подцели, которые мы можем назвать локальными. Для того чтобы достичь глобальной цели, надо реализовать локальные. В зависимости от целей руководство принимает различного рода управленческие решения, которые касаются не только процесса управления подчиненными, но и производства, реализации продукции (работ, услуг). Поэтому необходим такой инструмент, который включал бы в себя элементы управленческого учета, информационного обеспечения, анализа и координации всей работы предприятия. Таким инструментом является контроллинг.

Что касается цели контроллинга, то ее можно сформулировать следующим образом:

Цель контроллинга – организовать процесс управления таким образом, чтобы достичь все цели, которые ставит руководство предприятия.

Цель системы контроллинга определяет основные ее функции и задачи.

Задачи контроллинга

1. Создание информационной системы поддержки принятия управленческих решений на базе данных, поступающих из бухгалтерского, производственного и управленческого учетов.

2. Планирование деятельности предприятия.
3. Оперативный контроль деятельности всех структурных подразделений и всей организации в целом.

4. Координация деятельности системы управления организацией.
Теперь рассмотрим функции контроллинга. Вначале говорилось, что основная цель контроллинга – достижение поставленных перед организацией целей. Именно это помогают осуществить функции контроллинга.

Поскольку цели организации зависят от множества факторов, например, желания руководителя, деятельности конкурентов и иных факторов внешней и внутренней среды, то в определенные моменты времени цели перед организацией могут стоять абсолютно разные. Поэтому функций контроллинга может быть огромное количество. Перечислим основные.

Функции контроллинга

1. Сбор и обработка информации на разных «ярусах» системы управления, необходимой для принятия управленческих решений и планирования деятельности организации.

2. Формирование системы стратегического и оперативного планирования и поиск информации для осуществления данного процесса.

3. Координация управленческой деятельности по достижению поставленных целей.

4. Разработка методов контроля по реализации планов (бюджетов).

5. Ведение контроля по реализации планов (бюджетов).

6. Сбор, обработка информации в ходе и после реализации плана, ее анализ и предоставление руководству организации для принятия управленческих решений.

7. Обеспечение рациональности управленческого процесса.

8. Исследование тенденций развития предприятия в условиях рыночной экономики.

Виды контроллинга в системе управления.

1. Стратегический контроллинг.

Различают следующие аспекты контроллинга:

- «делать правильное дело» – стратегический контроллинг.

- «делать дело правильно» – оперативный контроллинг.

Стратегическое планирование по сути дела определяет потенциал успеха предприятия. При этом различается потенциал внешний и внутренний.

Внешний потенциал зависит от успешной комбинации «продукт-рынок».

Внутренний предполагает информационное, структурное, техническое, финансовое, кадровое обеспечение и т.д.

Стратегическое планирование в контроллинге имеет следующие фазы:

- поиск и формулирование стратегической цели.

- оформление и оценка стратегии и принятие стратегических решений.

Оформление и оценка стратегий – на этой фазе фиксируется исходная ситуация, потенциалы и «стратегические» люки. Люк – разность между возможными реальными результатами.

Стратегическое решение принимается после устранения люков через реструктуризацию или через создание новой структуры (реинжиниринг). Осуществляется на основе плановых показателей путем сравнения факта и плана. Большую роль играет сравнение с нормативами. Стратегически контроль ведется не

только по предприятию в целом, но и по его подразделениям. При этом возникает проблема измерения показателей и их интеграции.

Стратегический контроль предполагает формирование контролируемых величин, проведение контрольной оценки.

Фазы стратегического контроллинга:

1. Формирование контрольных величин (цели, стратегии, потенциалы успеха, шансы и риски, факторы успеха, разрабатывается сценарий, рубежи контроля и последствия контроля (если – то)).

2. Проведение контрольной оценки (определяются и оцениваются эффективность текущих процессов, созданной в соответствии с реинжинирингом структуры предприятия, правильность поставленных целей, принятие решений по результатам стратегического контроллинга). На это фазе генерируются все выявленные отклонения, дается им оценка, и принимается какое-то решение (если – то). Для того, чтобы стратегические планы были более обоснованны, необходимо иметь хорошее информационное обеспечение для реализации этих задач. Для разработки плана нужна следующая информация:

- статистическая – накопленные динамические ряды данных за многие годы.
- привлекаются внешние данные такого рода, как мировые достижения других государств, внешние индикаторы (политика государства), хорошо проанализировать «здоровье и самочувствие» своего предприятия.

Обладая таким информационным обеспечением контроллинг обязан предложить методику планирования и консультационную помощь, подобрать мат. методы, а затем разработать систему раннего обнаружения тенденций и факторов, способных принести или выгоду или ущерба (или и то и другое).

Стратегическое планирование в развитых странах базируется на стратегическом учете и стратегических балансах (внешние, внутренние), внешние дают предусмотреть роль во внешней среде, внутренний – для своевременного выявления узких мест, оценки сильных и слабых сторон деятельности.

Чаще всего используются методики построения стратегического баланса, основанные на балльной или процентной оценке и сопоставлении сфер деятельности предприятия. При этом устанавливаются различные внутренние нормативы, определяющие момент наступления критического значения узкого места. Балансы могут строиться как в форме классической схемы баланса, так и в виде диаграммы в полярных координатах. Зачастую при сравнении балансов производится наложение стратегических балансов собственного предприятия и конкурентов.

2. *Оперативный контроллинг.*

Оперативный контроллинг координирует процессы оперативного планирования, контроля, учета и отчетности на предприятии при поддержке современной информационной системы.

Основной задачей оперативного контроллинга является обеспечение методической, информационной и инструментальной поддержки менеджеров предприятия для достижения запланированного уровня прибыли, рентабельности и ликвидности в краткосрочном периоде.

В отличие от стратегического контроллинга оперативный контроллинг ориентирован на краткосрочный результат, поэтому инструментарий оперативного

контроллера принципиально отличается от методик и инструментов стратегического контроллера. Отличия представлены в таблице 1.

Основное различие между стратегическим и оперативным контроллингом заключается в том, что первый ориентирован на тенденции будущего, а последний, напротив, «смотрит» в настоящее.

В реальной практике стратегический и оперативный контроллинг достаточно тесно взаимодействуют друг с другом в процессе реализации функций менеджмента. Служба контроллинга выступает в качестве координатора между управлением и подразделениями предприятия при разработке стратегических и оперативных планов, а также осуществляет контроль за их выполнением.

Таблица 1 – Отличительные особенности оперативного планирования в сопоставлении со стратегическим планированием

Признаки	Стратегическое планирование	Оперативное планирование
Иерархические ступени	В основном на уровне высшего руководства	Включает все уровни с основным упором на среднее звено управления
Неопределенность	Существенно выше	Меньше
Вид проблем	Большинство проблем не структурировано	Относительно хорошо структурированы
Временной горизонт	Акцент на долгосрочные аспекты	Акцент на кратко- и среднесрочные аспекты
Потребная информация	В первую очередь из внешней среды	В первую очередь из самого предприятия
Альтернативы планов	Спектр альтернатив в принципе широк	Спектр ограничен
Охват	Концентрация на отдельных важных позициях	Охватывает все функциональные области и интегрирует их
Степень детализации	Невысокая	Относительно большая
Основные контролируемые величины	Потенциалы успехов (например, рост доли рынка)	Прибыль, рентабельность, ликвидность

Список цитированных источников

1. Контроллинг: учебное пособие / Т.Ю. Теплякова. – Ульяновск: УлГТУ, 2010. – 143 с.
2. Контроллинг: учебник / А.М. Карминский, С.Г. Фалько, А.А. Жевага, Н.Ю. Иванов; под ред. А.М. Карминского, С.Г. Фалько. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 336 с.: ил.

УДК 368.031/032

Минчук Е.А.

Научный руководитель: старший преподаватель Осипчук Н.В.

РЕЙТИНГ СТРАХОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ РБ

Введение. Рейтинговый анализ – один из вариантов проведения комплексной оценки финансового состояния страховой компании. **Рейтинговый анализ** представляет собой метод сравнительной оценки деятельности нескольких компаний. Суть рейтинговой оценки заключается в следующем: страховые компании выстраиваются (группируются) по определенным признакам или критериям.

Признаки или критерии отражают или отдельные стороны деятельности страховой компании (рентабельность, платежеспособность и прочее) или характеризуют компанию в целом (объем продаж, объем рынка, надежность).

Существует несколько недостатков, снижающих эффективность применения рейтингового анализа при определении финансового состояния компании:

1. Достоверность информации, на которой основывается рейтинг. Рейтинговый анализ проводится независимыми агентствами на основе публичной, официальной отчетности компании. Официальной отчетностью, которую публикуют компании в СМИ, является баланс.

2. Несвоевременность рейтингового анализа. Как правило, рейтинг рассчитывается на основании баланса за год. Годовые балансы сдаются до 31 марта года следующего за отчетным. Затем необходимо некоторое время на составление рейтинга. Таким образом, рейтинг появляется на основании информации, которая была актуальна 3-4 месяца назад. За это время состояние страховой компании могло существенно измениться.

3. Субъективность мнения экспертов (при экспертном методе рейтингового анализа). Сложно формализовать мнения экспертов, а от них в значительной степени зависит положение компании в рейтинге.

Основная часть. Наличие рейтинга позволяет страховщику выделить себя среди других страховых компаний, при этом, не раскрывая обществу конфиденциальной информации, создать позитивный имидж на рынке, а также продемонстрировать потенциальным и существующим клиентам свою открытость и лояльность.

В последнее время проблема разработки определенного инструмента для оценки страховых компаний Беларуси является особенно актуальной. Рейтинг является относительно новым инструментом в практике регулирования и надзора в Беларуси. Именно поэтому обычный пользователь не может реально оценить уровень надежности страховой компании. Кроме того, по различным показателям страховая компания может занимать разное место среди других страховщиков. Дискуссия с точки зрения определения рейтинговой оценки деятельности страховых компаний продолжается и сейчас, вследствие разных научных мнений и неоднозначности применения существующих подходов к решению данной проблемы. Поэтому весьма актуальным является решение проблемы совершенствования методических подходов и четкого определения критериев, которые могут быть положены в основу систем рейтингования. Для оценки надежности страховой компании, предлагаю использовать несколько критериев, которые более определяют и соотнесут страховые компания по шкале надежности и конкурентоспособности.

Таких критериев несколько:

1. Рентабельность страховых операций.
2. Рентабельность собственного капитала.
3. Уровень выплат.
4. Онлайн-услуги.
5. Скидки на добровольное страхование.
6. Формирование сети страховых агентов, обучение и профессиональная подготовка.

7. Отзывы «Народный топ».
8. Срок существования компании на страховом рынке.
9. Количество предлагаемых видов страхования.
10. Награды и достижения.
11. Доступность информации через СМИ.

Рассмотрим каждый критерий в отдельности.

Анализ финансового состояния страховых организаций может во многом опираться на расчет относительных показателей (формула 1, 2, 3):

1. Рентабельность страховых операций (Ro) представляющая собой отношение прибыли (П) и страховых взносов (СВзн). Определяется по формуле 1:

$$Ro = \frac{П}{СВзн} \times 100\% \quad (1)$$

2. Рентабельность собственного капитала (Rc) представляющая собой отношение чистой прибыли (ЧП) и собственного капитала (СК). Определяется по формуле 2:

$$Rc = \frac{ЧП}{СК} \times 100\% \quad (2)$$

3. Уровень выплат (УВ) представляющий собой отношение страховых выплат (СВ) и страховых взносов. Определяется по формуле 3:

$$УВ = \frac{СВ}{СВзн} \times 100\% \quad (3)$$

4. Онлайн-услуги стремительно набирают популярность. Этот вид услуг оптимально подходит тем, кто уже имеет заключенный договор страхования в страховой компании и не хочет тратить время на повторный визит к страховщику или очередь в банке. Современные технологии предоставляют широкие возможности для проведения огромного количества страховых операций, привлекая дополнительное количество клиентов.

5. Скидки. Привлечение страхователей возможно при доступности цены и заманчивых скидках.

6. Формирование сети страховых агентов, обучение и профессиональная подготовка. Крупные страховые компании имеют достаточно большое, измеряемое десятками филиалов и отделений. Важную роль в развитии страховых компаний играют страховые агенты. Чем более развита сеть страховых агентов страховых компаний, тем успешней становится компания. Безусловно, агент должен обладать необходимыми знаниями, умениями и навыками. Некоторые страховые компании обеспечивают обучение и профессиональную подготовку для своих агентов.

7. Отзывы «Народный топ» [1]. Данный критерий показывает, насколько привлекательна страховая компания. Основа отзывов: выполнение обязательств, предложений – наиболее привлекательных условий страхования.

8. Срок существования компании на страховом рынке. Этот критерий разграничивает компании по сроку существования на страховом рынке, так как чем старше компания, тем большее доверие вызывает у страхователей.

9. Количество предлагаемых видов страхования. Этот критерий позволяет охарактеризовать максимальную возможность удовлетворения потребностей конкретных страхователей в данной компании.

10. Награды и достижения. Стабильность работы, высокое качество услуг, выполнение всех обоснованных требований потребителей, отличный сервис – все это способствует созданию достойного имиджа компании. Подтверждением тому – вручение компаниям ряда высоких правительственных наград, присуждение премий, дипломов и международных призов.

11. Доступность информации через СМИ. Самая важная и основная цель рекламы, занимающей особое место в коммуникационной политике страховых – это формирование и стимулирование спроса. СМИ предоставляют возможность быстрого, обзорного ознакомления с информацией по определенной страховой компании и предоставляемых ею страховых услуг. Благодаря этому можно составить общее впечатление о компании и, далее, выбрав интересующую услугу, определить характер получения консультации.

Указанный способ определения рейтинга расширенно определяет компании по конкурентоспособности и надежности. Каждый критерий рассчитывается индивидуально по каждой страховой компании. Следовательно, более точно и правильно соотнесет компании между собой. В таблице 1 представлен расчет рейтинга страховых компаний РБ.

Таблица 1 – Расчет рейтинга страховых компаний РБ

Страховые компании РБ	рентабельность страховых операций	Баллы	контрактность собственной компании	Баллы	уровень выплат	Баллы	онлайн-услуги	Баллы	сделки	Формирование сети страховых агентов	Баллы	"Народный топ"	срок существования на страховом рынке	Баллы	Кол-во предлагаемых видов страхования	награды и достижения	доступность информации через СМИ	Место в рейтинге
Белгосстрах	9	8	4	5	49	11	1	2	1	4	5	3	1	3	1			
ТАСК	13	12	25	18	53	8	1	2	1	4	5	3	1	2	2			
Промтрансинвест	8	7	24	17	41	15	1	3	1	4	5	3	1	2	3			
Белнефестрах	10	10	17	18	41	14	1	2	1	5	4	2	0	3	4			
Белэксимгарант	26	19	22	14	19	19	1	2	0	3	3	3	0	2	5			
ППФ Страхование	33	21	70	23	1	22	1	1	0	3	2	1	0	1	6			
Белросстрах	13	11	15	11	46	12	1	2	1	3	2	2	1	3	7			
Белкоопстрах	5	6	8	7	49	10	0	2	1	3	5	2	0	3	8			
Би энд Би иншуренс	36	22	31	19	75	3	0	2	0	2	4	1	0	2	9			
Купала	17	15	36	20	26	18	1	1	0	4	5	1	1	3	10			
Дельта страхование	4	5	15	12	1	23	0	1	0	3	3	2	0	1	11			
Белингосстрах	1	2	2	3	73	4	0	2	1	3	5	2	1	3	12			
Гарантия	20	17	57	21	2	21	1	2	0	2	3	1	1	2	13			
Белвнешстрах	10	9	11	10	56	7	0	3	0	4	3	2	1	2	14			
Эрго	14	14	18	15	49	9	0	2	1	3	5	2	0	2	15			
Кентавр	3	4	3	4	102	2	1	2	1	2	3	2	1	3	16			
Багач	1	1	0	1	65	6	0	1	0	3	3	1	0	1	17			
Цептер иншуранс	19	16	6	6	65	5	1	1	1	2	3	2	0	2	18			
Росгосстрах	13	13	9	8	44	13	1	3	1	2	5	3	1	1	19			
Стравита	27	20	15	13	30	16	1	1	1	4	3	3	1	3	20			
Пенсион. гарантии	21	18	69	22	4	20	0	1	0	1	3	1	0	1	21			
Седьмая линия	3	3	1	2	26	17	0	1	0	2	1	1	0	1	22			
Мега полис	212	24	89	24	266	1	0	1	0	1	5	1	0	1	23			
Вартма Иншуранс	212	23	11	9	-	-	0	1	0	1	1	1	0	1	24			

Источник – собственная разработка

Значительный объем в сумме баллов приходится на показатель рентабельности и уровень выплат, т.к. эти показатели характеризуют финансовые возможности каждой компании, от этого зависит и ее существование.

В результате расчетов было определено, что в рейтинге лидируют в основном частные компании (таблица 2). На первом месте ИСЗАО «ППФ Страхование», которая была зарегистрирована весной 2008 года как первая в истории Республики Беларусь страховая компания со 100% иностранным капиталом. Основное направление деятельности – страхование банковских продуктов и услуг. ИСЗАО «ППФ Страхование» входит в состав Generali PPF Holding B.V, которая работает в 13 странах Центральной и Восточной Европы

Таблица 2 – Лидирующие позиции в рейтинге страховых компаний РБ.

Страховые компании РБ	Баллы	Место в рейтинге
ППФ Страхование	81,522	1
Гарантия	77,174	2
Купала	75	3
Пенсионные гарантии	72,826	4
Белэксимгарант	71,739	5

Источник – собственная разработка

На рисунке 1 видно, что разрыв между страховыми компаниями невелик, а следовательно, в 2015 году ситуация может кардинально измениться. Каждая компания конкурентоспособна и занимает определенную долю страхового рынка РБ.

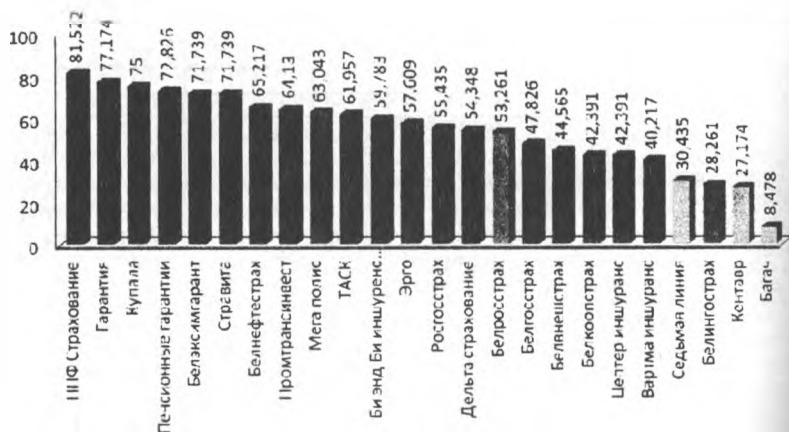


Рисунок 1 – Рейтинг страховых компаний РБ

Источник – собственная разработка

Заключение

В настоящее время на рынке страховых услуг РБ существует 25 страховых компаний. 20 из них были образованы более 10 лет назад. Самыми молодыми являются: УП «Белэксимгарант», ИСЗАО «ППФ Страхование», ЗАО "СК" «Белросстрах», СООО «Белкоопстрах», УСП «Седьмая линия», ЧП «Варта Иншурэнс». В последние 10 лет в РБ создаются более приемлемые условия

страхования и для страхователей, и для страховщиков. Особенно важным является налоговые вычеты по подоходному налогу. Но несмотря на это, добровольное страхование уступает обязательному. Об этом можно судить по объему страховых взносов. Вместе с тем, существуют ограничения в области сбора страховых взносов по обязательному страхованию. Такое право имеют немногие страховые компании. А, следовательно, страховые выплаты приходится только на страховые компании, имеющие право предоставлять услуги по обязательному страхованию, что отражается на рейтинге указанных страховых компаний. Крупнейшая страховая компания республики – Белорусское республиканское унитарное страховое предприятие «Белгосстрах» занимает большую долю страхового рынка, но в рейтинге страховых компаний на 2014 год заняла лишь 16 позицию, так как большое бремя выплат по обязательным видам страхования ложится именно на нее.

Список цитированных источников

1. Итоги деятельности страховых организаций. [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://www.minfin.gov.by/>

УДК 338.24

Негрова А.А.

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

СБАЛАНСИРОВАННАЯ СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ

За несколько прошедших десятилетий инструменты управления стали частью жизни руководителей. Руководители ищут такие инструменты, которые смогут помочь им увеличить доходы, улучшить качество, повысить эффективность, составить планы на будущее. Текущая среда глобализации, быстрых технических достижений и экономической турбулентности увеличила проблемы, с которыми сталкиваются руководители и, поэтому, потребность найти правильные инструменты управления, которые помогут справиться с этими проблемами, приобретает исключительно важное значение.

На сегодняшний день одним из наиболее популярных и эффективных инструментов, который предоставляет возможность управлять на основе скоординированных изменений, измерять и оценивать результативность деятельности, а также реализовывать выбранную стратегию является сбалансированная система показателей (ССП). В списке 10 наиболее используемых инструментов менеджмента по версии Bain&Company – агентства по консалтингу и менеджменту – СПП занимает 5 позицию, уступая стратегическому планированию, управлению взаимоотношениями с клиентами, управлению вовлеченностью сотрудников и бенчмаркингу [1].

Целью настоящей работы является анализ СПП как инструмента управления, причин его популярности, положительных и негативных моментов его использования.

Сбалансированная система показателей была разработана профессором гарвардского университета Робертом Капланом и консультантом Дэйвидом Нор-

таном в начале 90-х годов прошлого столетия. В то время Каплан и Нортон исследовали множество компаний для того, чтобы разработать новые методы оценки эффективности деятельности. Причиной поиска новых методов явилось осознание несовершенства финансовых показателей как индикаторов результатов хозяйственной деятельности. Несмотря на то, что данные критерии в полной мере отражают то, что происходило в прошлом, они не дают ответ на вопрос: «Что нужно делать сегодня, завтра, в будущем, чтобы создавать стоимость?».

Создание сбалансированной системы показателей отразило изменяющуюся природу технологии и конкурентного преимущества в последние десятилетия 20-го века. Дух соревнования промышленной эпохи 19-го и большей части 20-го веков способствовал достижению компаниями конкурентного преимущества от своих инвестиций и управления материальными активами, такими как недвижимость, заводы, оборудование и инструменты. Однако к концу 20-го века основными источниками конкурентного преимущества стали нематериальные активы. Данный факт способствовал отходу от управления материальными активами к управлению нематериальными активами компании, такими как взаимоотношения с клиентами, инновационные продукты и услуги, высококачественные операционные процессы, навыки и знания трудовых ресурсов, информационные технологии и организационный климат.

ССП представляет собой, сформированный на основе стратегии компании, набор показателей, связанных причинно-следственными связями. Исходная структура SSP включает четыре составляющих (см. рисунок 1):

1. Финансовая составляющая – определяет финансовые результаты от движения предприятия к собственному видению и выбранной стратегии.

2. Составляющая рынка и клиентов – охватывает те сегменты рынка и те группы клиентов, которым компания продает или будет продавать свои товары или услуги.

3. Составляющая внутренних бизнес-процессов – определяет ключевые хозяйственные процессы, которые нужно довести до совершенства, чтобы расширить и сохранить клиентскую базу в целевом сегменте рынка.

4. Составляющая обучения и развития – предназначена для создания инфраструктуры, которая должна обеспечить достижение целей и задач, поставленных в трех предыдущих составляющих [2].



Рисунок 1 – Сбалансированная система показателей

Чтобы построить и реализовать ССП, менеджеры должны:

1. Ясно сформулировать видение и стратегию деятельности.
2. Определить показатели эффективности, которые лучше всего связывают видение и стратегию с ее результатами (таким как финансовая эффективность, операции, инновации, эффективность персонала).
3. Установить цели, которые поддерживают видение бизнеса и стратегию.
4. Разработать эффективные нормы для каждого показателя и инициативы.
5. Гарантировать общекорпоративное принятие мер.
6. Создать соответствующую ССП систему составления бюджета, систему контроля, а также коммуникационную и премиальную системы.
7. Собрать и проанализировать данные о результатах деятельности и сравнить фактические результаты с желаемой эффективностью.
8. Принять меры, чтобы преодолеть неблагоприятные разрывы.

Высокий интерес к ССП вызван многими причинами. Во-первых, ССП прекрасный инструмент для стратегического управления, а, во-вторых, инструмент повышения эффективности деятельности. Можно привести несколько примеров повышения финансовых результатов после использования методики ССП. Например, компания UPS (United Parcel Service), специализирующаяся на экспресс-доставке и логистике, смогла увеличить валовой доход за два года на 9% и прибыль на 33%; компания Mobil 1 (моторные масла) за два-три года прошла путь от последнего места в рейтинге прибыльности компаний отрасли до первого; компания AT&T Canada (услуги в области телефонии, дальней связи, доступа в интернет, кабельного телевидения) за пять лет увеличила свою стоимость на 7 млрд долл. США [3].

Популярность ССП растёт и в Беларуси: появляются публикации, растёт число консалтинговых агентств и их клиентов, проводятся обучающие семинары, а в России выходят книги на данную тему. Спрос на ССП в основном проявляют фирмы, стремящиеся к росту стоимости своих активов, повышению конкурентоспособности за счёт эффективного управления. Среди предприятий Беларуси, внедривших ССП можно выделить: Холдинг Атлант-М, ОАО «Гомель стекло», ОАО «Витебские ковры», ООО «Первая шоколадная компания» и некоторые другие.

Практика применения ССП в разных странах, в том числе и в Беларуси, показала следующие её **преимущества**:

- отражение состояния нематериальных активов организации;
- связь оперативного и стратегического управления;
- составляющие ССП обеспечивают проведение стратегии с верхнего уровня структуры компании до самого нижнего;
- ССП представляет собой систематизированный набор показателей, взаимосвязанных причинно-следственной логикой;
- поиск показателей для измерения степени выполнения стратегии и стратегическая карта способствуют систематическому обсуждению менеджерами вопросов реализации стратегии;
- ССП обеспечивает широкую коммуникацию по всем уровням организации;
- методика ССП хорошо увязывается с системой контроллинга и методами управления, преследующими повышение стоимости компании.

В тоже время ССП имеет и **недостатки**, выявленные в результате практического опыта внедрения:

- концентрация управления на показателях и недостаточное внимание на «мягких» факторах (сотрудниках, способностях и навыках, стиле управления и системе ценностей);

- причинно-следственные связи между некоторыми показателями носят неоднозначный характер;

- существуют проблемы измерения некоторых целей и задач;

- методика ССП не содержит рекомендаций по разрешению конфликтов.

Несмотря на огромную популярность ССП как на Западе, так и на Востоке, многие компании сталкиваются с определёнными проблемами при разработке, внедрении и использовании ССП. Данные проблемы носят общий характер и не зависят от специфических условий функционирования предприятий:

1. Многие компании хотят создать и внедрить ССП без чётко сформулированной стратегии, отсутствие которой делает внедрение ССП бессмысленным.

2. В компании отсутствует привязка систем бюджетирования, управления качеством и мотивации к ССП.

3. Неготовность руководства строить повседневную работу, используя ССП. ССП – это инструмент управления, который переводит стратегические цели в повседневные задачи. А если руководство не хочет ничего менять, тогда ССП не сможет принести большой пользы.

Следует отметить, что ССП – это модель ведения бизнеса для компаний, которые не первый год работают на рынке, имеют чёткие бизнес-процессы и организационную структуру. Кроме того, такие фирмы должны осознать необходимость стратегии и взаимосвязи её с подразделениями и отделами. В этой связи, можно выделить несколько **признаков целесообразности внедрения ССП**:

1. Организация имеет миссию и стратегию, однако руководство не уделяет внимание стратегическому управлению.

2. Работники не знают или не понимают стратегических целей организации и не участвуют в достижении этих целей.

3. В компании не ведётся оперативный контроль реализации стратегии.

4. В группу компаний входят предприятия, которые стремятся к достижению собственных целей, которые могут не соответствовать единой стратегии группы. В такой ситуации ССП обеспечивает взаимодействие всех компаний группы и формирует чёткую схему стратегического управления.

5. Предприятие хочет повысить эффективность своей деятельности и совершенствовать систему управления и готова пройти подготовительные этапы перед непосредственным созданием ССП.

Разработка и внедрение ССП компаниями преследует определённые цели и задачи, которые ССП может разрешить:

1. Разъяснить или обновить стратегию бизнеса.

2. Связать стратегические цели с долгосрочными целями и годовыми бюджетами.

3. Отследить основные элементы бизнес-стратегии.

4. Включить стратегические цели в процессы распределения ресурсов.

5. Облегчить организационные изменения.
6. Сравнить эффективность географически разнообразных подразделений.
7. Увеличить общекорпоративное понимание корпоративного видения и стратегии.

Несмотря на явную пользу, которую ССП может принести организации, перед тем как принять решение о внедрении ССП необходимо провести анализ предприятия, выявить узкие места и принять меру по их разрешению. Анализ опыта использования ССП в различных странах, в том числе и в Беларуси, позволил выделить следующие факторы, обуславливающие эффективность ССП:

- готовность компании к внедрению данной методики;
- приверженность руководства и его участие в разработке ССП;
- правильно подобранный состав команды;
- тщательный отбор показателей для каждой составляющей ССП;
- проведение рабочих совещаний и семинаров для руководства;
- коммуникация и открытость руководства для общения с подразделениями и отдельным сотрудником;
- культура предприятия, способствующая постоянному совершенствованию качества и эффективности работы и прививающая чувство ответственности за свои поступки.

Для того, чтобы подытожить все вышесказанное, необходимо выделить основные возможности ССП как инструмента управления. Итак, ССП может:

1. Устранить разрыв между стратегией и ее реализацией.
2. Быстро реагировать на изменения окружающей среды.
3. Оценить успешность проекта на стадии его разработки.
4. Оценить стратегию.

ССС не может:

1. Разработать стратегию, поскольку является инструментом именно реализации стратегии.
2. Отказаться от инструментов планирования и контроля.
3. Сохранять существующую систему управления в организации неизменной.
4. Принести эффект компании с непрозрачными бизнес-процессами.
5. Дать эффект ранее, чем через 3-9 месяцев.

Таким образом, ССП, как система комплексной оценки эффективности функционирования организации, позволяет обеспечить целенаправленный мониторинг деятельности организации, прогнозировать и предотвращать появление проблем, органично сочетает уровни стратегического и оперативного управления, контролирует наиболее существенные финансовые и нефинансовые показатели деятельности предприятия. Кроме того, ССП позволяет преодолеть разрыв между стратегическим и оперативным управлением, переводя стратегии в цели и задачи при помощи коммуникации, бизнес-планирования, обратной связи и обучения персонала. Внедрение ССП обеспечит компанию современным инструментом управления и оценки эффективности, который представляет компанию как целостную систему, не теряя их виду важнейших аспектов деятельности.

Список цитированных источников

1. Bain & Company [Electron. resource]: Top 10 management tools. – Mode of access: http://www.bain.com/management_tools/BainTopTenTools/default.asp. – Date of access: 21.03.2015.
2. ЖУК: Журнал «Управление компанией» [Электронный ресурс] / Внедрение Bsc: опыт европейских компаний. – Режим доступа: <http://www.zhuk.net/page.php?id=165>. – Дата доступа: 27.03.2015.
3. Нортон, Каплан. Сбалансированная система показателей: От стратегии к действию. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003.

УДК 338.24

Негрова А.А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Козинец М.Т.

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ СБАЛАНСИРОВАННЫХ СИСТЕМ ПОКАЗАТЕЛЕЙ В УСЛОВИЯХ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Сбалансированная система показателей (ССП) по оценкам исследовательских и консалтинговых компаний Bain&Company и 2GC Active Management является одним из десяти лучших инструментов управления в мире [1]. ССП определяет эффективность деятельности организации и оценивает, достигает ли компания желаемых результатов. ССП переводит формулировки миссии и видения в исчерпывающий набор целей и критериев эффективности деятельности, которые могут быть определены количественно и оценены. Эти цели группируются, как правило, по четырем основным направлениям оценки деятельности компании:

1. Финансы (доходы, прибыли, доходность капитала, поток наличности).
2. Рынок/клиенты (доля на рынке, удовлетворенность потребителя, потребительская лояльность).
3. Внутренние бизнес-процессы (темпы производительности, качество, своевременность).
4. Обучение и развитие (компетентность работников, текучесть кадров, обучение и повышение квалификации).

ССП является основным инструментом реализации стратегии в 402 компаниях из 500, входящих в рейтинг Fortune-500. В их числе Coca-Cola, BP, General Electric, McDonalds, L'Oreal, BMW, Boeing, Samsung Electronics, Volvo, Xerox, ABB (продукция и услуги в сфере силового оборудования и технологий для автоматизации), SKF (подшипники, запчасти), Elektrolux и др. [2]. В Европе ССП внедряют в основном крупные компании и холдинги со сложной структурой управления.

Популярность ССП растёт и в Беларуси: появляются публикации, растёт число консалтинговых агентств и их клиентов, проводятся обучающие семинары, а в России выходят книги на данную тему. Спрос на ССП в основном проявляют фирмы, стремящиеся к росту стоимости своих активов, повышению конкурентоспособности за счёт эффективного управления. Среди предприятий Беларуси, внедривших ССП можно выделить: СООО «Первая шоколадная компания», Холдинг Атлант-М, ОАО «Гомель стекло», ОАО «Витебские ковры», и некоторые другие.

Несмотря на значительный опыт применения ССП за рубежом, простое копирование успешных зарубежных практик не принесёт предприятиям должного эффекта. Таким образом, целью настоящей работы является выявление основных трудностей и проблем, которые осложняют внедрение ССП в отечественных организациях. **Условия функционирования белорусских предприятий обуславливают существование ряда трудностей при внедрении ССП:**

1. Методика ССП была создана для американских компаний, которые работали в основном на насыщенных рынках, для которых характерны незначительные темпы роста. Управление на основе ССП даёт компании дополнительное преимущество [3]. В Беларуси же рыночные отношения постоянно развиваются и наблюдается неравенство условий ведения конкурентной борьбы. Это приводит к тому, что не всегда эффективное стратегическое управление является ключевым фактором успеха организации. В то же время кризисная ситуация, в которой оказалась Беларусь после обвала российского рынка может послужить толчком к использованию современной технологии стратегического управления предприятиями.

2. Большинство отечественных организаций недооценивают роль стратегического планирования и управления. На предприятиях отсутствуют чётко сформулированные стратегии, а если и есть стратегии, то только на бумаге – в реальности мало шагов делается в направлении реализации выбранных стратегий.

3. Сложность расчёта некоторых ключевых, с точки зрения создателей ССП, показателей в следствие неразвитости рыночных механизмов.

4. Отсутствие или низкое качество управленческого учёта и управленческой отчётности. Неразвитость управленческого учёта затрудняет разработку показателей при создании ССП и дальнейший контроль их достижения.

5. Непрозрачные бизнес-процессы и, как следствие, отсутствие их полного описания и отображения. В этом случае выявляется сложность прогнозирования деятельности, а значит и прогнозирования эффективности реализации стратегии. Подобная неопределённость обуславливает и сложность определения показателей.

6. Большая часть западных компаний имеет эффективно отлаженные бизнес-процессы и системы информатизации, которые постоянно совершенствуются и заменяются более современными IT-платформами. По оценкам специалистов IT-сферы, отставание Беларуси от Европы составляет лет 7-10. Для преодоления отставания необходимо осознание руководителей, что информационные технологии создают конкурентные преимущества.

7. Объекты интеллектуальной собственности, представленные нематериальными активами, имеют низкий уровень ликвидности. Сама по себе ССП была создана в связи с возрастающей ролью нематериальных активов, потому что именно они существенно влияют на увеличение стоимости компании. Этот факт в очередной раз доказывает, что западная модель ССП должна корректироваться под условия функционирования отечественных фирм.

8. Закрытость большинства организаций для клиентов, конкурентов и аналитиков. По этой причине, наблюдается недостаток информации о состоянии рынка и тенденциях его изменения и развития.

9. Собственники боятся лишиться контроля над всеми сферами деятельности компании, что проявляется в слабом делегировании ответственности подчиненным.

10. Западные компании используют ССП в первую очередь для повышения эффективности управления. Отечественные же фирмы прибегают к данной системе при реструктуризации существующей системы управления.

11. В отечественных предприятиях наблюдается недостаточный уровень профессиональной подготовки менеджеров среднего звена. В этой связи существует проблема перевода целей и показателей высшего руководства на цели и показатели подразделений и отделов. В такой ситуации руководство или само всё выполняет, или все процессы делаются по старым принципам.

12. Многие организации внедряют ССП частично: только на уровне топ-менеджмента или в целях мотивации работников, или для отдельных направлений деятельности. Это ограничивает возможность получения совокупного результата от внедрения ССП.

13. Низкая активность работников организаций и слабый опыт работы в команде, что может привести к сопротивлению внедрению ССП. Если работники не примут новую систему, то она ляжет им на плечи как ещё одна бумага с нормативами и поводом для контроля. Для того, чтобы убедить и заинтересовать работников необходимо связать ССП с системой мотивации. Если сотрудники будут вовлечены в процесс реализации ССП, а, значит, и стратегии, они смогут понять их значимость и предлагать важные идеи по совершенствованию деятельности.

14. Важным моментом, влияющим на эффективность использования ССП белорусскими организациями, выступает менталитет. Даже при наличии благоприятных тенденций руководство не думает что-то менять, пока проблемы не станут критическими. Такое затягивание решения проблем может привести к тому, что методика ССП уже не сможет помочь, а только обострит ситуацию.

Таким образом, запаздывание развития отечественных систем управления от роста бизнеса, а также проблемы установления внутренних и внешних связей в отечественных компаниях требуют от них грамотной адаптации ССП. В этой связи, решение о создании и внедрении ССП должно обуславливаться необходимостью.

Активное продвижение ССП консалтинговыми фирмами в Беларуси привело к появлению различных мифов относительно этого инструмента управления. Данные фирмы позиционировали ССП как волшебную таблетку от всех проблем организации, которая сразу повысит эффективность деятельности, оперируя при этом всего несколькими показателями. Это вызвало появление критиков данной модели, утверждающих, что ССП в силу особенностей белорусской экономической среды не сможет успешно функционировать в Беларуси. Несмотря на то, что ССП является одним из самых эффективных инструментов управления, она не является панацеей от всех бед, т.к. иллюзии могут стоить организации очень дорого. В этой связи необходимо упомянуть о заблуждениях, сложившихся вокруг ССП среди организаций Беларуси.

Заблуждение 1. ССП содействует разработке эффективной корпоративной стратегии. ССП – это инструмент реализации стратегии, который устанавливает взаимосвязь между стратегическим и оперативным управлением посредством формулирования целей и выбора ключевых показателей эффективности, между которыми должна существовать причинно-следственная связь. У предприятия

уже должна быть сформулированы миссия, видение и стратегия, которые, в прочем, могут быть откорректированы в процессе создания ССП. Цели, установленные в ССП, должны быть реальными, т. к. на их основании строятся задачи, определяются показатели, задаются нормы и ищутся инициативы. В случае ошибки, стратегия так и останется нереализованной, какие бы методы мотивирования персонала ни применялись.

Заблуждение 2. ССП принесёт эффект любой организации и делает ненужными другие инструменты управления. ССП не панацея, она не способна мгновенно из небольшой фирмы создать крупную корпорацию. Для её внедрения необходима чёткая организационная структура и устроенность систем управленческого учета и планирования, иначе она станет новой модной причудой, которую напишут и положат в шкаф. Кроме того, ССП вовсе не предполагает отказ от других инструментов управления таких, как планирование, составление бюджетов и мотивации – их просто корректируют под ССП.

Заблуждение 3. Эффективность ССП зависит от количества показателей. Часть руководителей считает, что чем больше они зададут работникам показателей, тем проще будет контролировать их работу. Однако в реальности большой объём информации трудно усвоить. Поэтому руководитель должен отсеивать ненужные для своего уровня показатели. Это не значит, что на предприятии перестанут рассчитывать стандартные для них показатели. Это означает, что для стратегического управления руководителям нужно выделить самые важные показатели, на основании которых они будут принимать стратегические решения. Как правило, на уровне первого руководителя компании таких показателей от 15 до 25.

Заблуждение 4. Внедрение ССП невозможно без использования ERP-систем. Внедрение ССП и её испытание в конкретной организации вовсе не требует покупки или разработки специального программного обеспечения. Работники и так столкнутся с переменами при внедрении ССП, а обучение новой программе может только добавить сложности и спровоцировать сопротивление нововведениям. Известны примеры предприятий, которые разрабатывали ССП с помощью MS Excel, MS Access или Power Point и успешно реализовывали свои стратегии. При таком подходе ССП обходится недорого, что может принести организации значительную выгоду.

Автоматизация ССП необходима, когда компания внедрила опробовала ССП и произвела корректировку ССП, т.к. в 40% случаев возможен пересмотр ССП. Безусловно, специализированные программные продукты позволяют сократить рутинную работу по ручному занесению информации в книги MS Excel, формирует чёткую документацию для любого организационного уровня, и в конечном счёте становится основой всей информационной инфраструктуры, но стоят значительных денежных средств как при разработке и внедрении, так и в последующем изменении [4]. Поэтому сначала нужно удостовериться в жизнеспособности разработанной ССП, и тогда уже принимать решение о приобретении специального ПО.

Заблуждение 5. ССП может заменить систему мотивации. Известны попытки западных и отечественных предприятий привязать всю систему мотивации на выполнение показателей ССП. Однако большое количество показателей вызы-

вало путаницу у работников и в какой-то момент они уже не могли уследить и понять, за что конкретно и сколько денег они получают. Поэтому наиболее приемлемым является вариант, когда в системе мотивации применяются наименее важные показатели ССП, от которых зависит переменная часть заработной платы работника.

Заблуждение 6. Создать и внедрить ССП собственными силами несложно. Существуют примеры компаний, которые самостоятельно внедрили ССП, но сам процесс разработки и внедрения обычно затягивается, поскольку разработка ССП требует специальной методики, опыта, времени и инструментальной базы. У большинства руководителей нет ни свободного времени, ни знаний. Поэтому в случае, когда существует нехватка собственных ресурсов или необходимы обучающие программы, организации обращаются в консалтинговые компании. Консультанты по внедрению не разрабатывают за руководителей цели и показатели, они содействуют преобразованиям в организации: обеспечивают идеями организационной и межличностной коммуникации, способствующими безболезненному переходу к новым методам учёта и управления. Таким образом, руководство формулирует миссию, видение, варианты стратегии и цели для различных сфер деятельности, а консультанты проводят обучающие семинары и при помощи специального инструментария оценивает все варианты и обосновывает наиболее приемлемый.

Таким образом, простое копирование успешных западных практик на белорусских предприятиях не приведёт в успеху, поскольку условия функционирования отечественных предприятий имеют свои особенности, которые затрудняют внедрение данного инструмента управления. В этой ситуации необходимо адаптировать методику ССП к условиям деятельности в нашей стране. Первым делом необходима иная последовательность действий при создании и внедрении ССП, которая будет предусматривать сначала выявление и формализацию всех бизнес-процессов и операций, осуществляемых организацией, а затем построение на их основе всей системы показателей. Стратегия компании создается не только для улучшения финансовых показателей, но и на видении ее будущего и действии в соответствии с ее основным предназначением. Поэтому если организация ставит стратегической целью завоевание определенной позиции на рынке или в обществе, тогда внедрение ССП для нее имеет смысл. Кроме того, необходимо совершенствование и развитие практики управленческого учета, который более полно отражает ситуацию на предприятии и позволяет повысить эффективность ССП.

Список цитированных источников

1. Bain & Company [Electronic resource]: Top 10 management tools. – Mode of access: http://www.bain.com/management_tools/BainTopTenTools/default.asp. – Date of access: 21.03.2015.
2. БелГазета: Информационно-аналитический ежедневник [Электронный ресурс] / Система стратегического назначения. – Режим доступа: http://www.belgazeta.by/ru/2007_05_28/portmone/14092/. – Дата доступа: 29.03.2015.
3. Balanced Scorecard Usage Survey 2014 [Electronic resource]: Summary of Findings / 2GC Active Management. – 2014. – Mode of access: http://2gc.eu/files/2014_Survey_Document_Final.pdf. – Date of access: 21.03.2015.
4. Консалтинговая группа «Здесь и сейчас» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.zis.by>. – Дата доступа: 28.03.2015.

МОДЕЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ АНАЛИТИЧЕСКОГО УЧЕТА В ПК «ГАЛАКТИКА»

По мере становления рыночной экономики и усложнения производственных отношений все больше внимания стало уделяться вопросам управленческого учета, который в существенно большей степени завязывается на аналитическую, детализированную учетную информацию. Ведь очевидно, что без подробного аналитического учета невозможно решение задач контроля расчетов с поставщиками и покупателями, движения товарно-материальных ценностей, автоматизации калькуляции, анализа структуры себестоимости и финансовых результатов.

Аналитический учет – это учет, который позволяет показать более детально состояние синтетического учета, разложить любую сумму на составляющие ее элементы с подробными характеристиками. Аналитический учет ведется для того, чтобы:

- 1) формировать требуемые по законодательству отчетные формы;
- 2) получать информацию в более детализированном виде для собственных управленческих целей, например, для анализа хозяйственной деятельности или планирования.

Аналитический учет всегда связан с настройкой рабочего Плана счетов предприятия. В соответствии с порядком, установленным на территории Республики Беларусь, хозяйствующие субъекты используют типовой План счетов бухгалтерского учета, но могут добавлять необходимые субсчета для целей бухгалтерского и управленческого учета, создавая, таким образом, рабочий План счетов организации и утверждая его Учетной политикой [1].

Развернутый аналитический учет невозможно вести вручную без систем автоматизации.

В автоматизированных системах бухгалтерского учета (далее – АИСБУ) встречается два различных подхода к организации Плана счетов и аналитического учета.

1. План счетов может представлять собой неизменяемый список счетов с фиксированным набором характеристик. При этом План счетов описывается программистом и не может быть изменен пользователем. Такой подход применяется в том случае, если План счетов лежит в основе всех алгоритмов, реализованных в программе.

2. План счетов создается пользователем или, для удобства, загружается из внешнего файла.

Приобретая программу для автоматизации учета, бухгалтер чаще всего не имеет представления, какая модель положена в основу алгоритмов программы, и из-за этого становится порой ее заложником. Каждому бухгалтеру хотелось бы управлять программой, а не наоборот – приспособливать свой учет под возможности программы.

Управляемой пользователем программа может быть только в том случае, если в ней предусмотрены мощные механизмы настройки.

Такая модель реализована, например, в изучаемом нами в рамках исследования программном комплексе «Галактика ERP» (далее – ПК Галактика), разработчики которого «Корпорация Галактика» (г. Москва) и УП «ТОП СОФТ» (г. Минск).

Отличительной особенностью ПК Галактика является как раз ее настраиваемость. Пользователь перед использованием программы должен указать:

- страну, по законодательству которой будет вестись бухгалтерский учет,
- методики учетной политики предприятия,
- определить рабочий План счетов,
- заполнить типичные для предприятия корреспонденции счетов при проведении тех или иных хозяйственных операций (то есть для каждого вида документа создать набор типовых хозяйственных операций, далее – ТХО) и др.

Формирование бухгалтерских проводок в системе Галактика производится на основании первичных хозяйственных документов с помощью привязки необходимой ТХО, соответствующей каждому виду документа (рис. 1).



Рисунок 1 – Модель автоматизированного проведения документов в ПК Галактика

В ПК Галактика реализован второй подход к ведению Плана счетов, а именно: в программу может быть добавлено любое количество планов счетов – хозяйственный, бюджетный, налоговый, управленческий, GAAP и др. При этом Планы счетов могут загружаться из внешних файлов, например, из обычного текстового документа. Для каждого Плана счетов может быть создан свой банк ТХО. Для каждого документа параллельно может быть привязано несколько ТХО по разным Планам счетов – так в ПК Галактика реализована модель ведения многопланового учета.

Надо отметить, что бухгалтер в ПК Галактика может сам выполнять требуемую разбивку счетов на субсчета и, исходя из потребностей бухгалтерского и управленческого учета на предприятии, настраивать самостоятельно такие характеристики счета, как:

- классификация счета для расчетов (активный, пассивный; балансовый, забалансовый; тип счета для привязки к первичным хозяйственным документам; временный (т.е. закрываемый в обязательном порядке);
- способ расчета исходящего сальдо по счету;
- аналитика (до 6 уровней), причем на субсчетах одного счета аналитика может различаться (рис. 2).

Для обозначения объекта аналитики в программе применяется термин КАУ – код аналитического учета. В качестве аналитики в программе могут выступать:

- системные данные, а именно, встроенные в программу справочники и классификаторы: организации, подразделения, сотрудники, материальность, материально-ответственные лица и др.

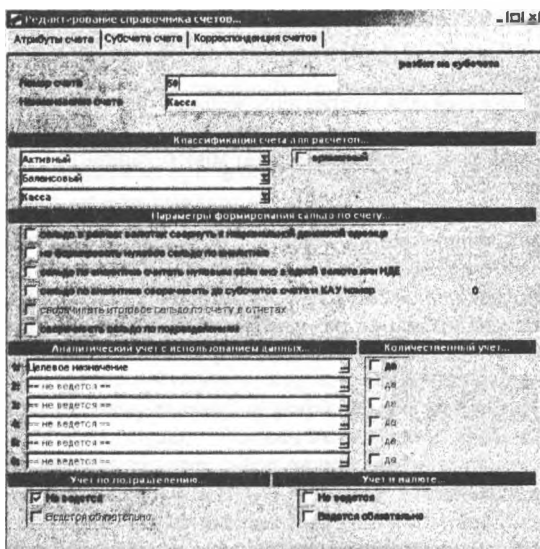


Рисунок 2 – Редактирование счета в Плане счетов ПК Галактика

• произвольные значения, объединенные пользователем в списки кодов аналитического учета и редактируемые им самостоятельно. Такая аналитика называется в ПК Галактика пользовательской (рис. 3).

Эти возможности дают бухгалтеру большое число степеней свободы по организации аналитического учета в зависимости от специфики решаемых задач.

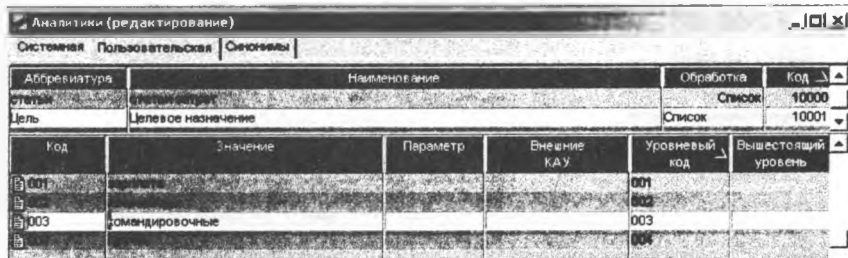


Рисунок 3 – Настройка пользовательской аналитики в ПК Галактика

При формировании проводок по документу с использованием механизма ТХО в большинстве случаев аналитика автоматически заполняется данными из документа. Если же для пользовательской аналитики необходимая информация в документе отсутствует, ее можно выбирать из открывающегося списка. Это обеспечивается в настройке ТХО указанием специального режима формирования значений аналитики – «выбирать из каталога». При необходимости могут использоваться и другие режимы:

- ✓ задать явно;
- ✓ не формировать.

Помимо этого, в системе Галактика можно ввести внешнюю аналитику и закрепить ее за документом на этапе его создания и привязки к нему типовой хозяйственной операции.

Следующий важный для бухгалтера вопрос – возможность формирования в программе разнообразных отчетов по аналитике. В системе Галактика отчетам отведена большая роль и предусмотрено много вариантов создания аналитических и управленческих отчетов.

Во-первых, для управления отражением в отчетах исходящего сальдо по заданному счету и аналитике на этапе настройки плана счетов бухгалтер может управлять способом расчета сальдо, используя параметр «сальдо по аналитике сворачивать до субсчетов счета и КАУ номер». Сальдо будет свернуто до указанного уровня аналитики включительно, а если номер уровня аналитики не указан, то сальдо будет сворачиваться до субсчета и уровня аналитики при этом учитываться не будут.

Во-вторых, в каждом модуле контура бухгалтерского учета есть пункт меню «Отчеты». Например, в модуле «Финансово-расчетные операции» в пункте меню «Отчеты» команда «Аналитика» позволяет сформировать такие общие аналитические отчеты, как:

- Ведомость аналитического учета по счету (рис. 4),
- Ведомость аналитического учета по группам счетов,
- Свернутый аналитический учет по группам счетов,
- Группировочная ведомость по счету.

В-третьих, в каждом модуле ПК Галактика могут быть сформированы специализированные аналитические отчеты по задачам модуля, например, «Анализ задолженности», «Обороты в разрезе поставщиков и получателей», «Оборотная ведомость движения по аналитикам МЦ», «Ведомость движения МЦ по контрагентам», «Ведомость неликвидов» (список товаров, которые не отгружались) и многие другие.

Субсчет	Сальдо на начало периода	Сальдо на конец периода	Сумма	Средняя ставка	Средняя ставка по аналитике	Средняя ставка по группе	Средняя ставка по плану
Субсчет 1: 01 Касса и рубль	45 000,00	0,00	870 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
в том числе:							
сальдо по аналитике	0,00	0,00	840 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
прочее	0,00	0,00	100 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Итого по 01 Касса и рубль	45 000,00	0,00	970 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Итого по 01 Касса	45 000,00	0,00	970 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Рисунок 4 – Ведомость аналитического учета по счету 50 – результат команды «Отчеты → Аналитика → Аналитический учет»

Для получения отчета в ПК Галактика как правило требуется выполнить ряд определенных настроек: установить период, фильтры для отбора информации, задать порядок сортировки и указать уровни группировки. Установленные настройки можно запомнить в программе и вызывать их в дальнейшем. Все отчеты можно получить в текстовом формате и в формате Excel.

Особый интерес представляют интерактивные отчеты ПК Галактика – это один из способов получения отчетной информации, часто встречающийся в современных АИСБУ. В интерактивных отчетах результирующая информация выгружается не на печать, а выводится в экранную форму с возможностью просмотра результатов по всем уровням иерархии вплоть до первичного документа, который можно открыть и, при необходимости, отредактировать. На печать интерактивный отчет можно вывести обычным способом (по экранной кнопке или из контекстно-зависимого меню).

В ПК Галактика достаточно много интерактивных отчетов, основные из них:

- Интерактивный аналитический отчет (оборотно-сальдовая ведомость),
- Универсальный Журнал-ордер,
- Интерактивный отчет «Анализ задолженности»,
- Интерактивный реестр платежных документов (доходы и расходы),
- Интерактивный отчет «Главная книга» [2].

Интерактивные отчеты можно считать основным инструментом анализа, так называемым «автоматизированным рабочим местом» бухгалтера-аналитика.

В разнообразных тиражируемых АИСБУ модели реализации аналитического учета различны. По нашему мнению модель, используемая в ПК Галактика, очень удобна и проста. Особенно надо подчеркнуть эффективность алгоритма применения пользовательской аналитики. Именно пользовательская аналитика позволяет реализовать в программе ведение управленческого учета на предприятии, который крайне необходим для оптимизации принятия управленческих решений и зависит только от потребностей самого собственника.

Список цитированных источников:

1. Инструкция о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета. Утв. Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 29.06.11 № 50.
2. Корпорация Галактика. Базовая документация. Версия 8.10. Эталонный диск № 810_5_10.7.

УДК 65.011.56:657.4.012.2

Николайчук Д.В.

Научный руководитель: доцент Аверина И.Н.

СРАВНЕНИЕ АНАЛИТИЧЕСКИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ТИПОВЫХ КОНФИГУРАЦИЙ «1С: БУХГАЛТЕРИЯ 7.7 И 8.X»

Современные системы автоматизации бухгалтерского учета предлагают пользователям широкие возможности по организации аналитического учета. Однако в компьютерном учете, по сравнению с ручным, имеются существенные различия по ведению аналитической информации. Если при ручном учете возможности ведения аналитики предопределены структурой используемых накопительных регистров, то в системах компьютерного учета таких ограничений нет, и потенциально существует возможность получать выходную информацию в любых аналитических разрезах. Конечно, эта возможность существует только тогда, когда используемая в программе модель системы счетов позволяет вести многомерный, многоуровневый аналитический учет.



Рисунок 1 – Схема взаимосвязи синтетических и аналитических счетов

На аналитических счетах учет ведется более детально, с разбивкой по конкретным видам средств, их открывают в развитие соответствующих синтетических счетов. Использование аналитики позволяет отслеживать наличие и движение средств не только по счету, но и по одному объекту аналитического учета. Понятие аналитики шире, чем понятие субсчета, ведь есть возможность собрать данные с разных счетов по одному аналитическому признаку (рис. 1). Это позволяет получить, например, полную информацию по взаиморасчетам с организациями, даже если учет данных производится на нескольких счетах.

Непосредственная связь синтетических и аналитических счетов устанавливается на этапе настройки плана счетов.

Для программы «1С: Бухгалтерия» (далее – 1С) характерно описание плана счетов и аналитического учета в программном коде, то есть в конфигурации программистом. Для таких счетов, называемых *предопределенными*, в программе существует запрет на их удаление в режиме ведения учета и характерна ограниченная возможность их изменения пользователем. Так у *предопределенных* счетов:

- нельзя изменить наименование;
- нельзя изменить вид счета (активный, пассивный или активно-пассивный);
- нельзя изменить признаки учета по счету (забалансовый, валютный, количественный);
- нельзя изменить настройку аналитического учета по счету.

Предопределенные счета в «1С: Бухгалтерия 7.7» в плане счетов помечены красной галочкой, а в «1С: Бухгалтерия 8» – желтой точкой рядом с символом счета.

Для организации аналитического учета в системе 1С используется специальный механизм *субконто*. Этим термином в программе обозначен объект аналитического учета. В качестве *вида субконто* в 1С выступают множества однотипных объектов аналитического учета, таких как:

- справочники;
- фиксированные наборы значений – перечисления;
- документы [1].

Справочник объектов аналитического учета в 1С может быть линейным или структурированным. Линейный справочник представляет собой простой список с перечнем объектов аналитического учета. Структурированный справочник предназначен для хранения объектов, которые могут быть иерархически сгруп-

пированы в соответствии с выделенными признаками. Например, номенклатура разбивается на товары и оказываемые услуги, товары, в свою очередь – на группы, виды, артикулы.

В отличие от справочника *Перечисление* содержит конечный перечень возможных объектов аналитического учета. Такой перечень составляется на этапе создания конфигурации, он не может быть изменен пользователем. Например, аналитический учет расчетов по налогам и сборам организован по перечислению Виды платежей в бюджет (фонды).

По умолчанию, то есть без дополнительной настройки, по каждому аналитическому объекту программа 1С обеспечивает учет остатков и оборотов в суммовом выражении и, при необходимой настройке, в натуральном (количественном) измерении. Отдельно следует отметить понятие **оборотного субконто**, которое в плане счетов 1С обозначается (об). Например, оборотным является вид субконто «Движение денежных средств». Учет по оборотному субконто ведется только по оборотам без расчета остатков по этому субконто. Если сформировать оборотно-сальдовую ведомость по такому субконто, то можно увидеть на первый взгляд противоречивый отчет, в котором по строкам аналитики имеют дебетовый и кредитовый обороты, но нет сальдо, хотя обороты не равны между собой.

Оборотно-сальдовая ведомость по счету: 50.1						
Дл. ден. средства						
за 1 Квартал 2014 г.						
ООО Белый парус						
Субконто	Сальдо на 01.01.14		Обороты за период		Сальдо на 30.03.14	
	Дебет	Кредит	Дебет	Кредит	Дебет	Кредит
Сальдо на начало периода						
Оплата труда			7 678 818	4 250 210		
Зачисленные в бюджет			229 000	200 000		
Итого	48 000		8 907 818	4 750 210	3 200 100	

Рисунок 2 – Оборотно-сальдовая ведомость 1С по оборотному субконто по счету 50

Схем организации аналитического учета достаточно много, но наиболее популярными являются две из них: многоуровневая и многомерная. Проанализируем алгоритмы аналитического учета, реализованные в 1С.

В системах автоматизации бухгалтерского учета могут использоваться следующие модели организации аналитического учета:

- 1) простая модель организации аналитического учета;
- 2) модель иерархической организации аналитического учета;
- 3) модель фасетной организации аналитического учета;
- 4) модель пооперационной организации аналитического учета;
- 5) смешанные модели организации аналитического учета;
- 6) модели параллельных счетов;
- 7) модели распределения функций аналитического учета в бухгалтерских комплексах [2].

В зависимости от выбранной модели аналитического учета возможны два варианта установления взаимосвязи синтетических и аналитических счетов – **многоуровневая** или **многомерная** связь. Выбор определяется требованиями по организации аналитического учета и применяемыми моделями аналитического учета.

В **простой модели** каждому синтетическому счету/субсчету сопоставляется не более одного типа аналитического счета (схема 1). Такая модель используется в 1С на счетах с одним уровнем аналитики.

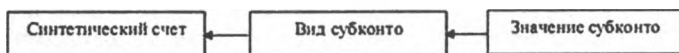


Схема 1 – Связь счетов в простой модели аналитического учета

В модели **иерархической** детализации объектов аналитического учета каждому синтетическому счету/субсчету сопоставляется несколько выстроенных в иерархию аналитических признаков (схема 2). Данная модель реализует **многоуровневый аналитический учет**.

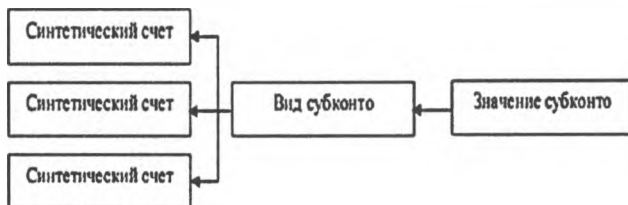


Схема 2 – Связь счетов в иерархической модели аналитического учета

В модели **фасетной** организации аналитического учета каждому синтетическому счету/субсчету сопоставляется несколько независимых, равноправных аналитических признаков, называемых фасетом. Каждому из признаков соответствует определенный вид (тип) объектов аналитического учета – множество однотипных по содержанию объектов учета (схема 3). Таким образом, в этой модели типы объектов аналитического учета заранее не выстраиваются в иерархию в отличие от предыдущей модели организации аналитического учета. Модель фасетной организации аналитического учета реализует **многомерный учет**, позволяющий получать итоги счета в любой необходимой для анализа группировке.

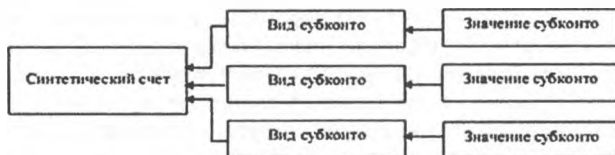


Схема 3 – Связь счетов при фасетной модели аналитического учета

Первые пять моделей являются основными и чаще всего используются в системах автоматизации бухгалтерского учета разного уровня. В конкретной системе может использоваться не одна, а одновременно несколько моделей.

При формировании проводок в 1С подстановка объекта аналитики гарантируется корректным заполнением соответствующих полей в экранной форме документа, если такое поле в документе отсутствует, аналитика должна быть прописана в проводке программистом и подставляться автоматически. Незапол-

ненная аналитика в проводках 1С версии 7.7 обозначена угловыми скобками <...>, а в последних версиях 1С отчеты никаким образом не обозначают выпуск аналитики, что затрудняет поиск и исправление ошибок бухгалтерами.

При этом в 1С версии 7.7 исправить проводку документа пользователю нельзя, надо исправить сам документ. В последних версиях 1С уже можно пользователю включить режим редактирования проводки.

Настройка плана счетов и аналитического учета в 1С 7.7 зависит от разработчика конфигурации. В Беларуси параллельно тиражируется несколько типовых конфигураций, например, в разработке ОДО «Юкола-Инфо» или ЗАО «МиСофт». Из-за отличий в настройке аналитики в этих конфигурациях по-разному может быть реализован, например, учет затрат на выпуск готовой продукции. Так, например, в типовой конфигурации от «МиСофт» на счете 20 три субконто – «Виды номенклатуры», «Затраты на производство» (оборотное субконто) и «Подразделения», а в типовой конфигурации от «ЮколаИнфо» на счете 20 два субконто – «Виды деятельности» и «Статьи затрат». Поэтому в этой типовой конфигурации для учета затрат по видам выпускаемой продукции (работ, услуг) надо в справочник «Виды деятельности» заносить все наименования выпускаемой продукции.

В 1С при необходимости пользователь может в режиме ведения учета добавить в план счетов собственные счета и субсчета. Например, в состав predeterminedного плана счетов бухгалтерского учета разработчики конфигурации не включили забалансовый счет «Нематериальные активы, полученные в пользование». Если в этом есть потребность, такой счет можно добавить в план счетов в режиме ведения учета.

Еще больше прав по настройке плана счетов появилось с выходом версии 1С 8. Важную роль в настройке компьютерного плана счетов в 1С версии 8 занимает реквизит «Подчинен счету». Дело в том, что разделение счета на субсчета – это всего лишь условная интерпретация того, что отображается на экране. На самом деле без дополнительной настройки программа считает все строки плана счетов самостоятельными, независимыми и равноценными. Реквизит «Подчинен счету» как раз и обеспечивает связь между счетом и открытыми к нему субсчетами. В нем указывается ссылка на тот счет, к которому относится данный субсчет. Кроме того для любого счета или субсчета пользователь может запретить или, наоборот, разрешить использовать в проводках. Следовательно, при необходимости, можно формировать проводки с участием счета-группы, что было невозможно в 1С 7.7.

Для ведения аналитического учета в 1С 8 используется смешанная модель аналитического учета. Для пользователей появилась возможность ряд аналитики по счетам задавать в ходе первоначальной настройки программы на учетную политику предприятия в **Настройке параметров учета** [3]. Изменение настроек, приведенных в таблице 1, при сохранении отражается в плане счетов в графах «Субконто».

Грамотная настройка аналитики в используемой системе автоматизации учета позволяет ускорить обработку и систематизацию данных, их анализ, оформление стандартных и специфических отчетов, освободить бухгалтера и аудитора от львиной доли рутинных работ. Проведенный обзор и сравнительный ана-

лиз возможностей 1С версий 7.7 и 8 показывает, что программа развивается с учетом потребностей реального бизнеса.

Таблица 1 – Выбор аналитики при настройке параметров учета в 1С 8

Закладка	Счета	Выбор для ведения аналитики
Запасы	10, 41, 43	По складам
Товары в рознице	41.2.2	По номенклатуре По ставкам НДС По ставкам НП
Денежные средства	50, 51, 52	По статья движения денежных средств
Расчеты с контрагентами	60, 62, 76	По документам расчетам
Расчеты с персоналом	70	По каждому работнику Сводно по всем работникам

Список цитированных источников:

1. Харитонов, С.А. Бухгалтерский и налоговый учет в программе «1С: Бухгалтерия 8» / С.А. Харитонов. – М.: «1С-Паблишинг», 2006.
2. Шуремов, Е.Л. Автоматизированные информационные системы бухгалтерского учета, анализа, аудита: учебное пособие. / Е.Л. Шуремов, Э.А. Умнова, Т.В. Воропаева. – М.: Перспектива, 2001.
3. Харитонов, С.А. Бухгалтерский и налоговый учет в «1С: Бухгалтерии 8» (редакция 3): практическое пособие / С.А. Харитонов. – М.: ООО «1С-Паблишинг», 2014.

УДК 338.24

Обниская Б.И.

Научный руководитель: старший преподаватель Дружинина Е.О.

СБАЛАНСИРОВАННАЯ СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАК ИНСТРУМЕНТ САНАЦИОННОГО КОНТРОЛЛИНГА

В условиях рыночной экономики необходимость бескризисного развития экономических субъектов требует постоянного мониторинга и контроля показателей-индикаторов финансовой устойчивости и платежеспособности. Обеспечение устойчивости деятельности и развития предприятия обуславливает необходимость формирования действенного механизма своевременного распознавания как положительных, так и отрицательных воздействий на бизнес, возможности корректировки показателей и ограничения негативных последствий на различных этапах функционирования предприятия. Для решения данных вопросов актуальность и своевременность приобретает исследование санационного контроллинга. Система санационного контроллинга как интегрированная информационная система способна на основе обработки данных предоставлять информацию для принятия грамотных управленческих решений. Основным источником информации выступают показатели финансового состояния предприятия: платежеспособности, ликвидности предприятия, финансовой устойчивости.

Финансовая устойчивость – характеристика деятельности предприятия, свидетельствующий об устойчивом превышении доходов предприятия над его расходами, свободном маневрировании денежными средствами предприятия и эффективном их использовании, бесперебойном процессе производства и реализации продукции. Финансовая устойчивость формируется в процессе всей про-

изводственно-хозяйственной деятельности и является главным компонентом общей устойчивости фирмы.

Платежеспособность – характеристика деятельности предприятия, позволяющая определить его способность к своевременному выполнению денежных обязательств.

Ликвидность – характеристика деятельности предприятия, отражающая способность превращения его активов в наличные деньги.

Одним из внутренних факторов служит наличие в организации контроллинга как системы информационно-методической поддержки принятия эффективных управленческих решений. В качестве методического инструментария стратегического контроллинга при санации предприятия предлагается использовать сбалансированную систему показателей. Сбалансированная система показателей (ССП, англ. Balanced Scorecard) была предложена в 1990 году Д. Нортон и Р. Капланом.

Сбалансированная система показателей – инструмент стратегического контроллинга, который позволяет выразить стратегию организации в конкретных показателях, оценить ее эффективность с помощью финансовых и нефинансовых показателей. ССП позволяет трансформировать миссию компании в конкретные задачи и определяющие их показатели, которые возможно оценить количественно.

Рассмотрим систему показателей финансовой устойчивости и их значение для внутреннего контроля. Система показателей финансовой устойчивости представляет собой индикатор устойчивости функционирования организации, который указывает на проблемные места.

Таблица 1 – Система показателей контроллинга финансовой устойчивости

Показатель	Формула	Примечание
Коэффициент обеспеченности собственными средствами	$K_1 = \frac{СК - ВнА}{ОА}$	Показывает, сколько оборотных средств финансируется за счет собственных источников (0,1-0,5)
Коэффициент маневренности собственных средств	$K_2 = \frac{СК - ВнА}{СК}$	Показывает долю собственных оборотных средств в собственном капитале (0,2-0,5)
Коэффициент (автономии) финансовой независимости	$K_3 = \frac{СК}{А}$	Показывает долю собственного капитала в валюте баланса. Чем больше данный коэффициент, тем финансово устойчивее предприятие (0,4-0,6)
Коэффициент финансирования	$K_4 = \frac{СК}{ЗК}$	Показывает соотношение между собственными и заемными средствами. Указывает возможность покрытия собственным капиталом заемных средств ($\geq 0,6$)
Рентабельность перманентного капитала, %	$K_5 = \frac{ПрН}{СК + ДО}$	Отражает эффективность использования собственного и заемного капитала, вложенного в деятельность субъекта хозяйствования (12)
Операционный рычаг, %	$K_6 = \frac{Вп}{Пр}$	Показывает насколько процентов может снизиться объем реализации, чтобы экономический субъект мог иметь прибыль и избежать получения убытка (20-30)

Произведем расчет показателей финансовой устойчивости за 2013-2014гг. на примере условного предприятия-сельхозпроизводителя. Показатели представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Расчет показателей контроллинга финансовой устойчивости

Показатель	Расчет	
	На 01.01.14	На 01.01.15
Коэффициент обеспеченности собственными средствами	$K_1 = (192381 - 339773) / 118303 = -1,25$	$K_1 = (211127 - 372563) / 132004 = -1,22$
Коэффициент маневренности собственных средств	$K_2 = (192381 - 339773) / 192381 = -0,77$	$K_2 = (211127 - 372563) / 211127 = -0,77$
Коэффициент (автономии) финансовой независимости	$K_3 = 192381 / 458076 = 0,42$	$K_3 = 211127 / 504567 = 0,42$
Коэффициент финансирования	$K_4 = 192381 / (179864 + 85831) = 0,72$	$K_4 = 211127 / (176516 + 116924) = 0,72$
Рентабельность перманентного капитала, %	$K_5 = 23089 / (192381 + 179864) = 0,06$	$K_5 = 8246 / (211127 + 176516) = 0,02$
Операционный рычаг, %	$K_6 = 97316,8 / 30272 = 3,22$	$K_6 = 119615,2 / 12701 = 9,42$

На основе анализа полученных результатов, можно сделать вывод о том, что: коэффициент обеспеченности собственными средствами и коэффициент маневренности собственных средств на 01.01.14 и на 01.01.15 намного ниже нормативного;

коэффициент автономии и коэффициент финансирования на 01.01.15 не изменились по сравнению с 01.01.14, но укладываются в норму;

рентабельность перманентного капитала на 01.01.15 снизилась на 0,04% по сравнению с 01.01.14;

операционный рычаг увеличился на 6,2% по состоянию на 01.01.15.

Полученные результаты дают возможность корректировать возникающие отклонения в финансовом состоянии организации путем регулирования источников финансирования основной деятельности, факторов, оказывающих влияния на финансовую устойчивость, изменения производственной и финансовой политики организации. Система показателей контроля финансовой устойчивости является составляющей контроллинга и требует информационного обеспечения, которое реализуется через системы учета, маркетинга, планирования и анализа, являясь базой для расчета показателей-индикаторов.

В целом, анализ данных показателей подтверждает необходимость принятия мероприятий по оздоровлению предприятия и целесообразность создания системы предупреждения и реагирования на возникновение кризисных ситуаций, что призвана обеспечить эффективно действующая на предприятии система национального контроллинга.

УДК 338.24

Обниская Б.И.

Научный руководитель: старший преподаватель Дружинина Е.О.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПОТОКИ КОНТРОЛЛИНГА ПРИ САНАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В настоящее время уделяется достаточно большое внимание в управлении предприятием контроллингу. В переходные периоды возрастает роль санации бизнеса.

Целью статьи является определение информационных потоков санационного контроллинга на предприятии и выделение системы сбалансированных показателей как необходимого инструмента контроллинга.

Санация является важным инструментом регулирования структурных изменений и входит в систему наиболее действенных механизмов финансовой стабилизации предприятий. Важное значение для оздоровления предприятий играет система контроллинга, позволяющая решать задачи по повышению конкурентоспособности предприятия, создания реальной возможности роста доходности и сокращения затрат на производство и сбыт продукции.

Санационный контролинг представляет собой систему управления, сочетающую в себе элементы планирования, учета, предварительного, текущего и последующего контроля и анализа деятельности предприятия при организации и реализации санационных мероприятий.

Санационный контролинг – это система поддержки принятия управленческих решений, нацеленных на оздоровление предприятия.

Важное значение для эффективного контроллинга играют информационные потоки.

Информационные потоки – это перемещение информации от одного сотрудника предприятия к другому или от одного подразделения к другому. В свою очередь система информационных потоков – совокупность перемещений информации, которая дает возможность осуществить какой-либо процесс, реализовать какое-либо решение.

Информация играет ключевую роль в процессе контроллинга. Своевременное предоставление лицу, принимающему решения, всей необходимой информации является важным условием функционирования системы контроллинга. Объем и содержание необходимой информации зависят от конкретных условий и базируются на таких важных принципах, как полезность информации, доступность, достоверность, существенность и своевременность информации.

На рисунке 1 представлены информационные потоки системы контроллинга предприятия, которые состоят из данных бухгалтерского учета предприятия, информации, полученной в ходе анализа и прогнозирования и неучтенных источников информации. Потоки формируются из нефинансовой и финансовой, внешней и внутренней информации.

Система информационных потоков контроллинга должна быть органично встроена в общую систему информационных потоков предприятия, иначе произойдет неприятие сотрудниками предприятия предложенной им системы контроллинга.



Рисунок 1 – Информационные потоки контроллинга при санации
(Составлено автором на основе [1] с. 378)

На практике происходит синхронное взаимодействие контроллинга и менеджмента предприятия, что показано на рисунке 2. Менеджмент организации обеспечивает достижение стратегии, и передает определенные цели в стратегический отдел. В дальнейшем сотрудники стратегического отдела определяют инструменты воздействия на организацию, факторы (показатели), которые должны обеспечить эффективность выбранной стратегии. Таким образом, формируется стратегия, представляющая собой вход, выход и структуру взаимодействия.



Рисунок 2 – Взаимодействие контроллинга и менеджмента
(Составлено автором на основе [2] с. 374)

В зависимости от определенных стратегическим отделом входов и целевых выходов осуществляется доминантное ранжирование показателей в сбалансированной системе показателей (ССП). ССП (англ. Balanced Scorecard) была предложена в 1990 году Д.Нортоном и Р.Капланом. ССП – инструмент стратегического контроллинга, который позволяет выразить стратегию организации в конкретных показателях, оценить ее эффективность с помощью финансовых и

нефинансовых показателей. ССП позволяет трансформировать миссию компании в конкретные задачи и определяющие их показатели, которые возможно оценить количественно.

Основная цель концепции ССП заключается в необходимости сбалансированного развития организации по четырем направлениям (таблица 1).

Таблица 1 – Составляющие концепции сбалансированной системы показателей

Составляющие	Показатели
1. Финансовая	<ol style="list-style-type: none"> 1. На стадии роста: рост дохода и объемов продаж на целевом сегменте рынка 2. На стадии устойчивого развития: показатели рентабельности инвестиций, рентабельности собственного и привлеченного капитала и др. 3. На стадии зрелости: денежный поток от основной деятельности и снижение потребностей в оборотном капитале. 4. Оценки риска стратегии
2. Клиентская	<ol style="list-style-type: none"> 1. Доля рынка 2. Сохранение клиентской базы 3. Расширение клиентской базы 4. Удовлетворение потребностей клиента 5. Прибыльность клиента
3. Составляющая бизнес-процессов	<ol style="list-style-type: none"> 1. Себестоимость 2. Качество продукции (услуг) 3. Длительность временного цикла
4. Составляющая обучения и развития	<ol style="list-style-type: none"> 1. Удовлетворенность работника 2. Сохранение кадрового состава 3. Эффективность работника

Составляющая внутренних бизнес-процессов определяет виды деятельности, наиболее важные для достижения целей потребителей и акционеров. Рекомендуется определить стоимостную цепочку внутренних бизнес-процессов, включающую три основных бизнес-процесса: инновационный, операционный и послепродажное обслуживание. Соответственно по каждому из внутренних бизнес-процессов должны быть определены ключевые показатели их оценки.

Составляющая обучения и развития персонала формирует на предприятии соответствующее кадровое обеспечение.

Следовательно сбалансированная система показателей позволяет руководству организации получать информацию о том, как ее деятельность и деятельность ее подразделений в условиях постоянно меняющейся внешней среды влияет не только на конечные финансовые результаты, но и на факторы, создающие их, такие как знания, уровень обслуживания потребителей и эффективность внутренних бизнес-процессов.

Применение сбалансированной системы показателей позволяет создать на предприятии эффективную систему санационного контроллинга, быстро реагирующую на изменения внешнего окружения и позволяющую обеспечить стабильное развитие и существование фирмы в будущем.

Список цитированных источников

1. Остапенко, Т.М. Інформаційне забезпечення контролінгу витрат – Проблеми економіки № 4, 2013: Економічна статистика. Бухгалтерський облік та аудит.
2. Кронковський, Д.О. Структура взаємодії контролінгу та менеджменту – БІЗНЕСІНФОРМ № 10 '2014.

ОПТИМИЗАЦИЯ СКЛАДСКИХ ЗАПАСОВ

Грамотное планирование, управление и контроль движения материальных потоков позволяют снизить издержки предприятия на производство товаров на различных стадиях его жизненного цикла.

Процесс движения материального потока невозможен без концентрации запасов в определенных местах и тут уже свою роль играет складская логистика, которая решает задачи, связанные со снижением затрат на переработку груза, увеличением мощности склада и его пропускной способности.

В настоящее время в Республике Беларусь актуальна проблема накопления готовой продукции на складах. Склады в Беларуси затоварены продукцией местной промышленности.

Основные причины данного явления следующие:

✓ снижение спроса на белорусскую продукцию на рынках России (после вступления в ВТО) и стран СНГ;

✓ новые международные стандарты, которым должна соответствовать продукция России (а в следствие и белорусская продукция) после вступления в ВТО;

✓ устаревшая технологическая база промышленности Беларуси;

✓ ориентация белорусской экономической модели на валовое производство, которое не зависит от спроса на продукцию.

Затоваренность складов подтверждается увеличением складских запасов с каждым годом (рисунок 1). В период с 2006 года по 2014 год величина складских запасов возросла на 37,46 трлн. руб. За I квартал 2015 года запасы готовой продукции составили 38 951,1 млрд.руб [1].

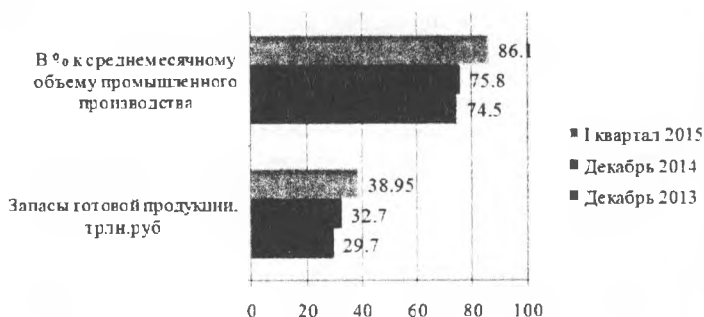


Рисунок 1 – Динамика изменения запасов готовой продукции

Создание запасов на предприятиях необходимо и дает ряд преимуществ (повышение эффективности производства, обеспечение бесперебойного обслуживания потребителей, сокращение издержек, связанных с закупкой и т.д.). Однако объем запасов на предприятии полезен в определенном оптимальном количестве, ведь с другой стороны запасы связаны с возникновением затрат (рис. 2).

Проблемой складов в Республике Беларусь также является то, что многие предприятия получили склады в наследство от советского времени и в настоящее время их работа строится по принципам той же эпохи.

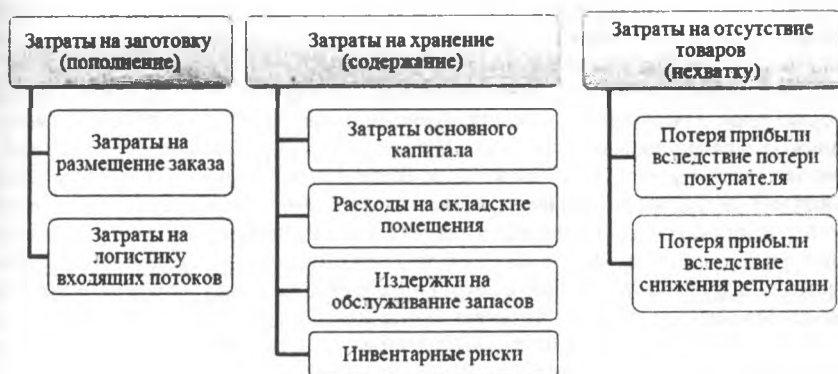


Рисунок 2 – Классификация складских затрат [2]

Таким образом, для улучшения ситуации на складах необходимо уделять процессу складирования особое внимание, организовать правильную работу и процесс, позволяющий снизить издержки.

Для достижения поставленной цели (снижение издержек) на ОАО «Савушкин продукт» предложены следующие методики:

1. ABC-XYZ-анализ, целью которого является выделение «горячих» и «холодных» зон, а также выделению наиболее прибыльных товаров. Он основан на делении всех товарных позиций на 3 группы, и, исходя из этих групп, принимаются решения о размещении товара и об экономической эффективности создания страховых запасов [3].

Группы ABC-анализа, характеризуют величину объемов реализации по убыванию, соответственно товары группы А отличаются высоким объемом реализации, а товары группы С – низким.

Выделенные группы определяют стабильность спроса на продукцию в порядке убывания, т.е. группа X – спрос стабильный, а группа Z отличается нестабильностью спроса.

Совмещение ABC-XYZ-анализов позволяет комплексно группу товара со стороны объема реализации и стабильности спроса.

Получаем, что товары группы AX и BX имеют высокий объем реализации и равномерностью спроса, что говорит об отсутствии необходимости размещения страховых запасов, однако и не должен допускаться дефицит.

Товары группы AY и BY также необходимо всегда иметь на складе, но из-за колебаний спроса необходимо создавать страховой запас.

Товары группы AZ и BZ требуют избыточного страхового запаса из-за высоких колебаний спроса, решение данной проблемы возможно при переходе на заказ с постоянной суммой или объемом.

По товарам группы CX можно добиться снижения страхового запаса при введении системы заказов с постоянной периодичностью.

По товарам группы СУ можно формировать запас из имеющихся у предприятия финансовых возможностей.

В группу товаров CZ попадают все новые товары, товары спонтанного спроса, поставляемые под заказ и т. п. Часть этих товаров можно безболезненно выводить из ассортимента, а другую часть нужно регулярно контролировать из-за риска возникновения неликвидных запасов [4].

С помощью ABC- и XYZ-анализа товары были распределены по группам, которые определяют необходимость формирования запасов на складах. Так, например, для товаров группы АУ и ВУ необходимо постоянно держать запас и увеличивать его, а для товаров АХ и ВХ излишний запас создавать не стоит. Поэтому актуальной проблемой является прогнозирование спроса с максимальной точностью. И если еще заявки на экспорт поступают за 3 дня и, исходя из них, можно увидеть, какой заказ на производство нужно сделать, то заявки на межгород и город поступают с сегодня на завтра, а заказ на производство нужно делать заранее. Отсюда вытекает актуальность следующей методики.

2. Создание алгоритма, позволяющего наиболее точно спрогнозировать спрос по товару.

На данные момент отдел аналитики ОАО «Савушкин продукт» прогнозирует спрос следующим образом:

а) для каждого месяца предыдущего года рассчитываются коэффициенты сезонности (отчетный месяц делить на предыдущий месяц);

б) для нахождения прогнозного значения спроса для определенного дня недели (например, понедельника) необходимо найти среднее значение трех предыдущих понедельников;

с) найденное среднее значение умножается на коэффициент сезонности месяца, на дни которого делается прогноз.

Для совершенствования процесса прогнозирования на ОАО «Савушкин продукт» предложен более гибкий алгоритм, который выбирает наиболее подходящий для данной группы товара или клиента метод прогнозирования с учетом сезонности, на основе уже имеющихся данных (его можно автоматизировать с помощью макросов или программного обеспечения).

Реализуется данный способ посредством последовательного выполнения следующих операций:

1. Выбор базы прогнозирования – исходные данные, по которым делается прогноз.

2. Разбиение базы в соотношении 70% и 30%. Основная часть служит для расчетов, по которым делаем прогноз на оставшуюся часть, т.е. 30% служат для сравнения прогнозных данных с фактическими.

3. Расчет коэффициентов сезонности для каждого цикла. Например, если прогноз делается по дням, то сезонность рассчитывается для каждого дня недели, если на месяц, то сезонность для данного месяца.

4. На основе данных (70%) рассчитывается прогноз по различным методам: линейный тренд, логарифмический тренд, полиномиальный прогноз, метод скользящей средней, метод экспоненциального сглаживания (метод Хольта и Хольта-Винтерса).

5. Полученные прогнозные данные сравниваются с фактическими (с 30%).

6. Для каждого из методов рассчитываем показатель точности прогноза.

7. Выбирается метод с максимальной точностью прогноза и уже по этому методу делается прогноз на необходимый период.

В итоге, за счет повышения точности прогноза, предприятие, сокращая запасы до оптимального уровня, получает дополнительные оборотные средства. Чем меньше ошибка прогноза, тем более точные решения применяются в закупках, производстве, планировании, а, следовательно, более эффективно распределяются оборотные средства и повышается оборачиваемость товаров.

Применение предложенных методик позволит рационально спланировать и организовать работу на складе с различных позиций. Их внедрение позволит оптимизировать складские запасы, и тем самым сократить издержки, т.е. повысить экономическую эффективность работы организации.

Список цитированных источников

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь / Основные социально-экономические показатели Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by>. Дата доступа: 21.04.2015.

2. Верморель, Э. Складские затраты. Определение и формула. / Э. Верморель [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lokad.com>. Дата доступа: 03.03.2015.

3. Демин, В. Оптимизация ключевых операций складского технологического процесса / В. Демин [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://iteam.ru>. – Дата доступа: 10.06.2012.

4. Прохоров, В. Финансовый анализ / В. Прохоров [Электронный ресурс]. – 2008. – Режим доступа: <http://www.finances-analysis.ru/abc/abc-analiz.html>. Дата доступа: 19.03.2014.

УДК 658.78/89:347.727(476.7)

Пилипюк И.М.

Научный руководитель: доцент Носко Н.В.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ

Важным показателем эффективности работы склада является уровень обслуживания клиентов. Уровень логистического обслуживания – это отношение выполненных заказов (без претензий) к общему количеству.

Повышение уровня сервиса ведет к повышению прибыли организации, однако, после достижения определенной точки, затраты растут по экспоненциальной зависимости (например, при повышении уровня сервиса с 96% до 97% затраты возрастают на 15%). Поэтому эффективная работа предприятия во многом зависит от нахождения оптимального соотношения уровня сервиса и затрат [1].

Таким образом, возникает необходимость повышения уровня сервиса без увеличения затрат. Этого можно достигнуть за счет повышения качества выполнения заказа и за счет сокращения времени его выполнения. Для этого на ОАО «Савушкин продукт» предлагается создать справочник расстояний, систему отслеживания заявки и повысить качество выполнения заказа.

Для создания *справочника расстояний* были просчитаны все расстояния между определенными точками по каждому виду перемещений. По данным уже имеющимся на предприятии (норма времени выполнения (столбец В) и расценка (столбец С)) рассчитано расстояние (формула 1), для которого установлены эти параметры.

Рассмотрим на примере части перемещений из группы Буфер – Ячейка (рис. 1).

Буфер объ...		Шрифт		Выравнивание		Число		Стили	
D7		f		=(B7/2-SCS2*2)*5*1000					
4	A	B	C	D	E	F	G	H	
1	Время постановки/снятия поддона, ч		0,0028	Высота этажа, км	0,00158	Скорость подъема, км/ч	2,205		
4	Перемещение	Норма			Расстояние	Стоимость	Норма времени		
5		Часов	Расценка	Нормативные расстояния			часы	минуты	
6	N010								
7	AG(01)N010-1.1	0,023	362	30,222	15,860	189,970	0,012	0,714	
8	AG(01)N010-1.2	0,023	362	30,222	15,860	189,970	0,013	0,800	
9	AG(01)N010-2.1	0,023	362	30,222	17,363	207,967	0,013	0,750	
10	AG(01)N010-2.2	0,023	362	30,222	17,363	207,967	0,014	0,836	
11	AG(01)N010-3.1	0,023	362	30,222	18,863	225,934	0,013	0,786	
12	AG(01)N010-3.2	0,023	362	30,222	18,863	225,934	0,015	0,872	
13	N020								
14	AG(01)N020-1.1	0,023	362	30,222	13,988	167,541	0,011	0,669	

Рисунок 1 – Справочник расстояний

Затем, имея фактическое расстояние (столбец E), пропорцией рассчитаем стоимость для данного расстояния. Нормы времени для каждого из расстояний рассчитываются также исходя из скорости движения погрузчика и расстояний, но еще учитывается время снятия/постановки поддона и для каждого яруса добавляется время поднятия/опускания поддона.

Преимущества такого подетального учета заключаются в возможности ухода от усредненных показателей, справедливой оценки работы складского персонала, а также в возможности расчета необходимого времени для выполнения операции и возможности рассчитать свои мощности при принятии заявок.

Также для контроля времени выполнения заказа целесообразно создать *систему отслеживания заявки* на всем пути.

Это можно реализовать в форме таблицы (рисунок 2), где будут указаны: номер заказа, операция, через которые проходит заказ, и для каждой операции проставлено плановое время выполнения и фактическое, которое может подгружаться с терминала и будет обновляться через определенные промежутки времени. Это позволит оперативно контролировать выполнение заказа, своевременно выявить отклонения от планового времени и принять корректирующие действия (например, вывод дополнительных работников).

Качество выполнение заявок и сокращение числа ошибок можно достигнуть с помощью *контроля заказов*. Однако на контроль каждого заказа уходит много времени и средств. Поэтому предлагается создать своеобразный рейтинг, по которому будут выводиться наиболее значимые по заданным критериям заказы.

Критериями для определения важности заказа могут быть следующие:

- количество позиций в заказе;
- количество заказов;

- прибыль;
- сумма штрафа в случае невыполнения.

Рейтинг рассчитывается как сумма удельных весов по каждому из показателей, а также как дополнительный критерий, следует учитывать фактическое время выполнения операции, ведь слишком большое отклонение от нормы (выполнение операции быстрее) может говорить о некачественной работе.

Текущее время 18.00

Заявка	Операция 1		Операция 2		Операция 3	
	Факт время	Контр. время	Факт время	Контр. время	Факт время	Контр. время
123	12.30	12.45	14.55	14.00	16.00	16.15
190	14.15	14.30	15.45	16.00		18.10

**ОПОВЕЩАНИЕ О ЗАДЕРЖКЕ
НА ОПЕРАЦИИ № 3!!!**

Рисунок 2 – Система отслеживания заказа

В таблице 1 представлены исходные данные для составления рейтинга. Для каждого критерия, исходя из общей суммы по столбцу, рассчитывается удельный вес. Набранное количество баллов – это сумма удельных весов по каждому из критериев.

Таблица 1 – Составление рейтинга по контролю

Заказ	Количество заказов		Сумма заказа		Количество позиций		Прибыль		Штраф		Балл
	Кол-во	уд. вес	Сумма	уд. вес	Кол-во	уд. вес	Прибыль	уд. вес	Сумма	уд. вес	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	1	0,03	2356000	0,06	8	0,09	942400	0,06	589000	0,06	0,30
2	4	0,11	3340000	0,09	13	0,15	1503000	0,09	835000	0,09	0,53
3	3	0,08	2999230	0,08	16	0,19	899769	0,06	749807	0,08	0,48
4	4	0,11	5900000	0,15	6	0,07	2950000	0,19	1475000	0,15	0,68
5	2	0,06	1200000	0,03	8	0,09	480000	0,03	300000	0,03	0,24
11	5	0,14	6900000	0,18	5	0,06	2760000	0,17	1725000	0,18	0,73
12	1	0,03	450000	0,01	1	0,01	180000	0,01	112500	0,01	0,07
13	1	0,03	1350000	0,04	5	0,06	540000	0,03	337500	0,04	0,19
14	1	0,03	700000	0,02	2	0,02	280000	0,02	175000	0,02	0,11
Итого	36	1	38295430	1	85	1	15893249	1	9573858	1	

Затем, полученные баллы группируются по убыванию и для каждого клиента предоставляется время выполнения его заказа, которое сравнивается с нормативным. Если отклонение от нормативного времени больше допустимого значения (в примере оно равно 25 минут), тогда по данному заказу выводится «риск» (таблица 2).

Таблица 2 – Рейтинг по контролю с учетом времени выполнения заказа

Рейтинг	Заказ	Балл	Фактическое время выполнения	Плывовое время выполнения	Риск ошибки
1	2	3	4	5	6
1	9	0,94	120	130	
2	11	0,73	125	120	
3	4	0,68	98	95	
4	2	0,53	78	70	
5	3	0,48	32	60	Риск
6	10	0,31	24	50	Риск
7	1	0,30	27	29	
8	5	0,24	45	45	
9	13	0,19	67	75	
10	8	0,16	60	90	Риск
11	6	0,14	23	30	
12	7	0,11	56	60	
13	14	0,11	90	80	
14	12	0,07	35	40	

Таким образом, данный рейтинг позволяет оценить важность каждого заказа и расставить приоритеты контроля, ведь отследить и проконтролировать каждую заявку сложно с позиции и затрат труда и затрат времени. Также качество выполнения заказов улучшает имидж компании.

Немало важным фактором является мотивация персонала, поэтому для повышения качества работы предлагается рассчитать допустимый *коридор ошибок*. И в зависимости от фактического наличия ошибок в складского работника в конце месяца, премировать или депремировать его. Так, если фактическое значение ошибок у работника в конце месяца меньше допустимого, то ему выплачивается премия и наоборот [2].

Таким образом, данные предложения позволят сократить количество ошибок при выполнении заказов, а тем самым повысить уровень обслуживания клиентов ОАО «Савушкин продукт», что способствуют повышению эффективности работы предприятия.

Список цитированных источников

1. Едельштейн, Ю.М. Логистика / Ю.М. Едельштейн [Электронный ресурс]. – 2006. – Режим доступа: <http://www.kgau.ru> Дата доступа: 15.04.2015.
2. Разуляев, В. Система мотивации для комплектовщиков заказов на складе / В. Разуляев [Электронный ресурс]. – 2008. – Режим доступа: <http://www.lobanov-logist.ru> Дата доступа: 20.02.2015.

ФРАНЧАЙЗИНГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПРАВЕРЕГУЛИРОВАНИЕ И ПРАКТИКА

Цель: определить суть и предмет франчайзинга, его основные положения из Гражданского Кодекса Республики Беларусь, выявить проблемы в правовом регулировании франчайзинга на территории Республики Беларусь.

Термин "франчайзинг" имеет французские корни ("franchise" – привилегия, льгота) и означает в современном понимании систему договорных отношений между крупными и мелкими самостоятельными предприятиями, при которой последние получают право на производство и реализацию от имени и под торговой маркой крупной фирмы определенного вида товаров или услуг. Этот вид взаимоотношений между субъектами хозяйствования существует уже более двухсот лет.

Согласно Гражданскому кодексу Республики Беларусь, глава 53 статья 910: По договору комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга) (далее – договор франчайзинга) одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за вознаграждение на определенный в договоре франчайзинга срок либо без указания срока лицензионный комплекс, включающий право использования фирменного наименования правообладателя, других объектов интеллектуальной собственности, предусмотренных договором франчайзинга, а также нераскрытой информации в предпринимательской деятельности пользователя.

В целом, франчайзинг может быть определен как способ продвижения и сбыта товара, способ развития бизнеса. Франчайзинг – это система маркетинга и дистрибьюторства, при которой независимый предприниматель (франчайзи) за плату получает право распространять товары или оказывать услуги другой стороны (франчайзера) в соответствии с установленными стандартами и практикой франчайзера, а также с его помощью.

Суть франчайзинга состоит в предоставлении крупной и известной компанией малому предприятию, часто только начинающему собственный бизнес на рынке, права в течение определенного времени и на оговоренной территории вести предпринимательскую деятельность, аналогичную деятельности франчайзера, с использованием уже отработанной технологии, известного и популярного товарного знака, с возможностью обучения персонала и получения необходимых консультаций. Франчайзер может брать на себя обязательство по поставке оборудования, сырья и материалов, оказывать помощь в управлении бизнесом, предоставлять своим франчайзи финансовую помощь. Вознаграждение по договору франчайзинга, как правило, выплачивается пользователем в форме фиксированного первоначального взноса, платы за лицензию, а также последующих отчислений от выручки или в иной форме, например, посредством приобретения оборудования и материалов у франчайзера.

Предметом договора франчайзинга является передача правообладателем права на использование лицензионного комплекса (иными словами, "делового

комплекса") для использования в предпринимательской деятельности пользователя. Предоставление права на использование лицензионного комплекса сопряжено с выполнением дополнительных обязательств правообладателя по отношению к пользователю.

Сторонами договора франчайзинга могут быть только коммерческие организации и индивидуальные предприниматели. Это значит, что иные лица (прежде всего некоммерческие организации) заключить такой договор не вправе [1, п. 3 ст. 910].

В соответствии со ст. 1013 ГК Республики Беларусь фирменное наименование относится исключительно к юридическим лицам. Таким образом, если в лицензионный комплекс в обязательном порядке включается фирменное наименование, то возникает проблема с правообладателями – индивидуальными предпринимателями, поскольку у них нет фирменного наименования. Исходя из этого, правообладателем по договору франчайзинга в настоящее время может выступать только юридическое лицо, действующее в форме коммерческой организации. Отсутствие права у индивидуального предпринимателя на фирменное наименование не позволяет ему выступать по договору франчайзинга в качестве первоначального единоличного правообладателя.

Согласно предписаниям ГК в договоре франчайзинга должна быть указана сфера предпринимательской деятельности пользователя, в которой будет использоваться получаемый по договору лицензионный комплекс. Это может быть сфера производства конкретных товаров или их реализации. Если речь идет о сфере оказания услуг или выполнения работ, то пользователю по договору франчайзинга может предоставляться право на оказание соответствующих услуг, идентичных услугам правообладателя (например, услуги по аренде автомобилей, аудита, отелей и т.п.), равно как и на выполнение работ, тождественных работам, которые выполняет правообладатель.

Кроме того, предусмотрено, что договор франчайзинга должен предусматривать использование лицензионного комплекса в определенном объеме (с установлением минимального и (или) максимального объема использования) с указанием или без указания территории их использования применительно к определенным видам предпринимательской деятельности п. [1, п. 2 ст. 910]. Данная норма на практике вызывает одну из основных проблем при заключении договоров франчайзинга. В то же время неуказание в договоре франчайзинга на рассматриваемое условие может привести к признанию договора незаключенным, поскольку сторонами не согласовано одно из условий, наличие которого требуется законодательством.

Данное условие может означать, например, что пользователь может обязываться в определенный период времени осуществить производство, реализацию определенного количества товаров, услуг.

Что касается срока договора франчайзинга, то исходя из п. 1 ст. 910 ГК предоставить для использования лицензионный комплекс можно на определенный в договоре франчайзинга срок или без указания срока. Здесь следует учитывать положения нормы ст. 910-11 ГК, согласно которой каждая из сторон договора франчайзинга, заключенного без указания срока, вправе в любое время полностью отказаться от исполнения договора, уведомив об этом другую сторону за 6 месяцев, если договором не предусмотрен более продолжительный срок [1].

В соответствии со ст. 910-1 ГК договор франчайзинга заключается в письменной форме (речь идет о простой письменной форме в силу отсутствия иного предписания закона). Договор франчайзинга подлежит также регистрации в патентном органе, из чего следует, что он может быть заключен только путем составления одного документа, подписанного сторонами.

Институт франчайзинга имеет всеобщее признание и огромную популярность во всём мире. Многие страны мира сделали в последние годы ставку на франчайзинг как форму развития бизнеса и не ошиблись в своём выборе. Они создали для развития франчайзинга выгодные условия и добились значительно-го роста числа компаний, использующих эту модель работы. Вместе с тем, следует признать, что использование франчайзинга как особого способа ведения бизнеса в нашей стране остаётся незначительным. Белорусские бизнесмены достаточно настороженно относятся к использованию института франчайзинга при ведении бизнеса. Говоря о правовых проблемах, которые являются препятствием для полноценного развития франчайзинга в нашей стране, отметим следующие:

- Недостаточная изученность юридической природы франчайзинга. Причиной тому служит разнообразие видов франчайзинга – производственный, сбытовой, сервисный, которые представляют собой разные формы кооперации, имеют различное экономическое содержание. Есть различия в трактовке понятия «франчайзинг» в национальном праве и праве других стран.

- Возможность возникновения конфликта между антимонопольным законодательством и положениями об ограничении конкуренции в договорах франчайзинга. Обязательства участников договора, касающиеся ограничения конкуренции, могут быть признаны недействительными по требованию антимонопольного органа или другого заинтересованного лица.

- Недостаточно развитая защита третьей стороны в случае прекращения основного договора франчайзинга. Согласно действующему законодательству прекращение основного договора франчайзинга прекращает и договоры с сублицензиатами. Таким образом, прекращение основного договора франчайзинга фактически означает потерю бизнеса для вторичных пользователей.

- Еще одним «дискриминирующим» фактором для развития отношений в области франчайзинга является законодательно закреплённая ответственность правообладателя по требованиям, предъявляемым к пользователю. Согласно ст. 910-6 ГК Республики Беларусь правообладатель несет субсидиарную ответственность по предъявляемым к пользователю требованиям о несоответствии качества товаров (работ, услуг), продаваемых (выполняемых, оказываемых) пользователем по договору франчайзинга, качеству аналогичных товаров (работ, услуг), продаваемых (выполняемых, оказываемых) непосредственно правообладателем.

По требованиям, предъявляемым к пользователю как изготовителю продукции (товаров) правообладателя, правообладатель отвечает солидарно с пользователем.

Таким образом, наличие как субсидиарной, так и солидарной ответственности в значительной мере уменьшает доказанные всей мировой практикой преимущества развития в форме франчайзинга по сравнению с развитием путем создания собственных предприятий. Правообладатель, по нашему мнению, мо-

жет отвечать только за те аспекты деятельности пользователя, которые он в состоянии проконтролировать в рамках договора.

В соответствии с главой 53 Гражданского кодекса Республики Беларусь и приказом по Национальному центру интеллектуальной собственности № 109 от 21.11.2005 г. в Национальном центре интеллектуальной собственности зарегистрирован первый договор комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга) [1].

Договор франчайзинга заключен между Обществом с ограниченной ответственностью «НТС» (Республика Беларусь) и Открытым акционерным обществом «ЦЕНТР» (Республика Беларусь).

Компания «НТС» развивает торговую розничную сеть под обновленным брендом «Родная сторона», в которую на сегодняшний день входят около 90 магазинов.

Комплекс исключительных прав, предоставленный по договору франчайзинга, включает в себя право на использование фирменного наименования «НТС», способа ведения и организации розничной торговли и общественного питания, товарных знаков.

Все договоры франчайзинга и внесенные в них изменения подлежат регистрации в Государственном реестре договоров комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга) государственным учреждением «Национальный центр интеллектуальной собственности». С этого времени было зарегистрировано 109 договоров франчайзинга с 37 франчайзерами, 20 из которых белорусские, а 17 – представители Бельгии, Чехии, Кипра, Германия, Финляндия, Италия, Литва, Мальта, Нидерланды, Россия, США [6]

В сфере ритейла электробытовыми товарами работают по договорам франчайзинга ООО «Электросервис и Ко» (около 20 договоров) и ООО «ТОТЛЕР». Что касается реализации одежды, то здесь преобладает ООО «Оранжевый верблюд», которое занимается торговлей детскими вещами и обувью.

На территории Республики Беларусь заключены 4 международных договора сервисного франчайзинга (аудиторские услуги), в которых правообладателем выступает Латвийская фирма КПМГ Болтикс СИА. По договору международного франчайзинга функционирует ресторан Фрайдис в центре Минска. В сфере розничной торговли обувью работает сеть салонов Opinions (правообладатель ОПИНИОНС ЛИМИТЕД (Кипр), Лимассол). На белорусский рынок пришел гостиничный франчайзинг – правообладателем выступает Сикс Континентс Хотелс, Инк., Атланта, Джоржия (США), а пользователем Иностранное частное унитарное гостиничное предприятие «МИНСК ПРИНЦЕСС ОТЕЛЬ» Акционерного общества «ИРАДА» (РБ). По указанному международному договору франчайзинга в центре Минска был построен и уже функционирует гостиничный комплекс «Crown Plaza Minsk». Компания SERGE является одним из ведущих производителей нижнего белья и трикотажа в РБ [7]. На сегодняшний день у компании более 260 магазинов и секций в 10 странах мира.

В 1992 г. был открыт первый фирменный магазин Milavitsa. В настоящее время успешно функционируют более 600 магазинов Milavitsa в 23 странах мира, включая Россию, Беларусь, Украину, Казахстан, Молдавию, Германию, Словению, Латвию, Литву, Эстонию, Армению, Азербайджан, Киргизию,

Узбекистан, Туркменистан, ЮАР, Бельгию, Италию, Польшу, Сербию, Болгарию, ОАЭ и Бахрейн [8]. Компания Милавица оказывает поддержку франчайзинговым партнерам на всех этапах создания и функционирования магазина.

Обобщая все вышеизложенное, приходится констатировать, что развитие франчайзинга в Беларуси выпадает из общих тенденций. Законодательно возможность заключать договоры франчайзинга в Беларуси появилась только в 2005 году. С этого времени было зарегистрировано 109 договоров франчайзинга с 37 франчайзерами, 20 из которых белорусские, а 17 – представители Бельгии, Чехии, Кипра, Германия, Финляндия, Италия, Литва, Мальта, Нидерланды, Россия, США. Франчайзинг только зарождается в Беларуси, иностранные инвесторы не стремятся расширять свое присутствие, а местные бизнесмены вообще не рассматривают франчайзинг в качестве эффективного инструмента развития собственного дела.

Список цитированных источников:

1. Гражданский кодекс РБ от 7 декабря 1998 г. № 218-3// Консультант Плюс: Беларусь. Технология Проф. Версия 3000 [Электронный ресурс] / ООО «Сезар Плюс». – Брест, 2010.
2. Мендельсон М. Руководство по франчайзингу / Пер. с англ. – М.: Соваминко, 1995 г.
3. Майлер А.З. Что такое франчайзинг, его преимущества и недостатки [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://franch.bl.by/articles/286458.php>
4. Майлер А.З. Развитие франчайзинга в мире [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://franch.bl.by/articles/286462.php>
5. Черняк, М. Франчайзинг в Беларуси [Электрон. ресурс]. Режим доступа: <http://www.verdict.by/articles/articles-biznes/franchaizing/index.htm>
6. Электронный бюллетень национального центра интеллектуальной собственности. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://belfranchising.by/franchising-in-belarus/>
7. Статья. Франчайзинг в Беларуси Июнь 2009 г. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.jurcatalog.by/articles/18706/franchajzing-v-belarusi>
8. СП ЗАО "Милавица". [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.milavitsa.com/franchising/profile/>

УДК 693.22.004.18

Трофимов А.О., Литвинчук Д.В.

Научный руководитель: Концевич П.С.

УЧЕТ ИЗМЕНЕНИЯ ТРУДОЕМКОСТИ СОВРЕМЕННЫХ АВТОБУСОВ ПРИ ОПРЕДЕЛЕНИИ ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРИ ПРОЕКТИРОВАНИИ АВТОТРАНСПОРТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Завершающей стадией технологического проектирования автотранспортных предприятий (АТП) является анализ технико-экономических показателей, который проводится с целью выявления степени технического совершенства и экономической целесообразности разработанных проектных решений. Эффективность проекта оценивается путем сравнения его технико-экономических показателей с нормативными (эталонными) показателями, а также с показателями аналогичных проектов и передовых действующих предприятий. Номенклатура показателей для оценки проектов АТП достаточно большая и наряду с технологическими показателями (число производственных рабочих, число рабочих постов, уровень механизации процессов ТО и ТР и пр.) и строительно-планиро-

вочными (общая площадь участка, площадь застройки, плотность застройки, площадь производственно-складских помещений, площадь административно-бытовых помещений и пр.) включает показатели стоимости строительства, уровня рентабельности, сроков окупаемости капитальных вложений и ряд других.

Для оценки результатов технологического проектирования Гипроавтотрансом разработаны технико-экономические показатели для различных предприятий автомобильного транспорта. Данные показатели представляют собой удельные значения нормативов численности производственных рабочих (штатных), постов, площадей производственных и административно-бытовых помещений для наиболее характерных (эталонных) условий: - списочное число технологически совместимого подвижного состава – 300; - климатический район – умеренный; - категория условий эксплуатации – I; - среднесуточный пробег, км – 250; - условия хранения – открытая стоянка без подогрева при 50% независимого выезда автомобилей по углом 90°; - водоснабжение, теплоснабжение, электроснабжение – от городских сетей. При этом в качестве базовых (эталонных) моделей принимаются; для автобусов – ЛиАЗ-5256 [1].

Для АТП, условия эксплуатации и размер которого отличаются от эталонных, определение показателей производится с помощью коэффициентов, которые учитывают влияние следующих факторов: списочное число технологически совместимого подвижного состава (коэффициент k_1), тип подвижного состава (k_2), наличие прицепного состава к грузовым автомобилям (k_3), среднесуточный пробег подвижного состава (k_4), условия хранения (k_5), категория условий эксплуатации (k_6), климатический район (k_7).

Значения приведенных удельных технико-экономических показателей для условий проектируемого предприятия определяются умножением удельного показателя для эталонных условий на соответствующие коэффициенты, учитывающие отличие конкретных условий от эталонных.

Абсолютные значения нормативных показателей определяются произведением соответствующего приведенного удельного показателя на списочное число A_i подвижного состава, одинакового по классу или грузоподъемности.

Осуществим расчет, используя различные методические указания. Методиками будут являться: Технический кодекс практики (ТКП) 248-2010, Общесоюзные нормы технологического проектирования предприятий автомобильного транспорта (ОНТП) 01-91 и Положение о техническом обслуживании (ТО) и ремонте (Р) подвижного состава (ПС) автомобильного транспорта (Положение).

После расчета сравним данные, результаты представим в виде таблиц 1-5.

Для сравнения методик определим эталонные значения ТЭП для проекта АТП. Данные по ПС проекта АТП и условиям его работы приведены в табл. 1

Таблица 1 – Абсолютные значения ТЭП АТП в состав которого входят автобусы особо малого класса

Показатель	ТКП	ОНТП	Положение	По технологич. расчету	% ТКП	% ОНТП	% Положение
1	2	3	4	5	6	7	8
Число производственных рабочих, чел.	40	43	28	34,95	12,63	18,72	-24,82

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4	5	6	7	8
Число рабочих постов, шт.	9,29	10,26	7,5	14,75	-58,77	-43,76	-96,67
Площадь производственно-складских помещений, м ²	1222,9	1391,3	1029	1237,05	-1,16	11,09	-20,22
Площадь административно-бытовых помещений, м ²	1039,5	709,5	796,5	1536,8	-47,84	-116,6	-92,94
Площадь стоянки, м ²	3496,5	3779,11	3496,5	3780	-8,11	-0,02	-8,11
Площадь территор., м ²	10954,5	11982,4	10139,6	11419,85	-4,25	4,69	-12,63

Таблица 2 – Абсолютные значения ТЭП АТП в состав которого входят автобусы малого класса

Показатель	ТКП	ОНТП	Положение	По технологич. расчету	% ТКП	% ОНТП	% Положение
Число производственных рабочих, чел.	77	50	59	39,46	48,75	21,08	33,12
Число рабочих постов, шт.	15,05	10,11	12,79	16,79	-11,56	-66,07	-31,27
Площадь производственно-складских помещений, м ²	2531,3	2241	2141	1855,57	26,69	17,20	13,33
Площадь административно-бытовых помещений, м ²	1039,5	825	796,5	1589,19	-52,88	-92,63	-99,52
Площадь стоянки, м ²	6525	6525	6525	5940	8,97	8,97	8,97
Площадь территор, м ²	20597	19541	19267,6	16857,87	18,15	13,73	12,51

Таблица 3 – Абсолютные значения ТЭП АТП в состав которого входят автобусы среднего класса

Показатель	ТКП	ОНТП	Положение	По технологич. расчету	% ТКП	% ОНТП	% Положение
Число производственных рабочих, чел.	92	59	68	49,61	46,08	15,92	27,04
Число рабочих постов, шт.	16,75	10,76	12,88	19,97	-19,22	-85,59	-55,05
Площадь производственно-складских помещений, м ²	3557	3068,1	3316,5	3015,3	15,23	1,72	9,08
Площадь административно-бытовых помещений, м ²	1242	796,5	918	1659,04	-33,58	-108,3	-80,72
Площадь стоянки, м ²	8615,63	8615,63	8615,63	8100	5,98	5,98	5,98
Площадь территор, м ²	27398,4	25451,3	26230,9	23111,6	15,65	9,19	11,89

Таблица 4 – Абсолютные значения ТЭП АТП в состав которого входят автобусы большого класса

Показатель	ТКП	ОНТП	Положение	По техно-логич. расчету	% ТКП	% ОНТП	% Положе-ние
Число производствен-ных рабочих, чел.	115	72	89	56,37	50,98	21,71	36,66
Число рабочих постов, шт.	17,4	11,35	14,82	22,7	-30,46	-100,00	-53,17
Площадь производствен-но-складских поме-щений, м ²	4237,5	3520,8	3979,8	3865,77	8,77	-9,80	2,87
Площадь администра-тивно-бытовых поме-щений, м ²	1311	972	1201,5	1746,36	-33,21	-79,67	-45,35
Площадь стоянки, м ²	10312,5	10312,5	10312,5	9000	12,73	12,73	12,73
Площадь территор., м ²	32400	30173,9	31624,4	27190,11	16,08	9,89	14,02

Таблица 5 – Абсолютные значения ТЭП АТП в состав которого входят автобусы особо большого класса

Показатель	ТКП	ОНТП	Положение	По техно-логич. расчету	% ТКП	% ОНТП	% Положе-ние
Число производствен-ных рабочих, чел.	194	114	129	87,94	54,67	22,86	31,83
Число рабочих постов, шт.	28,85	17,61	19,84	34,5	-19,58	-95,91	-73,89
Площадь производствен-но-складских поме-щений, м ²	10151,8	6646,9	7090,9	5798,66	42,88	12,76	18,22
Площадь администра-тивно-бытовых поме-щений, м ²	1940	1299,6	1470,6	2008,31	-3,52	-54,53	-36,56
Площадь стоянки, м ²	15468,8	15468,8	15468,8	15300	1,09	1,09	1,09
Площадь территор., м ²	56745,4	47894	4915	43504,18	23,33	9,17	-785,13

По результатам расчета можно выделить следующее: для автобусов малого класса: при проектировании АТП по нормам ТКП и ОНТП полученные технико-экономические показатели различаются незначительно, а при использовании данных из Положения наблюдается значительное отличие от данных полученного при проектировании по нормам ТКП и ОНТП; для автобусов малого, среднего, большого и особо большого классов: наблюдается значительное расхождение между технико-экономическими показателями полученными при проектировании по данным ТКП и показателями полученными при проектировании по нормам Положения и ОНТП; для автобусов малого, среднего, большого и особо большого классов: наблюдается значительное расхождение между технико-экономическими показателями полученными при проектировании по данным ТКП и показателями полученными при проектировании по нормам Положения и ОНТП; самые большие расхождения с нормативными технико-эконо-

мическими показателями наблюдаются при проектировании АТП с автобусами малого, среднего, большого и особо большого классов по нормам ТКП.

На основании выше перечисленного можно сделать вывод о необходимости пересмотра нормативных технико-экономических показателей разработанных Гипроавтотрансом при проектировании пассажирских предприятий для автобусов малого, среднего, большого и особо большого классов. Рекомендуется повысить ТЭП «число производственных рабочих» в среднем на 38%, показатели «число рабочих постов» и «площадь административно-бытовых помещений» – существенно не нуждаются в корректировке, показатель «площадь производственно-складских помещений» – повысить на 18%, «площадь стоянки» и «площадь территории» – на 8 и 16% соответственно.

Список цитированных источников

1. Напольский, Г.М. Технологическое проектирование автотранспортных предприятий и станций технического обслуживания // Транспорт. 1993. П.5.3. – С. 153-158.
2. Болбас, М.М. Проектирование предприятий автомобильного транспорта. – М.: Адукацыя і выхаванне, 2004. – С. 192-215. – Глава 5.
3. Акулич, Я.А. Методические указания «Методика технологического расчета при выполнении практических работ и курсового проектирования по дисциплине «Проектирование предприятий автомобильного транспорта» / Я.А. Акулич, С.В. Монтик. – Брест: Брестский государственный технический университет, 2010.
4. Министерство транспорта и коммуникаций Республики Беларусь. Технический кодекс установившейся практики. – Минск, 2010.

УДК 330.322

Ханмамедова А.К.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Козинец М.Т.

ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Инвестиционный потенциал страны – это ее способность создать, привлечь или освоить необходимые объемы инвестиций в строительство новых предприятий и их комплексов, расширение и реконструкцию действующих предприятий, в развитие человеческого потенциала, в создание объектов производственного и социального назначения [1].

Его определяет ряд факторов, которые в свою очередь зависят от соотношения нескольких инвестиционно значимых частных показателей. Общий потенциал региона предлагается рассматривать как величину, складывающуюся из частных потенциалов, которые, в свою очередь, вычисляются на основе характеризующих их показателей. Для того чтобы определить численное значение каждого показателя, предлагается использовать следующую зависимость:

$$P = \frac{P_c}{P_{max}} * 100\% \quad (1)$$

где P – вычисляемый показатель; P_c – значение показателя в оцениваемом регионе; P_{max} – максимальное значение среди всех регионов.

После получения процентного выражения каждого показателя, полученные значения складываются и делятся на количество самих показателей в данном частном потенциале, а затем берется доля, равная весу этого потенциала:

$$I = \frac{\sum_{j=1}^n p_{ij}}{n_i} * d_i \quad (2)$$

где I – вычисляемый потенциал; n – число показателей в потенциале; p_{ij} – j-ый показатель i-ого потенциала; d_i – вес i-того потенциала в процентах.

Для оценки инвестиционного потенциала регионов Республики Беларусь были определены 6 подвидов потенциалов в динамике с 2010-2013 г. Количественная оценка данных потенциалов рассчитана на основе статистических данных в соответствии с формулами.

1. Производственный потенциал характеризует состояние производственной сферы страны [1]. Для его оценки было учтено значение валового регионального продукта на душу населения.

Таблица 1 – Производственный потенциал регионов Республики Беларусь

Регион	2010	2011	2012	2013
Брестский	41,05%	31,86%	35,55%	38,65%
Витебский	39,69%	34,36%	43,15%	39,24%
Гомельский	43,15%	37,44%	42,98%	45,06%
Гродненский	41,24%	34,84%	40,07%	44,23%
г. Минск	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%
Минский	53,86%	51,74%	56,21%	55,57%
Могилевский	39,74%	31,82%	37,04%	39,16%

Анализируя полученные данные, следует отметить, что наибольших значений за весь анализируемый период производственный потенциал достиг в г. Минск. В целом по регионам в 2010-2011 гг. этот показатель сокращался, в 2012-2013 гг. имел тенденцию к увеличению.

2. Трудовой потенциал региона представляет собой располагаемые в настоящее время и предвидимые в будущем трудовые возможности [2]. Для оценки данного потенциала были рассмотрены такие показатели как среднегодовая численность занятых в экономике, и ожидаемая продолжительность жизни при рождении.

Таблица 2 – Трудовой потенциал

Регион	2010	2011	2012	2013
Брестский	39,87%	39,94%	39,85%	39,61%
Витебский	38,48%	38,75%	38,70%	38,53%
Гомельский	42,01%	41,94%	41,73%	41,36%
Гродненский	36,25%	36,32%	36,53%	36,30%
г. Минск	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%
Минский	36,55%	36,74%	37,01%	37,00%
Могилевский	37,09%	36,90%	36,90%	36,73%

Анализируя данную таблицу, можно отметить, что наибольшее значение данный показатель достиг в г. Минск. Рассматривая данный показатель по регионам республики можно сделать вывод, что он имеет тенденцию к сокращению. Это происходило за счет сокращения численности населения, занятого в экономике страны.

3. Потребительский потенциал региона имеет большое значение для инвесторов, ориентированных на развитие сферы услуг, торговли, жилищного строи-

тельства, а также на развитие производства товаров потребительского назначения, предназначенных для реализации внутри региона и на локальном межрегиональном рынке.

Таблица 3 - Потребительский потенциал

Регион	2010	2011	2012	2013
Брестский	51,87%	52,33%	52,53%	52,50%
Витебский	50,49%	50,93%	51,54%	50,35%
Гомельский	47,23%	45,35%	48,16%	48,32%
Гродненский	56,55%	57,19%	57,43%	57,43%
г. Минск	59,83%	59,78%	59,38%	59,26%
Минский	54,06%	54,63%	55,45%	55,27%
Могилевский	50,63%	50,63%	51,06%	50,81%

В соответствии с методикой были рассмотрены следующие показатели:

- общая площадь жилых помещений, приходящаяся на 1 жителя;
- число собственных легковых автомобилей на 1000 человек населения;
- денежные доходы в расчете на душу населения;

Анализируя данную таблицу, можем отметить, что наибольших значений данный показатель достиг в г. Минск и Гродненском регионе. Наименьшее значение за весь рассматриваемый период в Гомельском регионе.

4. Инфраструктурный потенциал представляет собой совокупные возможности территории обеспечивать условия для функционирования производства, обращения товаров и жизнедеятельности людей в процессе оптимального взаимодействия с окружающей средой и рационального использования ресурсов [3]. В определении данного потенциала были рассмотрены такие показатели как эксплуатационная длина железнодорожных путей общего пользования, густота автомобильных дорог общего пользования с твердым покрытием на 1000 кв. км. территории, доля телефонизированных населенных пунктов

Таблица 4 – Инфраструктурный потенциал

Регион	2010	2011	2012	2013
Брестский	47,86%	48,09%	47,45%	47,55%
Витебский	57,48%	57,83%	57,94%	58,12%
Гомельский	46,55%	46,91%	46,91%	46,96%
Гродненский	43,62%	44,02%	44,43%	44,47%
г. Минск	18,78%	18,75%	18,67%	18,64%
Минский	53,74%	54,20%	54,20%	54,31%
Могилевский	47,18%	46,81%	47,03%	47,10%

Наибольшее значение рассчитанного выше показателя наблюдается в Витебском и Минском регионах. Во всех регионах в основном наблюдается тенденция к увеличению.

5. Природно-ресурсный потенциал определяется как совокупность природных ресурсов, которые при данном уровне экономического и технического развития общества и изученности территории могут быть использованы в хозяйственной и иной деятельности человечества в настоящее время и в перспективе.

Анализируя данную таблицу, можно сделать заключение, что данный потенциал имел тенденцию к сокращению за весь рассматриваемый период. Наибольшего значения данный показатель достиг в Витебском и Минском регионах.

Таблица 5 – Природно-ресурсный потенциал

Регион	2010	2011	2012	2013
Брестский	16,89%	16,97%	17,01%	17,00%
Витебский	31,11%	31,11%	31,10%	30,93%
Гомельский	21,46%	21,49%	21,49%	21,38%
Гродненский	13,87%	13,89%	13,86%	13,86%
г. Минск	0,01%	0,01%	0,01%	0,01%
Минский	22,11%	22,13%	22,15%	22,12%
Могилевский	16,13%	16,14%	16,16%	16,14%

6. Инновационный потенциал представляет уровень развития науки и внедрения достижений научно-технического прогресса в стране.

Таблица 6 – Инновационный потенциал

Регион	2010	2011	2012	2013
Брестский	11,06%	9,84%	8,99%	7,35%
Витебский	10,99%	13,80%	10,53%	11,08%
Гомельский	11,43%	10,71%	9,77%	9,34%
Гродненский	9,20%	8,59%	7,05%	7,16%
г. Минск	40,00%	40,00%	40,00%	40,00%
Минский	13,97%	12,86%	11,41%	12,25%
Могилевский	6,63%	5,81%	5,51%	5,57%

Анализируя данную таблицу, можно отметить, что значение данного показателя за весь анализируемый период в основном по всем регионам сокращалось.

После того, как найдены все частные показатели, найдем инвестиционный потенциал. Полученные данные представлены в таблице 7

Таблица 7 – Инвестиционный потенциал Республики Беларусь

Регион	2010	2011	2012	2013
Брестский	208,60%	199,04%	201,38%	202,66%
Витебский	228,23%	226,78%	232,96%	228,24%
Гомельский	211,83%	203,84%	211,04%	212,42%
Гродненский	200,72%	194,85%	199,38%	203,45%
г. Минск	258,62%	258,54%	258,05%	257,91%
Минский	234,29%	232,30%	236,42%	236,53%
Могилевский	197,41%	188,12%	193,70%	195,52%



Рисунок 1 – Инвестиционный потенциал Республики Беларусь в 2010-2013 гг.

Из представленной диаграммы видим, что наибольшие значения инвестиционного потенциала наблюдаются в г. Минск, в Минском и Витебском регионах. Наименьший инвестиционный потенциал – в Могилевском регионе.

Полученные значения можно использовать для разработки и реализации органами государственного управления комплекса точечных и системных мероприятий, направленных на повышения региональных возможностей по привлечению инвестиций.

Список цитированных источников

1. Бузова, И.А. Коммерческая оценка инвестиций / И.А. Бузова, Г.А. Маховикова, В.В. Терехова; под ред. Есилова В. – СПб.: Питер, 2004. – 432 с
2. Вахрин, П.И. Инвестиции: учебник. – 3-е изд., перераб. и доп. / П.И. Вахрин, А.С. Нешитой. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2005. – 380 с.
3. Русавская, А.В. Инвестиции и инвестиционный потенциал региона. Управление экономическими системами: электронный научный журнал.

УДК 330.322

Ханмамедова А.К.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Козинец М.Т.

ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ В ТУРКМЕНИСТАНЕ

По мнению экспертов, показателем экономического состояния страны и прогнозов стабильности экономики на среднесрочную перспективу является приток прямых иностранных инвестиций. Отталкиваясь от общепринятых критериев, можно констатировать тот факт, что в Туркменистане создан благоприятный инвестиционный климат при низких инвестиционных рисках. Это определяется следующими основополагающими факторами:

- 1) динамичное экономическое развитие страны;
- 2) политическая стабильность, благоприятная законодательно-правовая база, основанная на политике «открытых дверей»
- 3) практическое отсутствие закрытых отраслей и регионов для иностранных инвесторов;
- 4) наличие колоссальных природных богатств, квалифицированной рабочей силы, развитой производственной и социальной инфраструктуры;
- 5) выгодное географическое положение, обеспечивающее хорошие возможности для экспорта и импорта [1].

Таблица 1 – Инвестиции в основной капитал по источникам финансирования, млн. манат

Показатель	2010	2011	2012	2013
1	2	3	4	5
Инвестиции – всего за счет:	29130,9	36985	48407,1	51834,9
централизованного и местного бюджета	3084	4160,6	7901,9	9057,9
собственных средств предприятий	6264,4	8595,2	10138,5	10353,7
заемных средств	2238	6040,7	13712,4	11115,2
иностраннх инвесторов	7728,3	7404,3	7570,6	8164,1
населения	1885,6	1894,7	2340,6	5692,4
прочие	7930,6	8889,5	6743,1	7451,6

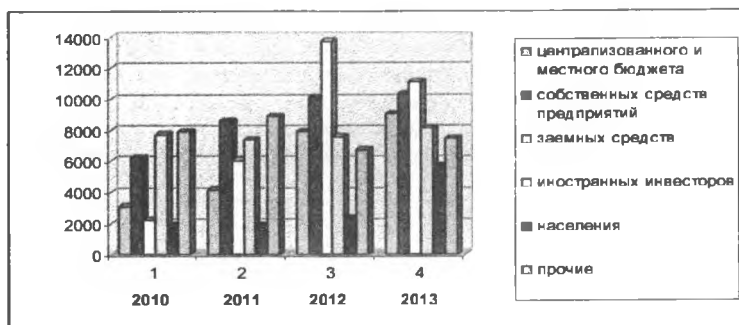


Рисунок 1 – Динамика инвестиций в основной капитал за 2010-2011 гг.

Проанализировав диаграмму можно отметить, что в целом объем инвестиций в основной капитал имеет тенденцию к увеличению. В основном инвестиционная деятельность осуществляется за счет собственных средств предприятий, за счет заемных средств и средств бюджета.



Рисунок 2 – Инвестиции в основной капитал по источникам финансирования, %

Доля иностранных инвестиций в рассматриваемый период колеблется в пределах 14-16% от общего объема капитальных вложений.

В условиях глобализации экономики и углубления интеграции в мировое хозяйство важно обеспечить в быстро меняющемся инновационно-информационном пространстве технологическое обновление основных средств, развитие человеческого капитала, способствующего повышению уровня восприимчивости экономики к инновациям [2]. В связи с этим в Туркменистане высокими темпами вкладываются инвестиции в развитие производственных и непроизводственных отраслей.

Среднегодовой темп роста инвестиций в экономику за 2010-2013 гг. составил 177,9%, в производственную сферу – 187,1%, в непроизводственную сферу – 162,3%. Такие высокие темпы роста инвестиций создают производственный потенциал, обеспечивающий материально-техническую основу для устойчивого

экономического и социального развития в последующий период, для формирования экономики постиндустриального общества и нового качества экономического роста. Они сопровождаются активным привлечением иностранных инвестиций, объем которых в 2013 г. по сравнению с 2010 г. увеличился на 435,8 млн. манат. Благодаря этому в Туркменистане в короткие сроки были реализованы сотни крупных инвестиционных проектов, проведена структурная перестройка экономики, созданы стартовые условия для освоения новых территорий.

Таблица 2 – Инвестиции в основной капитал по объектам производственного и непроизводственного назначения, млн. манат

Год	Производственного назначения	Непроизводственного назначения
1	2	3
2010	18347,5	10783,4
2011	22647	14338
2012	33286,3	15120,8
2013	34335,8	17499,1

В стране имеются территории свободных экономических зон, в т.ч. Национальная туристическая зона «Аваза». Помимо нее в стране действуют еще несколько территориальных экономических зон свободного предпринимательства, а также ряд предприятий с отраслевым статусом свободных экономических зон.

Для иностранных инвесторов, которые осуществляют свою деятельность на данных территориях Туркменистана, созданы наиболее благоприятные условия:

Во-первых, субъекты туристической зоны освобождаются от уплаты налога на добавленную стоимость, налога на имущество и налога на прибыль;

Во-вторых, регистрация инвестиционных проектов и юридических лиц, осуществляющих строительство и эксплуатацию объектов в туристической зоне, производится без взимания регистрационных сборов

В-третьих, субъекты от туристической зоны освобождаются от:

- уплаты консульских и регистрационных сборов.
- уплаты таможенных сборов при ввозе в Туркменистан товаров, предназначенных для строительства и эксплуатации объектов туристической зоны.
- уплаты биржевых сборов за регистрацию договоров, лицензионной платы, платежей за землю и арендной платы за земельные участки, выделенные в установленном порядке под объектами туристической индустрии и инфраструктуры туристической зоны на период их строительства и эксплуатации, оговоренный в договоре, отчислений от прибыли в Государственный фонд развития сельского хозяйства Туркменистана.

Важную роль в привлечении иностранных инвестиций сыграет также последовательно проводимый курс на приватизацию собственности и разгосударствление. В этом контексте особо следует отметить и значение «Государственной программы приватизации в Туркменистане предприятий и объектов государственной собственности на 2013-2016 годы» и Плана мероприятий по приватизации данных объектов на этот же период.

Не менее важную роль в привлечении инвестиций может сыграть использование такого инструмента, как лизинг.

В ситуации нехватки финансового капитала процесс обновления основных фондов может быть значительно ускорен активным внедрением механизма финансовой аренды.

Внедрение системы инновационных методов инвестирования, основанных на использовании лизинга, в отрасли Туркменистана позволит:

- обеспечить предприятия данных отраслей современной специализированной техникой;

- внедрить в необходимом количестве средства контроля качественных и количественных технологических параметров, непосредственно влияющих на расход энергоресурсов;

- внедрить современные высокоэффективные технологии и оборудования, приспособленные для использования наиболее дешевых для каждой территории ресурсов.

Таким образом, с помощью лизинговых операций можно решить ряд проблем, таких как:

- обновление средств производства и предоставления услуг;

- целенаправленное кредитование на приобретение основных средств;

- привлечение средств зарубежных инвесторов через поставки оборудования по лизингу

Для привлечения иностранных инвестиций важным условием выступают и внешние факторы, способные оказывать на него влияние, общее состояние рынка мирового капитала и то, что иностранные инвесторы, расширяя сферу своей деятельности, предпочитают иметь дело со странами со стабильной политической обстановкой. Наряду с этим, следует отметить, инвестиционная привлекательность данной страны обусловлена еще и выгодным географическим расположением, высокими темпами роста экономики, наличием мощной ресурсно-сырьевой базы.

В этой связи первостепенное значение для дальнейшего экономического роста Туркменистана придается развитию топливно-энергетического сектора, транспортно-коммуникационной сферы, а также области высоких информационных технологий. Это капиталоемкие отрасли, для развития которых необходим как иностранный капитал, так и стратегический контроль со стороны государства.

Таким образом, привлечение иностранных инвестиций способствует в целом финансовой стабилизации национальной экономики, позитивно влияет на решение стратегических задач макроэкономического характера. Кроме того, этот фактор оказывает позитивное влияние на социальную сферу, успешную интеграцию нашей страны в систему мирохозяйственных связей, и в конечном итоге – повышение благосостояния туркменского народа.

Список цитированных источников

1. Чикинова, М.С. Оценка инфраструктурного потенциала территорий. Науки о Земле: Журнал. – 4 марта 2009 г.

2. Вахрин, П.И. Инвестиции: учебник. – 3-е изд., перераб. и доп. / П.И. Вахрин, А.С. Нешитой. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2005. – 380 с.

УДК 334.752

Хватик М.В.

Научный руководитель: доцент, к.э.н. Власюк Ю.А.

ФОРМЫ СОВМЕСТНОГО МАРКЕТИНГА

Теоретической основой маркетингового сотрудничества брендов выступает концепция ко-маркетинга (совместного маркетинга), зарождение и развитие которой явилось закономерным результатом эволюции маркетинговой теории в XX–XXI вв. Учитывая междисциплинарный характер, практическую и прикладную направленность теории маркетинга, в ней невозможен и нецелесообразен поиск единственной парадигмы. Стоит допустить возможность сосуществования различных концепций, обоснованных современными научными подходами.

В многочисленных версиях эволюции маркетинговой теории, обнаруживается общая гипотеза, согласно которой генеральное изменение маркетинга за последние полвека составляет переход от маркетинга сделок (transaction marketing) к маркетингу отношений (relationship marketing).

Первые упоминания в литературе об отношенческом аспекте в маркетинге относятся к 1930-м годам.

В начале 50-х годов XX столетия в ряде работ подчеркивалась важность взаимоотношений между потребителями и производителем. В частности Э.Макгарри в список основных функций маркетинга таких как ценовая, сбытовая, функция пропаганды, функция физического распределения включил также контактную функцию. По мнению Макгарри контактная функция является одной из главных функций в маркетинге и направлена на развитие сотрудничества и взаимозависимости всех участников рынка.

1960-е годы отмечены появлением термина «симбиотический маркетинг», в основе которого лежит идея объединения ресурсов компаний-партнеров для получения преимуществ на конкурентных рынках. Концепция «симбиотического» маркетинга была сформулирована Л. Адлером, исследовавшим взаимодействия между компаниями. Адлер использовал биологическую концепцию симбиоза, предполагающую гармоничное сосуществование различных организмов через совместные взаимовыгодные отношения.

В середине 70-х г. была сформирована исследовательская программа, базирующаяся на гипотезе о том, что теория маркетинга не полна и не пригодна для понимания важных аспектов промышленного маркетинга на практике. Стремление исследователей нового маркетинга подчеркнуть его принципиальные отличия от классического маркетинга порождает новую терминологию – network marketing (сетевой маркетинг).

Однако подлинный расцвет интереса исследователей маркетинга к аспекту взаимодействия компаний возникает в 1980–1990-е годы, когда публикуется значительное число работ, обозначивших управление взаимоотношениями в качестве стратегического приоритета маркетинговой деятельности компаний.

В 1983 г. Л. Берри впервые вводит понятие «маркетинг взаимоотношений» («relationship marketing») применительно к маркетингу услуг, а Б. Джексон использует его в контексте промышленного маркетинга.

В 1984 г. Р.Морган и Ш.Хант впервые подробно и всесторонне изучили теорию доверия и взаимных обязательств в маркетинге. Они также предложили классификацию отношений между компаниями с точки зрения центральной компании (отношения с поставщиками, горизонтальные отношения, отношения с потребителями, отношения внутри компании). В том же году классики североамериканской школы маркетинга взаимоотношений Р. Моргана и Ш. Ханта выделяют четыре крупных сферы отношения с точки зрения центральной фирмы, где отдельно выделяют взаимодействие с конкурентами. Стратегические маркетинговые альянсы, трактуются ими как кооперация компании с конкурентами, они называют «латеральными партнерствами».

В 1996 г. А. Бранденбургер и Б. Нейлбафф опубликовали работу «Co-opetition», в которой изложили концепцию «co-opetition» (конкурентного сотрудничества), основанную на идее отсутствия жесткого противопоставления конкуренции и сотрудничества. В основе предложенного ими подхода лежит модель «ценностной сети» (the Value Net) как альтернатива классической модели «пяти сил конкуренции» М. Портера. В отличие от модели Портера, Бранденбургер и Нейлбафф указывают на необходимость сотрудничества как способа увеличения этой ценности для всех участников взаимодействий [1].

Принципиально важным для дальнейшего развития ко-маркетинга можно считать выход в свет в 2003 г. совместной работы Ф. Котлера и Ф.Т. де Беза «Lateral Marketing» («Новые маркетинговые технологии»). В данной работе авторы заявляют о наступлении окончания эпохи традиционного вертикального маркетинга и начале новой эры латерального маркетинга и латерального мышления.

Таким образом, появление концепции маркетинга взаимоотношений можно рассматривать в качестве нового этапа эволюции маркетинга в меняющихся условиях бизнес-среды. Возникновение и последующее широкое признание отношений сетевых подходов в маркетинге явилось необходимым условием для зарождения ко-маркетинга. Являясь их логическим продолжением, он возник на теоретическом фундаменте маркетинга взаимоотношений и маркетинга сетей, постепенно трансформируясь в самостоятельную маркетинговую концепцию.

Ко-маркетинг или совместный маркетинг – это совместное управление созданием услуг и товаров, а также механизмами их реализации на рынке, представляющая собой единый комплексный процесс с общими целями и задачами. Спектр объединяемых аспектов маркетинга в рамках ко-маркетингового партнерства компаний может быть достаточно широким и простирается от исследований до совместного производства продвижения созданного продукта. В более узком смысле ко-маркетинг рассматривается как формальная связь между двумя или более бизнес-структурами, совместно реализующими товары на рынке.

Исходя из того, что разные компании по-разному интегрируют свои комплексы маркетинга, современная ко-маркетинговая практика предлагает новые формы сотрудничества компаний такие как:

Двойной брендинг (англ. dual branding) – это самая простая форма совместного маркетинга. Цель таких альянсов – создание взаимовыгодного окруже-

ния продуктам в сфере розничной торговли. Двойной брендинг основан на понимании того, что товар лучше продается, находясь в окружении других товаров [2].

Практика двойного брендинга предполагает следующие форматы розничных продаж:

1. Cross-selling (перекрестные продажи). Предполагает совместную продажу взаимодополняемых товаров/услуг. Например, при покупке чая, покупатель в подарок получает шоколад или печенье.

2. Shop in shop concept (магазин в магазине). Это розничная концепция, где владелец или розничный торговец на своей торговой площади принимает другого торговца, обеспечивая пространство для его продуктов. Например, в магазине детских вещей располагается отдел детского питания, под маркой определенного производителя.

3. Convenience-store («соседского» магазина, магазина пошаговой доступности). Это розничная концепция, где владелец или розничный торговец организует свою торговую площадь рядом с торговой площадью другого торговца. Например, наличие на АЗС продовольственных магазинов, где продаются напитки, сладости, сигареты.

4. Supermarket banking или in-store banking (дословно – «банковские операции в магазине»). Предполагает открытие пункта продаж банковских услуг в супермаркете или крупном торговом центре.

Кросс-маркетинг (cross-marketing) – это пересечение сопутствующих услуг либо товаров в одной рекламной или промо-акции, совместно проводимой несколькими компаниями, предполагающей разделение рекламных расходов между несколькими партнёрами, совместно продвигающими свои товары [2]. Здесь происходит дополнение совместного сбыта продукции политической продвижения. Практика кросс-маркетинга предполагает следующие классификацию кросс-маркетинговой деятельности деятельности:

1. В зависимости от срока сотрудничества:

- тактический кросс-маркетинг;
- стратегический кросс-маркетинг.

2. В зависимости от характера деятельности:

- универсальный кросс-маркетинг;
- событийный кросс-маркетинг.

3. В зависимости от объекта продвижения и/или продажи:

- кросс-маркетинг товаров;
 - кросс-маркетинг продовольственных товаров;
 - кросс-маркетинг непродовольственных товаров;
- кросс-маркетинг услуг;
- кросс-маркетинг микс.

4. В зависимости от характера специализации:

- смешанный кросс-маркетинг (кросс-маркетинг различных по назначению товаров/услуг);
- категорийный кросс-маркетинг (кросс-маркетинг взаимодополняющих товаров/услуг).

5. В зависимости от цели кросс-маркетинговой кампании:

- информационный кросс-маркетинг;
- кросс-маркетинг продаж;
- комбинированный кросс-маркетинг.

6. В зависимости от формы сотрудничества:

- общий дисконтный клуб покупателей;
- общая акция стимулирования сбыта;
- общий рекламный носитель (билборд, буклет или листовка);
- общий стенд на выставке-ярмарке;
- общее развлекательное мероприятие;
- общий одно- или несколько страничный художественный проект в журнале (статья или объявление в прессе);
- общий проект (культурный, познавательный и т.д.).

Коалиционная программа лояльности (coalition loyalty program) – это более сложная в сравнении с кросс-маркетингом форма, которая предполагает, что компании не ограничивают своё маркетинговое сотрудничество исключительно кросс-политикой в сфере продаж, маркетинговых коммуникаций и стимулирования сбыта, а объединяются в маркетинговый пул, действующий на рынке под общей маркой [2]. Принципиальным для данной формы ко-маркетинга является тот факт, что для продвижения коалиции создаётся общий бренд, олицетворяющий принадлежность партнёров по маркетинговому пулу к «клубу» и несущий определённую философию для потребителя.

Существует следующие критерии, по которым можно классифицировать коалиционные программы лояльности.

1. В зависимости от формы отношении организатора программы и ее участников:

- один организатор изначально создает собственную программу поощрения с целью удержать уже имеющихся у него клиентов, а затем к нему присоединяются и другие компании;

- несколько организаторов создают общую программу поощрения с целью удержать уже имеющихся у них клиентов, а затем к ним могут присоединиться и другие компании;

- независимый организатор коалиционной программы лояльности создает программу поощрения клиентов, не привязывая ее к определенному бизнесу и определенной базе клиентов.

2. В зависимости от вознаграждения, получаемого потребителями.

- дисконтная модель коалиционной программы лояльности (предполагающая получение скидок на продукцию компаний – участников программы);

- бонусная модель коалиционной программы лояльности.

Ко-брендинг (co-branding). Представляет собой совместный проект, созданный в целях продвижения интересов двух (или более) сторон согласно продуманному стратегическому маркетинговому плану, включающему: совместное использование каналов сбыта, совместную рекламу, программы лояльности [2]. Ключевой детерминантой ко-брендинга является появление у партнёров общего продукта, предлагаемого потребителям под единым брендом. Это приводит к полной интеграции комплексов маркетинга взаимодействующих компаний.

1. *Горизонтальный ко-брендинг* предполагает, что компании, объединяя свои компетенции в сфере исследований, производства и продвижения, совместными усилиями создают «общий продукт».

2. *Вертикальный ко-брендинг*, называемый иначе ингредиентный или компонентный ко-брендинг, основывается на продвижении одного бренда в качестве составной части другого бренда.

Рассмотренная классификация форм совместной маркетинговой деятельности позволяет отметить, что интерпретация ко-маркетинга в терминах комплекса маркетинга позволяет наглядно «позиционировать» данную концепцию по отношению к традиционному маркетингу, а также отношению к сетевому подходам, на базе которых она зародилась и оформляется в самостоятельную маркетинговую дисциплину.

В рамках традиционного транзакционного маркетинга (transaction marketing) стоимость создается индивидуальными маркетинговыми усилиями фирмы, если же рассматривать совместный маркетинг в рамках маркетинга взаимоотношений (relationship marketing) и маркетинга сетей (network marketing) то, акцент переносится на альянсы и межфирменные сети как основных субъектов маркетинговых взаимодействий, утверждая, что стоимость создается в процессе кооперации. Фирма рассматривается не как обособленное хозяйственное звено, а как субъект хозяйственных связей, партнер в системе взаимодействующих на рынке организаций, обменивающихся ресурсами, информацией и компетенциями.

Список цитированных источников

1. Сравнительный анализ основных концепций теории маркетинга взаимоотношений / С.П. Куш // Вестник Санкт-Петербургского университета. Маркетинг. – 2010. – Вып. 4. – С. 98–121.
2. О формах ко-маркетинга / Н.В. Хмелькова // Вестник Челябинского государственного университета. Экономика. – 2012. – Вып. 27. – С. 109–114.

УДК 338.24:330.131.7

Хомичук В.Ю.

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

МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ КРЕДИТНЫМ РИСКОМ

Для выявления периодов максимальных кредитных угроз в банковской системе на предыдущем этапе исследования нами была предложена методика расчёта коэффициента кредитного риска как отношения проблемной задолженности к выданным кредитам:

$$k_{\text{риска}} = \frac{\text{Сумма задолженности}}{\text{Сумма выданных кредитов}}$$

Для разработки конкретных инструментов снижения кредитных опасностей мы разработали многофакторную модель индикатора риска, в качестве основных факторов которой были исследованы динамика ставки рефинансирования, изменение банковской маржи, средних ставок по кредитам, валютной корзины и внешнего долга [1].

$$Y = F1 * F2 * F3 * F4 * \dots * Fn,$$

Здесь Y – индикатор риска,
F1 – темп динамики ставки рефинансирования,
F2 – темп динамики кредитного процента,
F3 – темп динамики банковской маржи,
F_n – другие факторы кредитной опасности.

В процессе дальнейшего исследования в разработанный индикатор были добавлены некоторые факторы, также оказывающие влияние на коэффициент риска. Для определения дополнительных факторов выполнен более детальный анализ динамики выданных кредитов и проблемных задолженностей за текущий период – 2014 и 2015 годы и рассмотрена их взаимосвязь с процессами, происходящими на валютном рынке. При выполнении всех этапов анализа была использована официальная информация Министерства финансов и Национального банка Республики Беларусь [2]. На основе расчета коэффициента риска и темпов его динамики по месяцам анализируемого периода были выявлены периоды максимальных кредитных угроз (таблица 1).

Таблица 1 – Анализ коэффициента риска

	Проблемная задолженность, млрд. руб.	Коэффициент риска	Темпы динамики
01.01.2014	1342.6	0.7	102.9
01.02.2014	1318.5	0.68	97.1
01.03.2014	1407.8	0.72	105.9
01.04.2014	1350.9	0.68	94.4
01.05.2014	1706.8	0.8	117.6
01.06.2014	1892.2	0.93	116.3
01.07.2014	2312.3	1.13	121.5
01.08.2014	2570.2	1.24	109.7
01.09.2014	2230	1.06	85.5
01.10.2014	1997.1	0.9	84.9
01.11.2014	2294	1.06	117.8
01.12.2014	2206.9	1.01	95.3
01.01.2015	2360.3	1.03	101.9
01.02.2015	2994.9	1.17	113.6

Из результатов расчета видно, что наиболее опасными явились май, июнь, июль и ноябрь 2014 года: в мае 2014 года темпы динамики коэффициента риска составили 117,6%, в июне – 116,3%, в июле темпы динамики достигли своего максимума и составили 121,5%, а также февраль 2015 года, когда темпы динамики составили 113,6%.

Так как в эти месяцы наблюдалась определенная нестабильность на валютном рынке, мы предположили, что эти процессы оказали определенное влияние на кредитные угрозы. Чтобы доказать взаимозависимость между ситуацией в валютной и кредитной сферах, был произведен анализ изменения курса национальной валюты по отношению к трём валютам, входящим в валютную корзину белорусского рубля (табл. 2). Графики динамики валютных курсов доллара, евро и российского рубля показаны на рисунках 1, 2, 3.

Из данного графика видно, что в декабре 2014 года при фактическом 30% увеличении курса доллара США из-за введения госпошлины на приобретение валюты коэффициент кредитного риска возрос практически на 20%. Следовательно, рост курса доллара привел к возрастанию кредитных угроз.

Таблица 2 – Динамика валютных курсов

	USD	T _{USD}	EURO	T _{EURO}	RUB	T _{RUB}
01.01.2014	9520	101.93	13130	103.3	290	103.02
01.02.2014	9640	101.26	13050	99.39	274	94.48
01.03.2014	9770	101.35	13400	102.68	270.50	98.7
01.04.2014	9880	101.13	13580	101.34	277.50	102.59
01.05.2014	9980	101.01	13840	101.91	277	99.82
01.06.2014	10090	101.1	13730	99.21	291	105.05
01.07.2014	10200	101.09	13920	101.38	301.50	103.61
01.08.2014	10320	101.18	13820	99.23	291	96.52
01.09.2014	10430	101.7	13740	99.4	282.50	97.08
01.10.2014	10590	101.53	13430	97.7	269	95.22
01.11.2014	10720	101.23	13450	100.15	255.50	94.98
01.12.2014	10810	100.84	13470	100.15	220	86.11
01.01.2015	11900	110.08	14460	107.3	207	94.09
01.02.2015	15400	129.4	17440	120.61	223.50	107.97

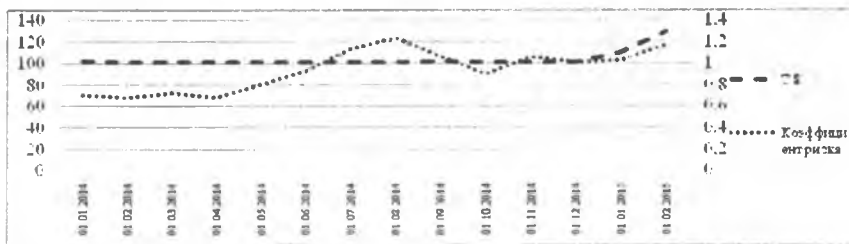


Рисунок 1 – Темп динамики курса доллара США



Рисунок 2 – Темп динамики курса евро

В этом же периоде наблюдается также фактический рост курса евро и российского рубля (рис. 3), что подтверждает негативное влияние девальвации белорусского рубля на увеличение кредитных опасностей.

Следовательно, падение курса белорусского рубля по отношению к валютной корзине является важным фактором, влияющим на возрастание кредитных угроз. Для обобщения результатов анализа была исследована динамика валютной корзины белорусского рубля период максимальных кредитных угроз – январь-март 2015 г. (табл. 3). Средний темп обесценивания белорусского рубля в этом периоде составил 109.6%, в то время, как коэффициент риска в феврале 2015 г. был равен 113.6%, то есть между этими факторами существует прямая связь.

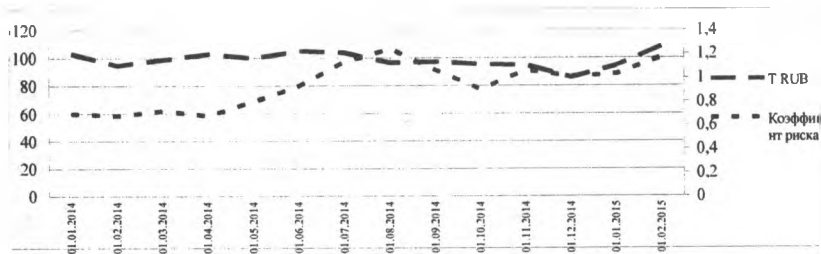


Рисунок 3 – Темп динамики российского рубля

Таблица 3 – Динамика валютной корзины

	Валютная корзина	Темп динамики, %
01.01.2015	3290	103,59
01.02.2015	3916	119,03
01.03.2015	3921	101,13

Следующим рассмотренным нами фактором является внешний долг, динамика которого прямо влияет на конъюнктуру валютного рынка. В таблице 4 выполнен анализ данного фактора, а на рисунке 4 представлен сопоставительный график динамики внешнего долга и коэффициента риска.

Таблица 4 – Анализ динамики внешнего долга Республики Беларусь

	Внешний госдолг, млрд. дол. США	Темп динамики, %
01.04.2014	12,1	98,37
01.05.2014	12,0	99,17
01.06.2014	12,0	100
01.07.2014	13,4	111,67
01.08.2014	13,2	98,51
01.09.2014	13,2	100
01.10.2014	13,0	98,48
01.11.2014	12,9	99,23
01.12.2014	12,8	99,22
01.01.2015	12,6	98,44
01.02.2015	12,3	97,62

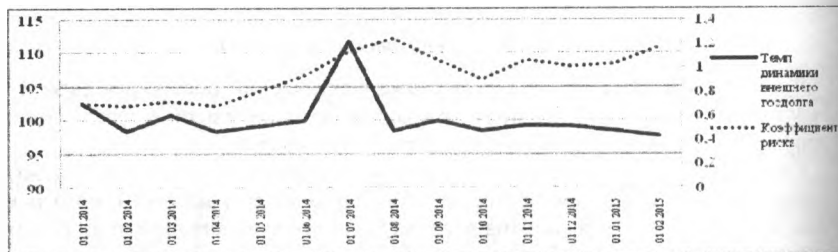


Рисунок 4 – Темп динамики внешнего госдолга

Из графика динамики видно, что значительный рост коэффициента риска приходится на июнь-август 2014 года. В этот период наблюдалось возрастание

суммы внешней задолженности Республики Беларусь (от 12 до 13.4 млрд. \$), и это оказало негативное влияние на коэффициент риска, который в августе в августе месяце достиг своего максимума – 1.24 (таблица 1).

Обобщив результаты выполненного анализа, мы уточнили модель индикатора кредитных угроз:

$$Y = F1 * F2 * F3 * F4 * F5 * \dots,$$

где Y – индикатор риска; $F1$ – темп динамики ставка рефинансирования; $F2$ – темп кредитного процента; $F3$ – темп динамики банковской маржи; $F4$ – темп динамики валютной корзины; $F5$ – темп динамики внешнего госдолга.

С помощью данного индикатора был рассчитан показатель кредитных угроз по данным за декабрь 2014 года, январь и февраль 2015 года:

$$Y_{\text{дек 2014}} = 1 * 0,24 * 1,45 * 0,9546 * 0,9922 = 0,32961$$

$$Y_{\text{январь 2015}} = 1 * 1,88 * 1,3755 * 1,0359 * 0,9844 = 2,63699$$

$$Y_{\text{февр 2015}} = 1,25 * 1,07 * 1,0418 * 1,1903 * 0,9768 = 1,62.$$

Расчеты показали, что наибольшие кредитные угрозы наблюдались в январе 2015 года, когда величина индикатора приблизилась к 3 единицам. В феврале степень кредитных опасностей несколько снизилась, но осталась довольно значительной, так как превысила значение 1.5 единиц.

Наши выводы подтверждаются анализом фактически сложившейся на финансовом рынке сложной ситуацией, характеризующейся снижением кредитной активности коммерческих банков, что негативно отражается на показателях производственно-хозяйственной деятельности субъектов реального сектора экономики.

Дальнейшее исследование будет направлено на выявление возможностей использования предложенной нами многофакторной модели при разработке кредитной политики отдельных коммерческих банков.

Список цитированных источников

1. Хомичук, В.Ю. Совершенствование механизма управления кредитным риском // Сб. науч. работ участников IX-го международного студенческого научного форума региональных университетов «Студенческая научная зима в Бресте – 2014» / БрГТУ. – Брест, 2015.
2. Национальный банк РБ [Электр. ресурс] / Режим доступа: <http://www.nbrb.by/publications/bulletin/>

УДК 338.050

Черник К.С.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Зарерская В.В.

МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УСЛОВИЙ КРЕДИТОВАНИЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ

Признание особой социальной значимости потребительских кредитов на практике происходит посредством более тщательного регулирования данной сферы со стороны государства в отличие от других форм кредита. Поэтому цель и конкретные задачи научной работы направлены на повышение эффективности условий кредитования физических лиц с использованием методик формирования банковских кредитных продуктов на потребительские расходы и методики определения платежеспособности физических лиц, на основании рейтинговой оценки.

Потребительское кредитование – это кредитование, которое предоставляется физическим лицам для приобретения потребительских товаров и услуг длительного пользования и которое возвращается в рассрочку.

Основные параметры потребительского кредита: доступность кредита; сроки предоставления кредита; величина процентной ставки; возможность заемщика вернуть этот кредит.

Повышение эффективности условий кредитования можно достичь путем определения платы процентов и иных платежей банку за пользование кредитными продуктами на потребительские расходы, которая предполагает исключение платежей [1]:

- во-первых, не связанных с кредитованием;
- во-вторых, неизвестных (зависящих от варианта поведения кредитополучателя в будущем);
- в-третьих, за клиентские вспомогательные операции и услуги, которые разработаны банком в целях повышения привлекательности кредитных продуктов и улучшения их использования физическими лицами.

Это будет стимулировать банки, с одной стороны, к сокращению взимаемой с физических лиц платы за совершение собственных операций и услуг, с другой – к разработке и внедрению новых клиентских вспомогательных операций и услуг, повышающих привлекательность и улучшающих использование кредитных продуктов на потребительские расходы.

Что касается оценки платежеспособности, можно предложить методику комплексной оценки платежеспособности физических лиц на основе рейтинговой оценки, с помощью различных критериев.

В качестве основных критериев можно выделить следующие:

- **уровень перспективной платежеспособности кредитополучателя (Уп)** (1) за весь срок пользования кредитом как отношения суммы полученного кредита (С) и расчетного размера платы, связанной с кредитованием (ПЛК), к ожидаемому денежному доходу в период погашения кредита, где МП – количество месяцев пользования кредитом, Д – ежемесячный доход кредитополучателя:

$$Уп = (С + ПЛК) / (МП \cdot Д) \quad (1)$$

Расчетный размер платы, связанный с кредитованием, определяется (2):

$$ПЛК = РСП + РСИ, \quad (2)$$

где РСП – расчетная сумма процентов; РСИ – расчетная сумма иных платежей кредитополучателя за весь срок пользования кредитом.

В качестве уточняющих критериев можно использовать:

- **коэффициент текущей платежеспособности (Кп)**, который рассчитывается как отношение суммы максимального ежемесячного платежа по основному долгу (ОД), процентам (Пкредит (макс.)) и иных ежемесячных платежей (Пе) к текущему среднемесячному денежному доходу кредитополучателя (3):

$$Кп = (ОД + Пкредит (макс.) + Пе) / Д \quad (3)$$

- **эффективная процентная ставка (ЭПС) (4)**, которая рассчитывается в процентах годовых по формуле 4 как отношение размера платы (ПЛК) к сумме среднедневных остатков задолженности за весь срок пользования кредитом (РСОЗ) с учетом количества дней в году (ДГ):

$$\text{ЭПС} = (\text{ПЛК} / \text{PCOЗ}) \cdot \text{ДГ} \cdot 100 \quad (4)$$

В отличие от показателя номинальной процентной ставки использование на практике показателя эффективной процентной ставки обосновано необходимостью объективного выражения стоимости кредита. Показатель полной процентной ставки предлагается рассчитывать с учетом предполагаемых платежей, включенных в расчетный размер платы по требованию кредитополучателя.

• **Оценка кредитной истории (5):**

$$\text{Оц}_i = \text{Оц}_n + (\text{Оц}_m + \text{Оц}_c) \Pi_{д/к}, \quad (5)$$

где Оц_n – оценка наличия или отсутствия просроченной и/или пролонгированной задолженности на дату проведения оценки (наличие задолженности – 0 баллов, отсутствие задолженности – 60 баллов);

Оц_m – оценка продолжительности кредитной истории, баллы ($0\text{Оц}_m 20$);

Оц_c – оценка соотношения между суммой погашенных кредитов и суммой запрашиваемого кредита, баллы ($0\text{Оц}_c 20$);

$\Pi_{д(к)}$ – поправка на наличие или отсутствие просроченной и/или пролонгированной задолженности на протяжении кредитной истории по долгосрочным (краткосрочным) кредитам, коэффициент ($0\Pi_{д(к)} 20$).

На основе критериев можно выделить следующие направления данной методики:

Во-первых – оценка денежных потоков физического лица;

во-вторых – анализ кредитной истории, на основе которой выставляется оценка в баллах;

в- третьих – рассмотрение ситуации, когда заемщик не в состоянии погасить свою задолженность. Чтобы избежать такой ситуации, можно предложить рассчитать коэффициент риска для банка (6).

$$K_{\text{риска}} = \frac{\text{Сумма основного долга} / \text{просроченная задолженность по основному долгу}}{\text{основному долгу}} \quad (6)$$

Коэффициент показывает, какой риск несет банк, при выдаче кредита определенному заемщику. Например, если K риска стремится к 1 – высокий риск, если > 1 – низкий риск не возврата кредита.

Основные этапы методики:

1. Сбор и обработка информации.
2. Обоснование системы показателей, используемых для рейтинговой оценки финансового состояния физического лица.
3. Расчет итогового показателя рейтинговой оценки.

Рассмотрим на условном примере алгоритм рейтинговой оценки трех заемщиков по вышеназванным критериям (таблица 1).

Таблица 1 – Алгоритм рейтинговой оценки трех заемщиков по вышеназванным критериям

Показатели	Заемщик		
	1	2	3
1. Уровень перспективной платежеспособности кредитополучателя (Уп)	0,156	0,242	0,293
2. Коэффициент текущей платежеспособности (Кп)	0,188	0,300	0,364
3. Эффективная процентная ставка (ЭПС), %	22,74	21,10	21,10
4. Оценка кредитной истории, балл	73	96	80
5. Коэффициент риска	0,8	0,4	1,1

Выделим лучший из показателей трех заемщиков. Затем стандартизируем показатели, путем деления на лучший показатель [2] (таблица 2).

Таблица 2 – Стандартизированные показатели

Показатели	Заемщик		
	1	2	3
1-ый	0,532	0,826	1,0
2-ой	0,516	0,824	1,0
3-ий	1,0	0,928	0,928
4-ый	0,760	1,0	0,833
5-ый	0,727	0,364	1,0

Определим весомость каждого критерия экспертным путем. Пусть весомость показателя характеризуется такими коэффициентами: 1-ый – 3; 2-ой – 1; 3-ий – 2; 4-ый – 1; 5-ый – 3.

Рассчитаем для каждого заемщика значение его рейтинговой оценки (табл. 3) (7):

$$p_j = \sqrt{k_i(1 \pm x_{ij})^2} \quad (7)$$

где k_i – число заемщиков; x_{ij} – стандартизированный показатель.

$$p_{11} = \sqrt{3(1 - 0,532)^2} = 0,811 \text{ и т.д.}$$

Таблица 3 – Расчет рейтинговой оценки

Показатели	Коэффициент	Заемщик		
		1	2	3
1-ый	3	0,811	0,174	0
2-ой	1	0,484	0,176	0
3-ий	2	0	0,102	0,102
4-ый	1	0,240	0	0,167
5-ый	3	0,473	1,102	0
Итого		2,008	1,554	0,269

Если рейтинговая оценка > 2 – низкая платежеспособность клиента; $0,5-2$ – средняя платежеспособность; $< 0,5$ – высокая платежеспособность.

По данному примеру можно сделать вывод, что заемщику №3 целесообразно выдать кредит, степень риска не возврата практически отсутствует и заемщик имеет высокую платежеспособность, заемщику №2 можно выдать кредит, однако интегральный показатель высокий – 1,554, степень риска присутствует, т.о. решение о выдаче кредита будет основываться на доверии кредитора к заемщику; заемщик №1 имеет низкую платежеспособность, его рейтинговая оценка составила 2,008, т.е. такому заемщику кредит выдавать нецелесообразно, либо кредитор столкнется с проблемой не возврата кредита.

На мой взгляд, методика расчета рейтинга поможет банкам:

- сформировать общий рейтинг по различным критериям;
- оценить позиции заемщиков – физических лиц, на основе применения существующих формул, предложенного расчета К риска, а также корректирующих коэффициентов.

Это позволит упростить работу сотрудника кредитного отдела банка и рассчитать платежеспособность потенциального заемщика.

Список цитированных источников

1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://benefit.by/kredit/potr/>
2. Шеремет, А.Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности: учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 415 с.

УДК 330.131.5

Черняк М.С.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Козинец М.Т.

ИССЛЕДОВАНИЕ И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ОСНОВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОТКРЫТЫХ АКЦИОНЕРНЫХ ОБЩЕСТВ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Для привлечения инвестиций, в том числе иностранных, необходимо обеспечение качественной работы в установленные сроки и с оптимальными затратами. Поэтому представляется важным изучение сложившейся ситуации и оценка показателей эффективности деятельности строительной отрасли.

В качестве рабочей гипотезы была принята идея о привлекательности для инвесторов организаций, оптимальных как с позиции эффективности их текущей деятельности, так и динамики обозначенных экономических показателей. Динамика показателей отдельных предприятий рассматривались относительно среднеотраслевых темпов роста, для чего потребовалось использовать средние значения показателей, их темпы роста и прироста.

При осуществлении исследования использовались статистические методы, в частности, анализ рядов динамики, с помощью которых были подвергнуты обработке данные за 2006-2013 годы. Объем выборки варьировался в пределах 270-300 предприятий, занятых в сфере строительства, за исключением аренды строительного оборудования [1].

Раздел «Строительство» включает в себя новое строительство, реконструкцию, капитальный, средний и текущий ремонт зданий и сооружений, реставрационно-восстановительные работы [2].

Для корректного достижения цели необходимо было обеспечить сопоставимость величин исследуемых показателей, для чего значения выручки, себестоимости, прибыли были приведены в цены базисного периода (2006 г.) с помощью индексов цен на строительно-монтажные работы [3].

За каждый год были рассчитаны средние значения показателей, которые можно представить в следующей таблице 1:

Таблица 1 – Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности предприятий

Год	Выручка от реализации, млн р	Себестоимость, млн.руб.	Прибыль, всего, млн.руб.	Прибыль от реализации, млн.руб.	Чистая прибыль, млн. руб.	ССЧ
1	2	3	4	5	6	7
2006	17750,9845	16306,4088	1332,02914	1444,57562	798,828267	428,81203
2007	19364,8065	17894,4676	1324,04617	1470,33885	804,6367	439,344203
2008	23114,4527	21046,1657	1759,49642	2068,28691	1087,63299	468,635688
2009	25084,4411	22986,1185	1840,84464	1184,48478	331,999107	474,89726

Продолжение таблицы 1

2010	27515,9734	25541,9514	1662,65831	1974,02201	1060,77824	509,439716
2011	19670,209	18672,9991	827,272185	997,21083	549,96775	512,293443
2012	23742,7726	21921,6463	1162,53749	1821,31935	860,259081	451,366438
2013	26710,8459	24463,3264	1403,4231	2246,03586	974,789425	478,522807

И рассчитаны темпы роста по отношению к 2006 году для сопоставимости исследуемых показателей (таблица 2).

Таблица 2 – Темпы роста основных финансово-хозяйственных показателей, в долях к предыдущему году

Год	Выручка от реализации	Себестоимость	Прибыль, всего.	Прибыль от реализации	Чистая прибыль	ССЧ
1	2	3	4	5	6	7
2006	1	1	1	1	1	1
2007	1,09091451	1,09738863	0,99400691	1,01783446	1,00727119	1,02456128
2008	1,30215047	1,29066835	1,32091436	1,43176092	1,36153543	1,09286973
2009	1,41312957	1,40963708	1,38198526	0,81995346	0,41560761	1,10747187
2010	1,55010971	1,56637502	1,24821466	1,36650653	1,32791776	1,18802571
2011	1,10811933	1,14513253	0,62106163	0,69031404	0,68846806	1,19468067
2012	1,33754681	1,3443577	0,8727568	1,2607989	1,07690115	1,05259742
2013	1,50475293	1,50022771	1,05359789	1,55480671	1,22027408	1,11592673

Графически динамика выручки от реализации, себестоимости, прибыли и ССЧ представлены на рисунке 1.

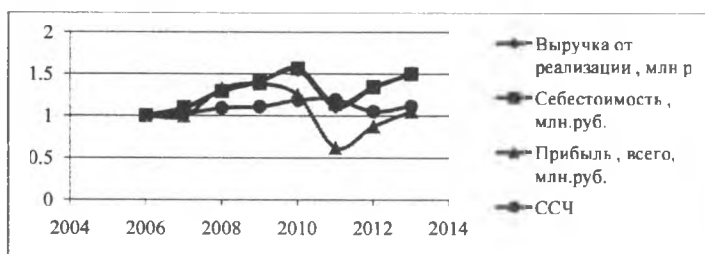


Рисунок 1 – Динамика показателей

Очевидно влияние кризисного 2011 года. Динами совокупной прибыли, прибыли от реализации и чистой прибыли отражена на рисунке 2.

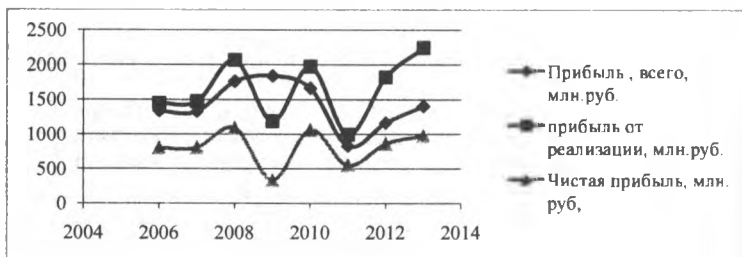


Рисунок 2 – Динамика прибыли

В 2009 году наблюдалась нетипичная ситуация, а именно прирост совокупной прибыли и падений чистой и прибыли от реализации. Это объясняется возможным увеличением внереализационных и операционных доходов.

Далее рассчитываются показатели эффективности: выработка, рентабельность продаж, рентабельность продукции и их базисные темпы роста (табл. 3).

В 2009 при росте выработки было падение роста рентабельности, хотя в теории увеличение выработки должно вызывать прирост прибыли.

Таблица 3 – Темпы роста рентабельности

Год	Выработка	Рентабельность продаж	Рентабельность продукции	Темп роста выработки	Темп роста рентабельности продаж	Темп роста рентабельности продукции
1	2	3	4	5	6	7
2006	41,40	0,08	0,09	1	1	1
2007	44,08	0,08	0,08	1,064763	0,93301	0,927506
2008	49,32	0,09	0,10	1,191497	1,099536	1,109317
2009	52,82	0,05	0,05	1,275996	0,580239	0,581677
2010	54,01	0,07	0,08	1,304778	0,881555	0,872401
2011	38,40	0,05	0,05	0,927544	0,62296	0,602825
2012	52,60	0,08	0,08	1,270711	0,94262	0,937845
2013	55,82	0,08	0,09	1,348433	1,033264	1,03638

Поэтому подробнее рассмотрим влияние выработки на прибыль от реализации и оценим тесноту связи показателей при помощи корреляционно-регрессионного анализа.

На основании имеющейся совокупности данных показателей производственной эффективности были рассчитаны среднегодовые показатели прибыли. Проведенный предварительный анализ продемонстрировал, что прибыль за исследуемый период возросла, однако данный рост был не постоянен.

Проследим, как изменялась среднегодовая выработка на 1 работника в соответствующих годах. Данные для анализа представлены в следующей таблице 4 (показатели в базисных ценах 2006 года отсортированы по прибыли от реализации по возрастанию).

Таблица 4 – Исходные данные для анализа

№	Прибыль от реализации, млн.руб.	Годовая выработка на 1 работника, млн руб
1	2	3
1	997	38,40
2	1184	52,82
3	1445	41,40
4	1470	44,08
5	1821	52,60
6	1974	54,01
7	2068	67,77
8	2246	55,82

Из данных можно сделать вывод, что наиболее результативным отчетным периодом был 2008 год, в котором наблюдался высокий показатель выработки и прибыли.

Вышеприведенные данные позволяют оценить влияние среднегодовой выработки на 1 работника на величину прибыли. Для оценки тесноты связи и по-

строения взаимозависимой модели необходимо провести корреляционно-регрессионный анализ.

В качестве резульативного показателя Y выбрана прибыль от реализации, факторный признак – выработка.

С помощью пакета анализа «Анализ данных» проведены основные расчеты. Полученные значения представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Регрессионная статистика

Показатель	Значение
1	2
Множественный R	0,74357175
R-квадрат	0,552898947
Нормированный R-квадрат	0,478382105
Стандартная ошибка	320,8938608
Наблюдения	8

Множественный R – коэффициент, описывающий тесноту связи. В данном случае значение 0,74 говорит о наличии высокой степени корреляции.

Для приемлемых моделей предполагается, что коэффициент детерминации должен быть хотя бы не меньше 50%, степень точности описания моделью процесса R-квадрат равен 0,55, что говорит о достоверности модели.

В таблице «Дисперсионный анализ» оценивается общее качество полученной модели: ее достоверность по уровню значимости критерия Фишера, который должен быть меньше, чем 0,05. В данной модели значимость $F = 0,034462578$, что говорит о ее достоверности.

Далее определяем значения коэффициентов модели. Полученные коэффициенты регрессии 0,91 и 0,65 следует рассматривать как степень влияния каждой из переменных (темпа роста выработки и темпа роста себестоимости) на размер прибыли. Очевидно, что темп роста выработки оказывает большее влияние. Полученный коэффициент неучтенных факторов -0,5.

Отсюда уравнение для расчета прибыли от реализации (Y) от среднегодовой выработки на 1 работника (X) будет иметь вид $Y = 35,15 - 137X$.

Таким образом, подтверждается сделанное ранее предположение о влиянии выработки: при ее увеличении увеличивается и прибыль. Это говорит о важности производительности труда в формировании прибыли, однако не следует исключать влияние и других факторов. Поэтому для повышения привлекательности белорусских строительных предприятий в качестве объектов инвестирования необходимо уделить должное внимание трудовой дисциплине, производительности труда, качеству рабочего состава, а также содействовать повышению уровня квалификации персонала и качества выполнения работ.

Список цитированных источников

1. Министерство финансов Республики Беларусь. [Электронный ресурс]. – Режим доступа http://www.minfin.gov.by/securities_department/results/results_OAO/. – Дата доступа 02.04.2015.
2. Правовой портал. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kodeksy-by.com/klassifikatory/oked/45.htm>. – Дата доступа 07.03.2014
3. Статистический сборник «Инвестиции и строительство в Республике Беларусь»: Статистический сборник/ Национальный статистический комитет Республики Беларусь; председатель редакционной коллегии В.И. Зиновский. – Минск, 2013. – 256 стр.

ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Целью статьи является рассмотрение сущности иностранных инвестиций и проблем оценки инвестиционного климата в Республике Беларусь.

Важнейшей предпосылкой осуществления экономических преобразований в любой стране являются инвестиции, которые способны обеспечить вложения в развитие и совершенствование производства, социальную сферу, кадровый потенциал. Данный фактор имеет первостепенное значение и для переходного периода к рыночным отношениям, когда создается качественно и структурно новая экономика.

Инвестиции – это вложения капитала в объекты различной деятельности с целью получения прибыли или достижения другого полезного эффекта. В экономической литературе под *инвестициями*, как правило, понимают вложения финансовых и материально-технических средств с целью получения социального, экологического и экономического эффекта. При этом «любая форма инвестирования предполагает вложения капитала в настоящем с целью получения результатов в будущем» [1].

Сущность инвестиционной деятельности и инвестиционного климата, сферы вложения и проблематика

Инвестиционная деятельность – это совокупность практических действий физических, юридических лиц и государства по реализации инвестиций [1].

Объектами инвестиционной деятельности являются:

- вновь создаваемые и модернизированные основные фонды во всех отраслях экономики;
- ценные бумаги (акции, облигации);
- целевые денежные вклады;
- интеллектуальные ценности;
- научно-техническая продукция и другие объекты собственности;
- имущественные права и права на интеллектуальную собственность.

Субъектами инвестиционной деятельности являются: инвесторы, заказчики, исполнители работ, пользователи объектов инвестиционной деятельности, а также поставщики, юридические лица (банковские, страховые и посреднические организации, инвестиционные фонды) и другие участники инвестиционного процесса.

Субъектами инвестиционной деятельности могут быть физические и юридические лица, в том числе иностранные, а также государства и международные организации [2].

Инвесторы осуществляют вложения собственных, заемных и привлеченных средств в форме инвестиций и обеспечивают их целевое использование.

Иностранные инвестиции как особый вид капиталовложений

Осуществляемые на основе эффективного сотрудничества между странами потоки инвестиционного капитала приобретают все большее значение.

Иностранные инвестиции – это вклад иностранного капитала в активы национальных компаний. Это может осуществляться как в денежной, так и в товарной форме.

Иностранные инвестиции в РБ могут осуществляться путем:

- 1) долевого участия в предприятиях совместно с гражданами страны;
- 2) создания новых предприятий, принадлежащих иностранным инвесторам;
- 3) приобретения имущества и ценных бумаг;
- 4) получение прав на пользования землей и природными ресурсами;
- 5) заключение договоров, предусматривающих другие формы применения иностранных инвестиций.

Иностранные инвестиции играют особую роль среди форм международного движения капитала.

Иностранные инвесторы в 2014 году вложили в реальный сектор экономики Беларуси (кроме банков) \$15,1 млрд. инвестиций, что на 0,7% больше, чем в 2013 году. Наибольшие суммы вложили в организации Минска (74%). На Минскую область пришлось 7% валового поступления иностранных инвестиций, Витебскую – 6,8%, Гомельскую – 5,9%. Валовое поступление прямых иностранных инвестиций составило \$10,2 млрд., или 67,4% от всех поступивших, что на \$914,6 млн меньше, чем в 2013 году. Основной формой привлечения прямых инвестиций были долговые инструменты (82,1% от общего объема). Задолженность за товары, работы, услуги в объеме валового поступления прямых иностранных инвестиций за 2014 год составила \$7,7 млрд. и уменьшилась по сравнению с 2013 годом на \$517 млн (на 6,3%).

От резидентов России поступило 50,3% прямых иностранных инвестиций с учетом задолженности за товары, работы, услуги от общего объема прямых инвестиций, от резидентов Соединенного Королевства – 23,8%, Кипра – 7%, Германии – 3,6%. Прочие иностранные инвестиции (не от прямого инвестора) составили \$4,9 млрд, или 32,5% от всего валового поступления. По сравнению с 2013 годом поступление прочих иностранных инвестиций увеличилось на \$1 млрд. (на 26,5%).

Организации Беларуси (кроме банков) в 2014 году направили за рубеж инвестиций на сумму \$6 млрд., что на 5,6% меньше, чем в 2013 году. Значительные объемы были направлены субъектам хозяйствования России (37,7% от всех направленных инвестиций), Нидерландов (20,5%), Соединенного Королевства (18,2%), Украины (13,7%). За 2014 год наибольшие суммы инвестиций были направлены за рубеж организациями Минска (73%), Минской области (9%), Могилевской области (6,3%).

На долю прямых инвестиций в 2014 г. пришлось 70% всех направленных инвестиций за рубеж. По сравнению с 2013 г. сумма уменьшилась на \$481,9 млн (на 10,3%). Белорусские организации направили за рубеж прочих инвестиций на сумму \$1,8 млрд (30% от общего объема). По сравнению с 2013 г. направление за рубеж прочих инвестиций увеличилось на \$125,2 млн, или на 7,5%.

ТОП-10 по итогам 9 месяцев 2014 г. стран-доноров прямых иностранных инвестиций (ПИИ) в Республику Беларусь: Россия 50,5%, Соединенное Королевство 24,6%, Кипр 6,9%, Германия 4,3%, Литва 1,9%, Австрия 1,6%, Польша

1,3%, Китай 1,3%, Украина 1,2%, Швейцария 1,0%. На долю прочих стран-доноров приходится – 5,4%.

Структура ПИИ (с учетом задолженности прямого инвестору за товары, работы, услуги), направленные в январе-сентябре 2014 г. в организации по видам экономической деятельности:

- транспорт и связь (37,4%),
- оптовая торговля и торговля через агентов, кроме торговли автомобилями и мотоциклами (34,3%),
- промышленность (11,5%),
- операции недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг потребителям (4,9%),
- финансовая деятельность (1,1%),
- строительство (1,0%),
- сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство (0,5%),
- гостиницы и рестораны (0,3%) и др.

Привлечение прямых иностранных инвестиций на чистой основе (без учета задолженности прямому инвестору за товары, работы, услуги) за январь-сентябрь 2014 г. составило 1 510,9 млн. долларов США.

Инвестиции с наибольшей эффективностью могут осуществляться в тех отраслях, где для этого созданы наиболее выгодные условия, поэтому для принятия решения об инвестировании, как в информационном, так и в методическом плане, важную роль играет адекватная оценка и прогнозирование инвестиционного климата муниципального образования.

Иностранцы инвесторы имеют право осуществлять инвестирование на территории Республики Беларусь посредством:

- долевого участия в предприятиях, создаваемых совместно с юридическими и физическими лицами Республики Беларусь;
- создание предприятий, полностью принадлежащих иностранным инвесторам, а также филиалов иностранных юридических лиц;
- приобретения предприятий, зданий, сооружений, долей участия в предприятиях, паев, акций, облигаций и других ценных бумаг, а также иного имущества, которое по законодательству Республики Беларусь может принадлежать иностранным инвесторам;
- приобретение прав пользования землей и другими природными ресурсами;
- предоставление займов, кредитов, имущества и других имущественных прав.

Законом запрещается инвестирование в объекты, создание и использование которых не отвечает требованиям экологических, санитарно-гигиенических и других норм, установленных законодательством, действующим на территории Республики Беларусь, или наносит ущерб охраняемым законом правам и интересам граждан, юридических лиц или государства [1].

Организация инвестиционной деятельности предприятия должна учитывать не только достижение главной цели, но и конкретные задачи, которые ставит перед собой каждый субъект. *К важнейшим задачам формирования результативной системы инвестиционной деятельности на предприятии относятся:*

- формулирование долгосрочной стратегии развития предприятия;

- определение рациональных направлений инвестиций;
- контроль за выполнением намечаемых решений и оценка последствий реализации инвестиционных проектов.

Реализация инвестиций (применение инвестиционных решений) в современных условиях определяется предприятием с учетом таких факторов, как инфляция и ожидание роста цен на производственные ресурсы.

Разработка эффективных инструментов для формирования благоприятного инвестиционного климата по привлечению отечественных и иностранных инвестиций является в настоящее время важнейшей проблемой как для страны в целом, так и для ее областей. Ситуация в инвестиционной сфере в данный период складывается таким образом, что Беларусь характеризуется незавершенностью формирования приемлемых условий для повышения притока инвестиционных средств: отсутствием инвестиционного режима, неопределенностью цен на инвестиционную продукцию, несоответствием инвестиционного спроса возможностям инвестиционного сектора и т.д. [3].

Одной из причин такого положения выступает отсутствие общей инвестиционной политики, а также высокий коэффициент риска.

Вследствие этого важнейшим условием повышения притока инвестиций является разработка эффективных методов оценки инвестиционного климата в стране.

Этапы оценки инвестиционной привлекательности:

1. Классификация риска.
2. Выбор соответствующей методики.

Классификация риска – это системное явление, способствующее выделению определенных типологических признаков, которые позволяют разделить общественные процессы на отдельные, отличающиеся друг от друга категории.

При определении стратегии и приоритетных направлений своей деятельности инвестор разрабатывает для себя условия своего присутствия на конкретной территории. При этом инвестор опирается на существующую рейтинговую или другую подобную оценочную характеристику интересующего региона.

Следующим этапом оценки инвестиционной привлекательности после классификации риска является **выбор соответствующей методики**. На сегодняшний день существуют различные методики и подходы к оценке инвестиционной привлекательности. Различия в существующих способах оценки определяются главным образом в зависимости от целей предполагаемого исследования, которые отличаются по количественным и качественным характеристикам, способам отбора показателей и т.д. В настоящее время существуют различные методики, предлагаемые отдельными авторами и целыми школами ведения бизнеса [3].

Способы оценки инвестиционного климата:

- методы балльных оценок;
- методы рейтинговых оценок.

Методики оценки в баллах

Характеристика: позволяют сопоставить основные факторы инвестиционного климата в количественном выражении и определить показатели, учитывающие величины всех его составляющих [4].

Достоинства: простота в использовании и универсальность, благодаря которой ее можно применять в различных странах. Данная методика удобна при сопоставлении уровня развития тех или иных государств, также возможно ее применение как для страны в целом, так и для отдельного региона.

Недостатки: субъективность подхода при расчете необходимых показателей, для нее требуется очень большой объем информации.

Другим способом оценки инвестиционного климата являются *сравнительные (рейтинговые) методики оценки*.

Характеристика: служат для комплексного сравнительного анализа, основаны на комплексном подходе к оценке инвестиционной привлекательности объекта, позволяя проводить расчеты, варьируя различными показателями.

Достоинства: наглядность результатов и сравнительно небольшие затраты, не предъявляют жестких требований к информационной базе, достаточно формализованы и легко интерпретируемы, возможность учета не только абсолютных величин показателей, но и степени их близости (дальности) до показателей максимального элемента.

Недостатки: целесообразны для оценки инвестиционной привлекательности страны в целом, что затрудняет их использование для определения инвестиционных возможностей отдельного региона, поскольку может не всегда верно охарактеризовать потенциал конкретных территорий [4].

Возрастание роли прямых иностранных инвестиций в современной экономике во многом связано с деятельностью транснациональных корпораций (ТНК) и расширением масштабов международного производства.

Привлечение иностранных инвестиций может осуществляться предприятиями (предприятия, принимающие инвестиции, называют реципиентами) различными способами. Основными из них являются:

- 1) кредиты иностранных банков;
- 2) коммерческие кредиты под государственные гарантии;
- 3) связанные кредиты (экспортное финансирование);
- 4) эмиссия и размещение акций через программы АДР;
- 5) использование концессионной системы [4].

Таким образом, на сегодняшний день существует множество различных методик по определению инвестиционной привлекательности территорий через такие самостоятельные характеристики, как инвестиционный риск и инвестиционный потенциал.

Список цитированных источников

1. Закон Республики Беларусь от 12 июля 2013 г. № 53-З «Об инвестициях».
2. Закону Республики Беларусь от 12 июля 2013 г. № 63-З "О концессиях".
3. Иванова, Н.Н. Экономическая оценка инвестиций / Н.Н. Иванова, Н.А. Осадчая. – Ростов-на-Дону, Финкс, 2008. – 218 с.
4. Ример, М.И. Экономическая оценка инвестиций / М.И. Ример, А.Д. Касатов, Н.Н. Матиненко. – СПб.: Питер, 2008 – 47 с.

**СОЦИАЛЬНО-ИСТОРИЧЕСКИЕ
И ГУМАНИТАРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ**

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ БРЕСТСКОГО ОБЪЕДИНЕНИЯ БЕЛОРУССКИЙ СОЮЗ ХУДОЖНИКОВ

Сегодня в мире наблюдается ослабление интереса к художественному искусству среди молодежи, и Беларусь не является исключением. Простым примером является Брестское объединение Белорусский союз художников. Мало кто знает, что в Бресте существует такая организация, под эгидой которой работают художники, скульпторы, ювелиры, графики, керамисты. Удивительно, что многие из них известны за рубежом, а в родном городе их почти не знают. В ходе исследования нами был проведен опрос, в котором приняло участие 100 человек: жителям Бреста был задан вопрос: «Знаете ли вы брестских художников и хотели бы вы приобрести их работы?». Почти 100% ответов было «нет, я не знаю». Эффективным методом популяризации искусства является реклама. Мы сняли рекламный ролик в виде презентации данного объединения, а именно работ художников, членов этого объединения. Когда мы показывали аудитории отснятый нами ролик с работами брестских художников, больше 62% опрошенных проявили интерес и желание купить их работы. Это некоммерческая организация, которая не ставит перед собой цели получить большую прибыль. Ее основная цель – привлечение в свои ряды молодых людей с профессиональным художественным образованием и лоббирование их интересов, продвижение их работ. Однако ввиду отсутствия финансирования и навыков маркетингового продвижения работ членов организации, деятельность данного объединения сопряжена с рядом трудностей.

Председателем Брестского объединения Белорусский союз художников с конца 2014 года является Рябов Павел Анатольевич. В 2016 году объединению исполнится круглая дата – 70 лет. История объединения началась в 1946 году, когда были основаны художественные мастерские, реорганизованные в брестскую областную организацию Союз художников БССР. А уже после распада СССР организация получила название Белорусский союз художников. У истоков становления союза стояли старейшие живописцы: Э. Куфко, П. Данелия, И. Фетисов, И. Рудчик, Н. Чурабо, В. Шикин. Тогда этот союз насчитывал всего лишь 10 человек. Сегодня же в союзе 49 человек. Все они талантливые и выдающиеся люди. Все жители и туристы Бреста могут наслаждаться работами брестских скульпторов: памятник тысячелетия – работа Николая Павлючика, также памятник Афанасию Брестскому, всем известные часы на Советской и коты не далеко от «Детского мира». В организации работает один ювелир – Николай Кузьмич. Он родился 28 ноября 1950 года в с. Патрики Кобринского района Брестской области. Именно он в 1993 году воссоздал утерянный во время второй мировой войны Крест Ефросиньи Полоцкой, а также восстановил технику перегородчатой эмали XII века.

Познакомившись с интересными художниками, узнали много интересного:

1. В одной работе используются примерно 8-9 кистей различных по величине и жесткости. Также в работе могут быть использованы пальцы рук, мастихин

(специальный нож или мастерок, использующийся в масляной живописи для смешивания красок, очистки палитры или нанесения густой краски на холст).

2. Художники не всегда делают наброски карандашом, зачастую они сразу берутся за кисть и масло. Некоторые не могут начать работу на чистом холсте, поэтому они перед работой делают на холсте различные разноцветные мазки.

3. Художники затрачивают достаточно много средств на приобретение всех необходимых инструментов. Поэтому на рабочем месте любого художника всегда можно увидеть огромное количество кистей, разных банок с растворителем, тюбиков с маслом, мастихинов и т. д. Как сказал Игорь Алексеевич Романчук (художник, участник союза, на его работах легко можно узнать улицы нашего родного города Бреста): «Художник не должен скупиться на материалы: рисуя абы чем, абы на чём получится абы что!»

К сожалению, союз переживает не лучшие времена. Это обусловлено рядом проблем, которые существуют в объединении:

1. талантливые люди этого объединения неизвестны в нашей стране. Художники, скульпторы – все они выступают от своего имени, а не от имени союза.

2. финансовая проблема

3. нехватка «свежей крови», в организации работают люди, в основном, в возрасте от 40 лет. Поэтому союзу необходимо привлечение молодых профессионалов с интересными идеями, новым видением мира.

Для устранения этих проблем мы предлагаем следующие стратегические решения развития Брестского объединения Белорусский союз художников:

1. Разработка электронной презентации-фильма для ознакомления с объединением. Этот фильм выполнен авторами данной научной работе, в дальнейшем его можно разместить на сайте организации, для просмотра посетителям сайта.

2. Создание и внедрение собственного сайта союза в Интернет, а также Интернет магазина, где были бы представлены все работы участников союза. Сейчас, когда все люди пользуются Интернетом, крайне важно, чтобы у объединения был свой сайт с обратной связью, где была бы размещена вся информация: о предстоящих выставках, конкурсах, об участниках и их работах и т.д..

3. Разработка заявок на участие в международных проектах, направленных на популяризацию художественного искусства.

4. Разработка проектов для финансирования местными органами власти, в частности выставок работ художников для массового просмотра, в том числе за рубежом.

5. Участие в интернет-аукционах, для чего необходимо создание пиар-центра.

6. Участие в международных выставках, показах, конкурсах. К сожалению, сейчас, была замедлена активность участия в различных международных выставках. Несомненно, участие в них, привело бы к успеху и знаменитости всех участвующих.

7. Организация уличного показа с креативной подачей работ художников. Т.к. молодежь довольно редко ходит на выставки, в музеи, то необходимо самостоятельно провести показ работ на улицах Бреста, чтобы все увидели, не только молодое поколение, какие талантливые люди творят красоту.

РАЗВИТИЕ МЕТОДОВ РАСЧЕТА СООРУЖЕНИЙ И ЗАКОНЫ ДИАЛЕКТИКИ

Строительные сооружения и конструкции рассчитываются для того, чтобы обеспечить безопасность, надежность и долговечность их работы и эксплуатации под нагрузками и воздействиями при соблюдении их экономичности, то есть минимальных расходов материалов, затрат на изготовление и монтаж и т.п.

Первые теоретические основы расчета строительных конструкций в строгом виде были сформулированы в XIX веке, когда был разработан метод расчета конструкций по допускаемым напряжениям, который применялся вплоть до 1938 года. По методу допускаемых напряжений требуется [1], чтобы наибольшее напряжение, возникающее в опасной точке, не превышало так называемого допускаемого напряжения:

$$\sigma_{\max} = \frac{S}{\Gamma} \leq [\sigma] = \frac{\sigma_{\text{оп}}}{K}; \quad \Delta \leq [\Delta],$$

где S – усилие в элементе, сечения и т. д. (продольная сила N , изгибающий момент M и т.д.); Γ – геометрический фактор (площадь A , момент инерции W поперечного сечения и т.п.); $[\sigma]$ – допускаемые напряжения; $\sigma_{\text{оп}}$ – опасные напряжения (для пластических материалов – предел текучести, для хрупких материалов – пределу прочности материала); K – коэффициент запаса прочности, назначаемый нормативно с учетом ряда факторов; Δ – перемещения; $[\Delta]$ – допускаемые перемещения.

Теория основывалась на предположении об упругой работе материала, пропорциональности напряжений и деформаций до истощения возможности эксплуатации конструкций. Недостатком метода расчета по допускаемым напряжениям является то, что влияние различных факторов, влияющих на прочность элемента, учитывается одним (общим) коэффициентом запаса прочности, не учитывается многофакторность причин истощения возможностей эксплуатации конструкций, поэтому был неточным. Метод давал надежные результаты, но приводил к неэкономичным решениям, к неоправданному перерасходу материала за счет неизбежного завышения коэффициента запаса K .

С 1938 г. для расчета железобетонных конструкций стала применяться теория расчета по разрушающим (предельным) усилиям S (нагрузкам F). Ее основное уравнение:

$$S \leq [S] = \frac{S_{\text{пред}}}{K},$$

где $S_{\text{пред}}$ – предельное усилие в элементах – определялось с учетом свойств материала в стадии разрушения (например, с учетом диаграммы Прандтля); K – коэффициент запаса, по-прежнему общий и поэтому неточный, ведущий к неоправданному перерасходу материала, излишней несущей способности конструкций и неэкономичности решений.

Развитие науки продолжалось, более точными становились экспериментальные методы определения свойств материалов, расширялись теоретические ис-

следования, развивались методы расчета, используемые теории и подходы к расчетам все больше не удовлетворяли возрастающим объемам строительства и требованиям экономичности.

И с 1955 г. в СССР для расчета строительных конструкций был принят метод расчета по предельным состояниям, дающий возможность более гибкого учета влияния различных факторов на прочность элементов сооружения и устанавливающий связь расчета с эксплуатационными критериями годности сооружения.

В методе расчета по предельным состояниям принято две группы предельных состояний, ограничивающих нормальную эксплуатацию конструкций или делающих ее вообще невозможной.

1-я группа – по непригодности к дальнейшей эксплуатации. В нее входят:

- вязкое, хрупкое или усталостное разрушение;
- потеря устойчивости формы (общая или местная);
- потеря устойчивости положения (например, для подпорных стенок);
- качественное изменение конструкции, превращение ее в геометрически изменяемую систему;
- чрезвычайно большие деформации, связанные с текучестью материала, резонансом, недопустимые остаточные деформации и др.
- одновременное действие силовых факторов и окружающей среды.

Переход за предельное состояние первой группы – это всегда большие потери, часто сопровождающиеся утратой ценного оборудования и даже гибелью людей. Поэтому переход за предельные состояния этой группы недопустим ни в коем случае за весь срок эксплуатации конструкций. Тем более, что неизвестно, когда произойдет этот переход за предельное состояние: во время возведения сооружения или после многих лет его эксплуатации.

Основное уравнение предельных состояний 1-й группы:

$$S_p \leq \Phi.$$

Здесь: S_p – самое опасное, вероятное при заданных условиях за весь срок эксплуатации усилие в конструкции, ее элемента при самом невыгодном сочетании нагрузок и воздействий, получаемое от действия расчетной нагрузки. Расчетная нагрузка определяется путем умножения нормативной нагрузки на коэффициент надежности по нагрузке γ_f .

$$F_p = F_n \cdot \gamma_f;$$

Φ – несущая способность конструкции, ее элемента, определяемая через нормативное сопротивление материала и геометрические характеристики сечения:

$$\Phi = R_m A_c \frac{\gamma_c}{\gamma_m},$$

где γ_c – коэффициент условий работы (учитывает по существу степень идеализации расчетной модели, включая отклонения от заданных размеров, начальные несовершенства, условия эксплуатации, влияние возможной коррозии и т.п.); γ_m – коэффициент надежности по ответственности (учитывает степень ответственности сооружений).

2-я группа – по непригодности к нормальной эксплуатации или снижению долговечности конструкций. Это появление недопустимых перемещений в ши-

роком смысле (линейные, углы поворота, колебания, появление или чрезмерное раскрытие трещин и т. п.). Основное уравнение предельных состояний 2-й группы говорит о том, что расчетное перемещение (прогиб) не должно превышать его предельной величины:

$$\Delta_r \leq \Delta_{r, \text{пред}}$$

За прошедшие годы эта методика неоднократно модернизировалась, но ее основа – отдельный учет разных факторов, влияющих на пригодность конструкций к эксплуатации и вероятностный подход к обеспечению пригодности конструкций к эксплуатации – сохранилась.

К концу XX века и метод расчета по предельным состояниям перестал соответствовать уровню развития науки и требованиям времени.

Широкое развитие получили вероятностные подходы в оценке свойств материалов, в оценке величин нагрузок, что позволило определять более точные их значения, более глубокое развитие получили методы расчета, учитывающие нелинейную работу материалов, более четко стало возможным определять предельное состояние сечений, а также конструкций и сооружений в целом. Серьезное развитие получили и методы оценки надежности конструкций и сооружений.

Сегодня (с 2015 г.) расчет строительных конструкций в Республике Беларусь выполняется по Евронормам. Подходы и методы расчета вобрали в себя результаты научных исследований многих стран, получили международный уровень. Здесь прослеживается и переход от национального к интернациональному.

Изложенная история развития методов расчета строительных сооружений четко иллюстрирует и подтверждает действие закона отрицания отрицания, одного из основных законов диалектики [2].

Закон отрицания отрицания характеризует направление процесса развития, единство поступательности и преемственности в развитии, возникновения нового и относительной повторяемости некоторых моментов старого. Впервые был сформулирован Г. Гегелем, хотя отдельные черты этого закона (диалектический характер отрицания, роль преемственности в развитии, нелинейный характер направления развития) фиксировались и в предшествующей истории философии.

Отрицание старого происходит в результате действия объективных законов, как процесс разрешения, возникающих внутренних противоречий – несоответствия потребностей общества и уровня подходов в методах расчета.

Современная модель закона отрицания отрицания в развитии методов расчета в теории сооружений включает:

- прогрессивную направленность действия закона, ведущего к повышению уровня точности расчета, к учету все большего количества факторов, влияющих на напряженно-деформированное состояние элементов сооружения;

- рост упорядоченности структуры (уменьшение ее энтропии) от отрицания к отрицанию на основе накопления информации, экспериментальных данных и теоретических исследований;

- зависимость характера отрицания от уровня организации, в уменьшении доли элиминируемого от скачка к скачку, при переходе к более точным методам расчета;

- относительную завершенность процесса самоорганизации после ряда циклов (отрицаний), и переходу к более глобальным подходам, учитывающим более широкий спектр результатов исследований (переход к Евронормам).

В приведенном виде закон отрицания отрицания наиболее полно выражает (и отражает) диалектическую концепцию развития. В нем как бы сконцентрирована центральная проблема диалектики – теория развития, ибо закон отрицания отрицания раскрывает механизм развития как борьбу противоположностей, формулирует понятия диалектического ритма движения и цикличности, связанных с усилением и снятием противоречий. Закон отображает не только преемственность и скачкообразность переходов возросшего количества в новое качество, но и диалектику и прогрессивную направленность этих переходов. При этом закон отрицания отрицания заключает в себе огромный мировоззренческий смысл и является не только одним из всеобщих законов диалектики, но как бы синтезирует в себе и другие законы диалектики.

Диалектическое отрицание не просто удерживает часть отрицаемого, но преобразует его применительно к новому качеству. Развитие совершается таким образом, что оставшиеся от старого элементы структуры и соответствующие им свойства приобретают новые свойства, подчиняются новым законам. Таким образом, диалектическое отрицание выполняет роль связующего звена между старым и новым, обеспечивая преемственность в развитии.

Список цитированных источников

1. Снитко, Н.К. Строительная механика: учеб. для вузов. – М.: Высшая школа, 1980. – 431 с.
2. Лебедев, С.А. Философия / С. А. Лебедев [и др.]. – М.: МГУ, 2004. – 304 с.

УДК 159.923.3

Дмитрук М.М.

Научный руководитель: доцент Бурко О.П.

ПОЧЕРК – ОТРАЖЕНИЕ ХАРАКТЕРА ЧЕЛОВЕКА

Растущая с каждым годом популярность компьютеров, электронной почты и электронных блокнотов, СМС, наборов стикеров с напечатанными фразами-подсказками, а также других средств быстрого общения постепенно уводит современного человека от возможности выразить свои мысли, написав их собственноручно. Возможно, в недалеком будущем письмо или открытка, написанные «от руки», станут желанным приобретением. Сегодня в мире отмечается День почерка или, говоря более элегантно, День ручного письма (National Handwriting Day), который учрежден с целью напомнить всем нам об уникальности ручного письма, о необходимости практиковаться в нем, о неповторимости почерка каждого человека.

Формирование почерка начинается в младших классах. Развитие личности ребёнка накладывает отпечаток на то, как он старательно и аккуратно выводит свои первые буквы. Желая строчить, «как курица лапой», здесь не найдешь. Индивидуальность характера влияет и на неповторимость почерка. В каждой написанной букве – эмоциональное состояние человека. Мозг подсознательно движет рукой автора. Вы не задумываетесь о том, КАК вы пишете – ва-

ши мысли направлены на то, ЧТО вы пишете. Так что собственно процессом письма управляет подсознание. Следовательно, вполне естественно, что между почерком и психическим (физическим) состоянием человека существует определенная зависимость. Каждый штрих в буквах неизбежно несет в себе отпечаток личности автора. Естественно, многое зависит от того, где и когда обучался человек, в каком окружении он жил, наконец, от физического состояния его рук. Но наиболее сильные эмоциональные переживания, душевные болезни и мощные влияния окружающей среды оседают в подсознании и влекут за собой характерные изменения в движениях рук. Сознание «выражает себя» через устную речь, подсознание может «выражать себя» и через почерк.

Идея о связи почерка с душевными качествами человека восходит к античности. Еще Аристотель утверждал, что почерк отражает характер пишущего. В эпоху Возрождения, когда письменность стала достоянием достаточно широких слоев общества, графология явилась предметом серьезного обсуждения, свидетельством чему служит, к примеру, трактат итальянца Бальдо о том, как по письму можно узнать характер и свойства пишущего.

К теме определения характера по почерку обращались Лейбниц, Гете, Лафатер. Исследования аббата Мишона, начатые в середине XIX века, дали толчок появлению нескольких направлений в графологии. И все же необходимо признать, что предположения о возможности диагностики по почерку сложных по происхождению и структуре свойств личности не получило к настоящему времени убедительного научного подтверждения, как не привели к успеху попытки найти прямые однозначные связи между графическими признаками письма и с якобы соответствующими им чертами характера, особенностями биографии и т.д.

Графология – это изучение проявления в почерке индивидуальных особенностей человеческой личности. По мнению графологов, поскольку не существует двух одинаковых почерков, почерк является такой же формой проявления личности, ее «подписью», как голос или выражение лица. Кроме того, по моему твердому убеждению, существует возможность значительной самокоррекции психики человека, владеющего этими знаниями, критично оценивающего себя самого. Я имею в виду, что знание своих скрытых, неудобных черт, найденных в собственном почерке, вызывает торможение развития этого негатива, т.е. образуется сдерживающая психологическая обратная связь, и соответственная толерантность в поведении.

О графологии можно говорить, во-первых, как о самостоятельной фундаментальной науке, во-вторых, как об уникальном методе психодиагностики.

Графология, как фундаментальная наука о почерке, имеет давнюю историю развития и непростую судьбу. Научная графология имеет собственный понятийный аппарат и методологию. Как любая наука, графология стремится к обобщению, систематизации экспериментальных и других эмпирических данных, к установлению внутренних закономерностей.

Многочисленные исследования зарубежных графологов (Х. Кноблаха, Л. Михеля, А. Рафаэли, Я. Бека), российских графологов начала прошлого века (Д.М. Зуева-Инсарова, И.Ф. Моргенштерна, В.Д. Орлова), психологов (А.Р. Лурии, А.Н. Леонтьева, А. Анастаси), психиатров (В.Н. Образцова, Т.В. Лесовской) и криминалистов (Х. Пфанне, Э. Локара, Е.Ф. Буринского, З.И. Кирсанова) сформировали ряд научных положений, связанных с установлением по почерку пси-

хологических черт личности. В то же время эта проблема еще далека от разрешения. В первую очередь она связана с почти полным отсутствием серьезных исследований в отечественной науке. В то же время, наличие функциональных связей между личностью и ее почерком не вызывает возражений и подтверждается всей историей развития почерковедения.

На сегодняшний день, самыми известными и продуктивными графологическими школами в экспериментальной области являются немецкая, французская, израильская, итальянская и венгерская, в активе которых ряд исследований, проведенных на многочисленных репрезентативных выборках (от нескольких сот испытуемых до нескольких тысяч).

Наиболее значимые имена в научной графологии – это Жан Ипполит Мишон, Крепье Жамен, Людвиг Клагес, Роберт Содек, Клара Роман, Макс Пулвер, Рудольф Пофаль, Вильгельм Хегер, Тея Штейн-Левинсон, Исраэль Одэм, Урсула Аве-Лаллемант.

Графология как уникальный метод экспрессивной психодиагностики, является частью практической психологии. Психологическая диагностика по почерку возможна благодаря существованию такого явления, как психодинамический стереотип, выработанный путем взаимодействия и взаимовлияния центров головного мозга и моторики руки.

Почерк – это обратная связь с психикой. Он, подобно оптически точному зеркалу, отражает и врожденные, и приобретенные свойства личности. Зигмунд Фрейд писал: «Без сомнения, посредством почерка человек выражает свою индивидуальность». А Бенджамин Дизраэли, премьер-министр Англии, живший в XIX веке говорил: «Почерк автора, как и все произвольные действия человека, имеет сходство с его характером». Многие известные люди тоже придерживались данного мнения: это Альберт Эйнштейн, Эдгар Аллан По, Жорж Санд и другие. Почерк следует за всеми изменениями, происходящими с личностью, и позволяет отследить динамику ее развития на разных возрастных этапах, а также дает информацию о глубинных внутренних процессах в периоды личностных кризисов.

Графология, как и всякий психологический анализ, является наполовину наукой, наполовину искусством. Степень успешности графологического анализа зависит от подготовки специалиста, его личного опыта, образования. Большинство школ графологии считают необходимым начинать с получения общего впечатления от рукописи. Затем исследуются отдельные аспекты: размер, наклон, ширина, вертикальные пропорции, правильность, связность, форма соединения, нажим, скорость, ритм, равномерность линий, степень упрощения начертания букв, расстояния между словами и строками, поля, общее расположение и многочисленные мелкие детали, такие как способ ставить точки над «i». Изучение этих характеристик – «чистая графология», вполне научная процедура в том смысле, что такие факторы, как пропорции и углы, размеры и интервалы могут быть измерены и обобщены.

Элементы, свойственные индивидуальному почерку – пространственные, конструктивные, некоторые двигательные тенденции – сильно разнятся. Их очертания определяются сознательным или бессознательным выбором пишущего. Каждая особенность имеет психологическую интерпретацию, которая подкрепляется, ослабляется или изменяется при исследовании других характе-

ристик почерка. Искусство графолога заключается в умении оценить доминирующие тенденции и их взаимодействие.

Например, если почерк крупный, это указывает на склонность пишущего к экспансивности, к тенденции «думать о главном». Другие отличительные особенности того же почерка, в частности наклон, помогают определить, обращена ли подобная сосредоточенность на «главное» вовне, на внешние события, внутрь, на самого пишущего, или же носит смешанный характер, и в какой степени. Применительно к социальной сфере ширина букв показывает, общителен пишущий или же застенчив. Торопливость или аккуратность письма говорит о том, спешит ли пишущий, импульсивен ли он, непредсказуем, эмоционален или же уравновешен, осмотрителен и сдержан. Оценки, содержащиеся в рабочей таблице графолога, преобразуются затем в отчет.

О многом может рассказать подпись человека. По ней можно узнать даже о тех чертах характера, которые человек скрывает от окружающих и самого себя. Так стандартная, незамысловатая подпись указывает на уверенность в себе и смелость. Подпись, состоящая из петель, встречается у хитрых и наблюдательных людей. Зачеркнутая подпись говорит об импульсивности и энергичности, а подчеркнутая – о предприимчивости. Робкий и замкнутый человек обводит подпись или несколько ее букв в кружок. Зигзагообразный росчерк говорит о неуравновешенности. Росчерк в виде черты – признак эмоциональности. А если росчерк отсутствует, то это характеризует человека как умного и расчетливого. Если автографы слишком похожи, один из них – фальшивый.

Как не встречается абсолютно идентичных почерков у разных людей, так не бывает и абсолютно одинаковых автографов у одного и того же человека. Каждый новый, хоть немного, да отличается от прежнего, а поэтому, если автографы вдруг оказались похожими как две капли воды, эксперты не сомневаются: один из них – фальшивка.

Подделать почерк или подпись можно двумя способами. Первый – техническая подделка. Имея на руках образец, человек на просвет через стекло переводит каждую букву, затем обводит и в результате очень кропотливого труда получается текст, по почерку совпадающий с почерком оригинала. Но, при этом, проявляются признаки замедленности письма.

Лучший результат получается, когда в ходе предварительной тренировки человеку удается выработать у себя необходимые двигательные навыки, позволяющие имитировать чужой почерк или подпись. Но для этого требуется определенный талант.

Основными областями применения графологии являются подбор персонала, профессиональная ориентация, исторические изыскания. Графология предназначена как подсказка для людей в сфере занятости и бизнеса, которым такие исследования помогут узнать больше информации о человеке и выявить черты характера, о которых многие любят умалчивать. Люди, связавшие свою жизнь с криминалистикой, часто обращаются за помощью к этой науке, и это имеет вполне понятные причины. Медицина тоже часто пользуется помощью графологов, для исследований связей между различными заболеваниями и признаками почерка. Помимо задачи по обнаружению телесных болезней в почерке, медицинская графология стремится обнаружить также и психосоматический фон, другими словами, душевные проблемы, которые способствовали или даже бы-

ли причиной физического проявления болезни. И наоборот – понять влияние физической болезни на душевное состояние. В детстве изучение этой науки может помочь родителям развить ребенка в нужном направлении и заметить особенности его темперамента и характера.

Таким образом, почерк – отражение нашего внутреннего мира, сущности, особенностей характера, темперамента, отношения к миру и, конечно же, отношения к самому себе. Стоит помнить об этом даже тогда, когда пишете простую записку, потому что почерк – это своеобразный «слепок» личности, не зря еще китайский мудрец и философ Конфуций писал: «Бойтесь человека, почерк которого напоминает движение тростника, колеблемого ветром».

Список цитированных источников

1. Гольдберг, И.И. Психология почерка. – Екатеринбург: У!Фактория; М.: АСТ МОСКВА: ХРАНИТЕЛЬ, 2008. – 237 с.
2. Исаева, Е.Л. Практическая графология. Как узнать характер человека по почерку. – М.: Рипол Классик, 2010. – 256 с.
3. Соломевич, В. И. Почерк и характер. – Мн.: Харвест, 2009. – 640 с.
4. Щеголев, И.В. 16 типов личности. Почерк и характер человека: учебное пособие. – СПб.: Питер, 2007. – 160 с.
5. Кравченко, В.И. Графология: характер по почерку: учебно-метод. пособие; ГУАП. – СПб., 2006. – 92 с.: ил.
6. Алесковский, С.Ю. Основы графологии / С.Ю. Алесковский, Я.В. Комиссарова. – Москва: Юрли-тинформ, 2008. – 216 с.
7. Обозов, Н.Н. О чем расскажет почерк: метод. пособие. – СПб.: Б.и., 1993. – 38 с.

УДК 334.722-053.81(1-87)

Комаровская С.А.

Научный руководитель: доцент Михальчук Н.А.

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ И ПОДДЕРЖКИ МОЛОДЁЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Молодёжь является наиболее активной частью общества, которая быстро реагирует на любые изменения в жизни, эффективно воспринимает полезные их стороны, является источником свежих идей и инноваций. Такие качества особенно востребованы в предпринимательской среде. Однако, в Республике Беларусь наблюдается неблагоприятная тенденция: безработица среди молодёжи (возраст 16-29 лет) с каждым годом увеличивается. Если на конец 2013 г. численность безработной молодёжи составляла 7251 человек, то на конец 2014 г. – 7289 человек [1], т.е. на 0,5% больше, что говорит как о неразвитости рынка труда молодёжи, так и недостаточности условий для развития молодёжного предпринимательства.

В Республике Беларусь относительно незначительная база поддержки и развития именно молодёжного предпринимательства. Например, только в г. Минске для развития молодёжного предпринимательства действует Центр по содействию занятости молодёжи и развитию молодёжного предпринимательства и единственный молодёжный инкубатор «Молодёжная социальная служба».

Обратимся к опыту зарубежных стран и рассмотрим механизмы и формы поддержки молодежного предпринимательства, существующие в мировой практике.

Благотворительные фонды – первостепенной функцией таких фондов является частичное или полное финансирование start-up-проектов. Примером является действующая в 40 странах Международная сеть программ поддержки молодежного бизнеса (YBI), которая представляет собой международную сеть независимых некоммерческих инициатив, которые направлены на содействие молодым людям в создании и развитии своего собственного дела и в расширении занятости. Члены YBI оказывают молодым предпринимателям помощь в виде обучения, доступа к финансовым средствам и наставничества. В 2013 году члены YBI оказали поддержку 14406 молодым людям в начинании своего собственного бизнеса и обучили предпринимательству почти 200 000 молодых людей [2].

Студенческие бизнес-клубы на базе университета – организация дискуссионных клубов; проведение учебных курсов, тренингов; консультации в различных сферах менеджмента и бизнеса. Выступают в качестве информационной площадки для инвесторов. Периодически организуются конкурсы бизнес-планов, разработанных студентами – участниками клуба. Наиболее успешные авторы могут рассчитывать на финансирование своих проектов венчурными инвесторами (Aalto Entrepreneurship Society and Aalto Venture Park, Финляндия; Columbia Entrepreneurs Organization (CEO), США; GSB Entrepreneur Club, США; HBS Entrepreneurship Club, США и другие).

Национальные и интернациональные бизнес-клубы – организация дискуссионных клубов; проведение учебных курсов, тренингов; консультации в различных сферах менеджмента и бизнеса. Главное отличие от студенческих бизнес-клубов заключается в том, что доступ к информации получают не только студенты одного определенного университета, но любые молодые предприниматели без привязки к учебному заведению (Asia-Pacific Student Entrepreneurship Society (ASES); National Association for Community College Entrepreneurship (NACCE), США и другие).

Бизнес-кампусы – это академические курсы с расширенной практической частью, посвященной разработке и реализации бизнес-проектов (Hinman Campus Entrepreneurial Opportunities Program (Hinman CEOs), США; The Austin Entrepreneurship Program at Weatherford Residential College, США).

Бизнес-инкубаторы для студентов и/или молодых предпринимателей (Student Business Incubators, SBI) созданы для облегчения реализации бизнес-проектов предпринимателями, у которых мало опыта. Им предоставляются офисные площади по сниженным ценам, а также прочие льготы. Для таких организаций типично предоставление консультаций в различных сферах, связанных с предпринимательским делом. Реже возможна финансовая поддержка стартапов. Как правило, студенческие бизнес-инкубаторы (SBI) создаются на базе университетов, но также есть множество независимых от университетов коммерческих структур (Darebin Enterprise Centre Ltd (DECL), Австралия; Student entrepreneurship project, Швейцария, SUREstart Business Incubators, Шотландия и многие другие).

Молодежные дискуссионные клубы – не имеют целью поддержку реализации бизнес-проектов участников, но созданы для воспитания предпринимательской культуры, для образования молодежи в сфере бизнеса. Традиционно они занимаются организацией студенческих конференций, бизнес-школ, семинаров

с участием опытных бизнесменов. Однако, они не преследуют целью финансовую или же информационную поддержку молодежных start-up -проектов, поэтому мы не будем подробно рассматривать организации такого типа в данном исследовании (австралийский Business Student Club на базе Университета Квинсленда (University of Southern Queensland) и Collegiate Entrepreneurs' Organization, США).

Консультационные студенческие организации – это студенческие сообщества, которые созданы именно для поддержки студентов, начинающих реализацию своих бизнес-проектов. Они помогают молодым предпринимателям в составлении бизнес-планов, консультируют в финансовых, бухгалтерских, маркетинговых вопросах. Стоит отметить, что такие организации и сообщества предоставляют информационную поддержку без финансирования стартапов (Student Business Services, созданный на базе Университета Окленда (Oakland University), США, штат Мичиган).

С целью вовлечения молодёжи в предпринимательскую деятельность за рубежом активно реализуются государственные программы и конкурсы по поддержке и развитию молодёжного предпринимательства.

Международная студенческая программа «Молодежь и предпринимательство» (МиП) в которой принимают участие около 30 учреждений образования из России, Украины, Беларуси, около 130 членов жюри, около 600 студентов и руководителей команд. МиП-программа включает: международный чемпионат «Молодежь в предпринимательстве»; международный конкурс бизнес-планов «Startup-Кооперация»; подготовительные семинары к конкурсу и МиП-чемпионату; обучающие семинары и тренинги по вопросам ведения бизнеса, по личностному и карьерному росту; бизнес-встречи с предпринимателями; мастер-класс «Практики вдохновляют»; экскурсии на предприятия бизнеса; ярмарку вакансий; проектную деятельность; проведение конференций по бизнес-образованию; трудоустройство (во внеучебное время, на практику, после выпуска). Мероприятия программы МиП – это идеальная платформа для продвижения интересов компаний среди влиятельной аудитории. В частности, можно решить одну из следующих задач: найти отличные кадры для бизнеса из числа наиболее успешных студентов и выпускников университетов; подчеркнуть лидирующий статус компании; привлечь внимание деловых партнеров; приобрести новые контакты в органах власти, академической среде и в среде студенческой молодёжи; предложить целевой аудитории конкретные продукты и услуги; рекламировать компанию во время всех публичных мероприятий МиП, на сайтах, в печатных материалах, изданных в рамках МиП [3].

Например, в России действует **Международная программа «Молодежный бизнес России»**, которая направлена на содействие развитию молодежного предпринимательства, поиск альтернативных методов создания рабочих мест и способствует вовлечению молодежи в социально-экономические процессы региона, используя обучение и консультирование, доступ к финансированию и наставничество. Банк «Центр-инвест» осуществляет разные программы кредитования для начинающих предпринимателей. С целью поддержки молодежных проектов, банк реализует уникальную для местного рынка программу «Молодежный бизнес России». Молодые предприниматели в возрасте от 18 до 35 лет получают льготные кредиты без залогов и поручительств на срок до 3-х лет.

Максимальная сумма – 300 000 руб., процентная ставка 12% годовых. Основанием для выдачи займа является бизнес-план, который предварительно рассматривается и одобряется членами экспертного совета [4].

Федеральная программа «Ты – предприниматель» предназначена для молодых людей от 18 до 30 лет, которые планируют открытие собственного дела и для тех, кто уже имеет свой бизнес. За 3 года работы программы в Астраханской области 17500 молодых людей узнали о программе, 2500 участников прошли образовательную программу и 330 молодых предпринимателей открыли свое дело. Преимущества программы: возможность получения гранта на открытие собственного бизнеса до 100 тыс. рублей; возврат госпошлины за регистрацию документов; консультирование по вопросам создания и ведения бизнеса, вопросам налогообложения, консультативные юридические и бухгалтерские услуги; оказание поддержки в получении государственного финансирования различных уровней (формирование пакетов документов и сопровождение); бесплатный образовательный бизнес – курс и vip-лекции от федеральных бизнес-тренеров, мастер-классы, инвест-сессии; помощь в регистрации бизнеса; помощь в написании конкурентоспособного бизнес-плана; возможность привлечения инвесторов на региональных и всероссийских конкурсах и форумах; участие и конкурсах по предпринимательству и форумах различного уровня: молодежный образовательный форум «СелиАС», всероссийский форум «Селигер», итоговый федеральный конгресс молодых предпринимателей «Молодой предприниматель России» и многие другие [5].

Всероссийский конкурс «Молодой предприниматель России» – проект федерального масштаба, инициированный с целью развития малого бизнеса и популяризации предпринимательства в молодежной среде. Цель конкурса – выявить и поощрить молодых талантливых людей, ведущих предпринимательскую деятельность, сформировать позитивный образ молодежного предпринимательства как важного фактора развития страны.

Как показывает опыт зарубежных стран, молодежное предпринимательство – это достаточно сложный сектор экономики, который требует особенно серьезного внимания, и со стороны государственных органов, и со стороны бизнеса.

Сопоставив отечественный и зарубежный опыт форм и способов поддержки и развития молодежного предпринимательства, мы видим, что в настоящее время в Республике Беларусь молодежное предпринимательство является практически неразвитым, отсутствует целостная система, способствующая формированию потока молодежных инновационных проектов и единого коммуникационного пространства среди активной молодежи.

На наш взгляд, для начала в Республике Беларусь целесообразно создать студенческие бизнес-клубы на базе университетов, национальные и интернациональные бизнес-клубы, бизнес-кампусы, которые способствовали бы освоению студентами различных специальностей базовых практических навыков ведения предпринимательской деятельности и формирования предпринимательской культуры.

Список цитированных источников

1. Министерство труда и социальной защиты населения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mintrud.gov.by/ru/sostojanie>. – Дата доступа: 01.03.2015.

2. Youth Business International [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.youth-business.org/resources-and-media/annual-reports/>. – Дата доступа: 08.03.2015.

3. Республиканская конференция предпринимательства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rce.by/>. – Дата доступа: 19.03.2015.

4. Банк ЦЕНТР-ИНВЕСТ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.centrinvest.ru/ru/about/news/19495/>. – Дата доступа: 10.03.2015.

5. Программа ТЫ-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://molpred30.ru/Content/Page/1361>. – Дата доступа: 19.03.2015.

УДК 334.722-053.81(1-87)

Комаровская С.А.

Научный руководитель: доцент Михальчук Н.А.

НЕОБХОДИМОСТЬ РАЗВИТИЯ МОЛОДЁЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Целью настоящей работы является определение наиболее приемлемых форм развития молодёжного предпринимательства в Республике Беларусь.

Предмет исследования – организационно-экономический механизм поддержки молодежного предпринимательства в Республике Беларусь.

Объект исследования – молодёжное предпринимательство.

Актуальность работы. Молодёжь является наиболее подвижной, мобильной и общественно-активной группой населения, при участии которых реализуется потенциал общества, прослеживаются перспективы его социального, экономического и культурного развития, что является основным стимулом к дальнейшему развитию молодёжного предпринимательства в Республике Беларусь.

В целях развития творческого, научного и профессионального потенциала молодежи, воспитания чувства патриотизма и гражданской ответственности 2015 год в Республике Беларусь объявлен Годом молодежи. В соответствии с государственным планом часть мероприятий будет направлена на поддержку творческой активности, выявление талантливой и одаренной молодежи. Запланировано проведение целого ряда республиканских конкурсов, фестивалей, турниров, где молодые люди смогут проявить себя. Отдельное внимание будет уделено организации занятости, поддержке предпринимательской активности молодежи, формированию кадрового резерва, а также работе с молодыми специалистами. Кроме того, будет продолжено и развитие международного молодежного сотрудничества [1].

Молодёжное предпринимательство – это самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность по производству продукции, выполнению работ, оказанию услуг с целью получения прибыли, осуществляемая лицами в возрасте от 14 лет до 31 года, зарегистрированными как субъекты предпринимательской деятельности. Сильные и слабые стороны молодёжного предпринимательства рассмотрены в таблице 1.

Данные признаки, выделяя молодежное предпринимательство в особую категорию, определяют основные задачи по его поддержке: развитие сильных и преодоление слабых сторон.

Таблица 1 – Сильные и слабые стороны молодёжного предпринимательства

Сильные стороны молодёжного предпринимательства	Высокая инновационная активность, инновационность мышления
	Высокая мобильность, гибкость подходов, быстрота реакции по освоению новых рынков
	Высокий уровень возможностей систематического обновления своих предпринимательских знаний и навыков в соответствии с меняющимися требованиями производства и рынка
	Потенциальная способность молодых людей выдерживать повышенные трудовые и нервные нагрузки, сопровождающие предпринимательскую деятельность, особенно на её стартовом этапе
	Предрасположенность молодёжи к риску
Слабые стороны молодёжного предпринимательства	Незначительный социальный опыт
	Отсутствие деловой репутации
	Слабые практические навыки применения экономических законов и механизмов
	Проблема формирования стартового капитала
	Недостаток личных контактов в сфере бизнеса и во властно-управленческих структурах
	Незащищённость от воздействия бюрократических структур
	Наиболее активный соблазн «теневое» предпринимательства и незащищённость от воздействия криминальных структур

Источник: [2]

В настоящее время молодёжное предпринимательство в Республике Беларусь находится на стадии формирования. С каждым годом появляются новые предпосылки, однако они являются не достаточно действенными. Опыт развития молодёжного предпринимательства в зарубежных странах, показывает, что в Республике Беларусь относительно не значительная база поддержки и развития именно молодёжного предпринимательства.

Рассмотрим более подробно условия развития молодёжного предпринимательства в Республике Беларусь на современном этапе.

По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь по состоянию на начало 2014 года количество молодежи в стране в возрасте от 14 до 31 года составило 2 185 205 человек (23,08% от общего количества населения), что на 2,4% меньше по сравнению с 2013 годом (2 239 000 чел.). Безработица в Республике Беларусь среди молодёжи (возраст 16-29) с каждым годом увеличивается [3].

Среди молодёжных институтов, способствующих занятости молодых людей в г. Минске действует Центр по содействию занятости молодёжи и развитию молодёжного предпринимательства. В центре оказывается бесплатная помощь молодым людям в возрасте от 18 до 31 года по двум направлениям – эффективное трудоустройство и предпринимательство. Молодым предпринимателям центр помогает открыть свое дело, не имея помещения, бухгалтера, юриста и других важных компонентов бизнеса, и развить его до большого бизнеса, который сможет существовать самостоятельно. Планируется открыть центры поддержки предпринимателей-инвалидов, предпринимателей-иностранцев.

Среди инкубаторов для развития молодёжного предпринимательства в г. Минске действует Молодёжный инкубатор «Молодёжная социальная служба». Молодым людям в возрасте от 18 до 31 года оказывают многочисленные

услуги (консультации по предпринимательству, образовательные проекты, бухгалтерские услуги, аренда офисов и конференц-зала и т.д.), способствующие открытию собственного дела с минимальными рисками. Для функционирования инкубатора из средств бюджета в 2009-2014 гг. израсходовано 16,2 млрд. руб. За весь период работы инкубатора его предприятиями уплачено в бюджет налогов и сборов в сумме 26,4 млрд. руб. создано 575 рабочих мест, что говорит о целесообразности и эффективности размещения бизнес-инкубаторов во всех областных центрах Республики Беларусь. Планируется открыть Молодежный АРТ-инкубатор (для творческих профессий) и молодежный туристический бизнес-инкубатор [4].

Общественным объединением «Белорусский республиканский союз молодежи» в целях активизации инновационного мышления молодежи, привлечения ее к решению задач социально-экономического развития РБ, стимулирования гражданских инициатив к реализации инновационных проектов и научно-технических разработок проводится Республиканский конкурс «100 идей для Беларуси». Конкурс проводит отбор лучших проектов в различных сферах, которые могли бы быть полезны для общества. К участию в конкурсе допускаются молодые люди (коллектив авторов) в возрасте от 14 до 31 года (молодые ученые до 35 лет), направившие свои заявки в адрес организаторов [5].

Рассмотрим факторы, сдерживающие развитие молодёжное предпринимательства в Республике Беларусь. Большинство молодых людей, начиная свой собственный бизнес, сталкиваются со множеством проблем из-за недостаточной осведомлённости в большинстве вопросов, связанных с предпринимательством. Прежде всего, это касается знаний правовых основ ведения бизнеса, разработки бизнес-планов, вопросов ведения бухгалтерии и налогообложения и т.д. Именно поэтому, развитие молодёжного предпринимательства в РБ необходимо начать с формирования у молодых предпринимателей знаний, навыков и опыта в области бизнеса. Следует разработать комплекс программ в сфере предпринимательства ориентированных на получение этих знаний, как в школьных учреждениях, так и на базе университета. В школьных учреждениях необходимо начать обучение основам предпринимательской деятельности, развивать личные и профессиональные качества молодого предпринимателя.

На базе университета уже более углубленно изучать и практиковать полученные знания путем создания:

✓ бизнес-инкубаторов для студентов и/или молодых предпринимателей – для облегчения реализации бизнес-проектов путём предоставления офисных площадей, привлечения инвестиций, консультаций по вопросам ведения бухгалтерского учёта, налогообложения.

✓ бизнес-кампусов – это академические курсы с расширенной практической частью, посвященной разработке и реализации бизнес-проектов.

✓ студенческих бизнес-клубов – проведение учебных курсов, тренингов; консультации в различных сферах менеджмента и бизнеса.

Не менее важным фактором, сдерживающим развитие молодёжного предпринимательства, является недостаточное финансовое обеспечение, которое обусловлено отсутствием собственных накоплений, высокими процентными ставками по кредитам, необходимостью залогового обеспечения.

В последние годы в Беларуси действует система start-up-финансирования, однако этот вид инвестирования пока только набирает обороты. Среди способов финансирования start-up можно выделить: кредиты, средства иностранных инвесторов, участие в конкурсе.

Одна из перспективных возможностей, которая сейчас есть у молодых белорусов – поддержка бизнес-ангелов (это венчурные инвесторы, которые на постоянной основе отбирают проекты и финансируют их). В Беларуси действует компания «БАВИН», состоящая из 13 бизнес-ангелов и 13 компаний, которая дает возможность инвестировать до 48 тысяч долларов в один проект [6].

Для изменения существующей ситуации в области финансирования и поддержки молодёжи со стороны государства возможно применение на практике венчурного финансирования (финансирование малых наукоемких фирм на начальных этапах их развития в обмен на долю акций этих компаний), финансирования через инвестиционные фонды, предоставления субсидий, грантов, введения льгот по налогообложению для молодёжи определённого возраста. Например, снизить ставку подоходного налога до 7%, ставку ФСЗН до 17%, уменьшить ставку единого налога для молодёжи в возрасте от 20 до 26 (по опыту Норвегии).

В областных и районных областях Республики Беларусь отсутствует сеть молодёжных инкубаторов. В случае с молодёжными инкубаторами, создать по одному молодёжному бизнес-инкубатору в каждой из областей Беларуси.

В Республике Беларусь, как и в большинстве зарубежных стран, отсутствует законодательная основа молодёжного предпринимательства. Для решения данной проблемы необходимо совершенствовать законодательство в области молодёжного предпринимательства, т.е. чётко закрепить в законодательстве определение термина молодёжного предпринимательства, закрепить материальную поддержку субъектов молодёжного предпринимательства и деятельность молодёжного предпринимательства в Республике Беларусь.

В дальнейшем, огромным толчком в развитии молодёжного предпринимательства стало бы вхождение Республики Беларусь в Международную сеть программ поддержки молодёжного бизнеса (YBI), в которую уже включены около 40 стран мира. Основными направлениями деятельности YBI является: обучение, наставничество и финансирование. Процентная ставка на кредитные ресурсы устанавливается в разных странах в зависимости от наличия финансирования. Общая сумма предоставленных займов 50 млн. долларов США. Процент погашения займов 70–95% (в государствах с неблагоприятными условиями и высокими рисками ставка 70%, а для развитых стран ставка 95%). Страны становятся членами сети YBI, чтобы иметь возможность присоединиться к мировому сообществу специалистов-единомышленников, обменивающихся знаниями, связями, опытом и приобретающих доверие посредством деятельности в рамках сети YBI [7].

Все вышеперечисленное, будет способствовать развитию молодёжного предпринимательства, увеличению занятости молодёжи, тем самым увеличению доходной части бюджета, за счёт увеличения налоговых поступлений, экономическому росту и повышению инвестиционной привлекательности страны, и в конечном итоге улучшению благосостояния населения РБ.

Список цитированных источников

1. 2015 ГОД МОЛОДЁЖИ [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mrik.gov.by/god-molodezhi/>. – Дата доступа: 01.03.2015
2. Национальная палата предпринимателей Казахстана [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://palata.kz/ru/blog/problemu-meshayushchie-uspeshnomu-razvitiyu-molodezhnogo-predprinimatelstva>. – Дата доступа: 02.03.2015
3. Министерство труда и социальной защиты населения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mintrud.gov.by/ru/sostojanie>. – Дата доступа: 03.04.2015
4. КУП Молодёжная социальная служба [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mcc.by/>. – Дата доступа: 04.04.2015
5. Молодёжь Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://brsm.by/projects/100-idej-dlya-belarusi/>. – Дата доступа: 06.04.2015
6. КҮКҮ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kyky.org/special/kto-v-bielarusi-dast-dieniegh-na-startap>. – Дата доступа: 07.04.2015
7. Youth Business International [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.youth-business.org/resources-and-media/annual-reports/>. – Дата доступа: 10.04.2015

УДК 693.22.004.18

Корзан В.А., Королюк К.В.

Научный руководитель: старший преподаватель Голец О.В.

ОБОСНОВАННОСТЬ ОТКРЫТИЯ НОВЫХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

Целью работы – определение наиболее востребованных профессий на ближайшие годы.

Предмет исследования – анализ новых профессий и специальностей.

После окончания школы перед выпускниками встаёт проблема выбора профессии. Раньше ответ было найти гораздо проще. Одни и те же профессии существовали на протяжении десятилетий, и люди, выбирая сферу деятельности в молодости, обычно твердо знали, что это навсегда. Новые профессии появлялись, если только в жизни случалось что-то революционное. Изобрели железные дороги – возникли инженеры путей сообщения. Открыли новую область знаний, ядерную физику, – потребовались физики-ядерщики. Однако консерватизм вузов пошатнулся, не выдержав напора изменчивого рынка труда. В то же время, люди столкнулись с масштабными экологическими и психологическими проблемами, которые требуют эффективных решений. В связи с этим во всем мире появилась потребность в специалистах, о которых несколько лет назад никто и не слышал, а если о них и заходила речь, так только в очень далекой перспективе как нечто фантастическое и маловероятное. Буквально за пару лет открылось 40 новых специальностей, а теперь их в реестре 400. В нашем сегодняшнем быстротечном и быстроизменяющемся мире важное значение имеет открытие новых, востребованных на рынке труда специальностей, которые обеспечат в дальнейшем трудоустройство студентов.

Среди новых специальностей и профессий XXI века, безусловно, внимания заслуживает сфера инфобизнеса, как одна из наиболее перспективных. Огромным достоинством такой работы является полная свобода перемещения, неважно, где вы находитесь сегодня, в Беларуси или за границей, если с вами есть ноутбук. К таким профессиям относятся:

Копирайтер – это человек, который пишет на заказ тексты различного характера: рекламные тексты, сценарии, слоганы.

Веб-дизайнер – это человек, который занимается разработкой дизайна сайтов.

Интернет-коуч – человек, который занимается консультированием или обучением людей «он-лайн».

Этот список можно дополнить рядом других, не менее важных и востребованных профессий 21 века во всем мире:

Логистик – специалист, занимающийся оптимизацией поставок и перевозок сырья, товара, средств производства.

Медиа-планер – специалист, который планирует рекламную компанию организации для ее успешного продвижения на рынке.

Хед-хантер – человек – посредник между работодателем и работником.

Риэлтер – специалист по работе с недвижимостью;

Промоутер – специалист по продвижению товара или услуги;

Мерчендайзер – занимается продвижением продукции;

Декларант – специалист по работе на таможне [1]

В ближайшие годы наш мир притерпит значительные изменения, которые коснутся всех сфер деятельности человека XXI века. Например, по мнению Британских исследователей, востребованными профессиями, которые появятся в ближайшем будущем, станут:

- Специалист по созданию искусственных органов;
- Фермеры, использующие генные технологии;
- Космические архитекторы и пилоты;
- Специалист по изменению климата;
- Специалисты по разработке альтернативного транспорта;
- Психологи и социальные работники в социальных сетях;
- Специалисты по утилизации информации;
- Хирург, специализирующийся на увеличении памяти;
- Специалист по научной этике;
- Консультант для пожилых людей;
- Специалист по карантину;
- Брокеры банка времени.

Однако, введение новых профессий и специальностей – длительная и сложная процедура.

1. Во-первых, для этого требуется подготовка документации для включения их в соответствующие перечни, разработка соответствующих государственных образовательных стандартов. В комплект необходимой документации должны быть включены обоснования необходимости, целесообразности и востребованности предлагаемых новых профессий и специальностей, а также проекты их квалификационных характеристик. Более того, для новых профессий и специальностей требуется разработка соответствующих государственных образовательных стандартов на основе профессиональных стандартов.

2. Во-вторых, обеспечение пакетом документации – недостаточное условие для введения новых профессий и специальностей. Для открытия и реализации новой профессии или специальности учреждению образования могут требо-

ваться модернизация имеющейся материально-технической базы, новое дорогостоящее оборудование, наличие специализированных лабораторий, кабинетов и других помещений, оснащённость ТСО (*Технические средства обучения: системы, комплексы, устройства и аппаратура*), а также финансовые ресурсы [2].

3. В-третьих, при введении новых специальностей в учреждения образования может возникнуть потребность в новых высококвалифицированных кадрах. Кадровый потенциал каждого университета – важнейшее условие введения новых специальностей. Для открытия и реализации новой профессии или специальности требуется разработка содержания основной профессиональной образовательной программы в дисциплинарно – модульной структуре. Программы должны разрабатывать преподаватели спецдисциплин на основе образовательного стандарта в соответствии с современными требованиями, а это требует от педагогического коллектива профессиональных компетенций высокого уровня. Какие – новые или имеющиеся кадры нужны для этого, будет решать само образовательное учреждение. Это могут быть и привлеченные специалисты, специалисты зарубежных стран, и специалисты университета, прошедшие курсы повышения квалификации [2].

4. Также важным моментом, а можно сказать, даже и проблемой при открытии новой специальности является недостаточная активность участия работодателей в разработке документации по введению новых профессий и специальностей. Это затрудняет, а порой и приостанавливает процесс. Это одна из причин задержки введения в образовательную действительность новых профессий и специальностей. Т.к. после обучения студент должен быть уверенным в трудоустройстве по специальности [2].

Время движется вперёд. То, что раньше было нормой, сегодня кажется диким и странным. Появляются новые профессии, они удивляют нас. Но постепенно всё становится обычным. Возможно, через несколько лет появятся не только торговцы, но и продавцы счастья, виртуальных путешествий и волшебных снав, подобные тем, которых мы видим в фантастических фильмах.

Список цитированных источников

1. Студенческий портал [Электрон. ресурс] – Режим доступа: <http://bntu-help.net/V-vuzach-pospeshno-otkrivayut-novie-specialnosti.html>.

2. Человек «Альфа» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.manalfa.com/uspah/novie-professii-21-veka>.

УДК 693.22.004.18

Кухарук Е.С., Бобич А.В.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Тур Э.А.

ИССЛЕДОВАНИЕ КАЧЕСТВА МЯСНЫХ ПРОДУКТОВ, РЕАЛИЗУЕМЫХ В ТОРГОВОЙ СЕТИ Г. БРЕСТА

Хорошее здоровье – показатель качества жизни современного человека и стремление к нему должно быть первостепенной задачей. Улучшение здоровья населения, предупреждение хронических заболеваний уменьшает расходы, связанные с оказанием медицинской помощи и с экономическим ущербом вслед-

ствии потери трудоспособности. Признано, что фактор питания является важнейшим фактором, определяющим здоровье человека. Правильное, здоровое питание сохраняет здоровье человека и предупреждает появление заболеваний, зависящих от питания. Питание должно удовлетворять не только физиологические потребности организма человека в пищевых веществах и энергии, но и соответствовать требованиям санитарных норм и правил по допустимому содержанию химических веществ и микроорганизмов, быть безопасным.

Мясо и мясные продукты содержат комплекс весьма ценных питательных веществ. Они являются основным поставщиком белков, поскольку содержат жизненно необходимые для построения тканей организма человека аминокислоты, которые удачно сбалансированы и обеспечивают полный синтез тканевых белков. Находящиеся в мясе жиры обуславливают высокую энергетическую ценность мясных продуктов, участвуют в образовании их аромата и вкуса и содержат в достаточном количестве полиненасыщенные жирные кислоты [1].

Человек получает с мясом и мясными продуктами все необходимые ему минеральные вещества. Особенно богата мясная пища фосфором, серой, железом, натрием, калием. Кроме того, в мясе содержатся микроэлементы – медь, кобальт, цинк, йод [2]. Входящие в состав мяса компоненты служат исходным материалом для построения тканей, биосинтеза необходимых систем, регулирующих жизнедеятельность организма, а также для покрытия энергетических затрат.

Мясо и продукты, изготовленные на его основе, относятся к категории наиболее ценных продуктов питания, поэтому очень важно не только максимально сохранить первоначальные свойства мяса, но и улучшить их в процессе технологической обработки.

Мясо и мясoproductы всех видов, поступающие на реализацию, должны быть свежим. Свежесть определяют путем органолептического, химического, микроскопического и гистологического исследований [3, 4].

Свойства мяса в известной мере зависят от соотношения тканей, с учетом их химического состава и строения, а стабильность свойств обуславливает степень возможных изменений пищевой ценности и безвредности продукта. Сложность состава и многообразие свойств мяса и мясoproductов определяют необходимость использования комплекса методов анализа для объективной и всесторонней оценки качества. При такой оценке главными критериями свежести мяса будут являться его степень свежести и степень созревания. Именно данные показатели будут в первую очередь определять вкусо-ароматические свойства готовых мясных продуктов [5].

Колбасные изделия по своему химическому составу представляют ценный пищевой продукт, являющийся одним из существенных источников белка в питании человека. Химический состав различных колбасных изделий определяется рецептурой и способами технологической обработки. Качественный состав белков, жиров, углеводов в колбасных изделиях аналогичен мясу животных, из которого изготовлены колбасы [6].

Целью настоящей работы является проведение исследований органолептических, физико-химических показателей мясных продуктов, а также определение их свежести.

Анализ образцов выполнялся по стандартным методикам выполнения изменений, допущенных к применению в Республики Беларусь [2, 5, 7, 8].

Доброкачественность мяса и мясных товаров определяют органолептически. Органолептические методы предусматривают определение внешнего вида и цвета, консистенции, запаха, состояния жира и сухожилий, прозрачности и аромата бульона. Доброкачественность колбасных изделий также определяют органолептически. Отобранные для анализа образцы колбасы тщательно осматривают. При этом отмечают все дефекты оболочки, ее состояние, цвет, плотность набивки фарша. Запах и вкус колбасных изделий специфические для каждого их вида [2, 7, 8].

К физико-химические методам исследования мяса, фарша и колбасных изделий относят: проба на редуктазу, проба на сероводород, проба Андриевского на определение вязкости экстракта, проба Несслера на связанный аммиак, реакция на пероксидазу, определение amino-аммиачного азота, определение величины рН водной вытяжки измельчённых колбас потенциометрическим методом, определение массовой доли влаги в колбасе, качественная реакция на крахмал, определение наполнителя (хлеба, каши, картофеля) в колбасных изделиях.

На исследования были представлены филе куриное охлаждённое, фарш мясной «Брестский» охлаждённый, колбасы варёные: «Свиная» первый сорт, «Для оливье», первый сорт, «Молочная Алми» высший сорт, «Докторская» высший сорт; колбасы варёно-копчёные: салями «Баварская новая» бессортовая, «Сервелат венгерский» высший сорт, «Ясельда Про» бессортовая и колбаса варёно-копчёная домашнего приготовления.

Результаты исследований приведены в таблицах 1-3.

Таблица 1 – Результаты исследования куриного филе и мясного фарша

Показатель	Куриное филе охлаждённое	Фарш мясной «Брестский»
Органолептические показатели		
Внешний вид	Характерный свежему мясу, поверхность разреза влажная, мясной сок прозрачный	Характерный свежему мясу, дробное мясо со шпигом, пропорциональное соотношение
Цвет	Нежно розовый	Темно-розовый с белым пятнами
Консистенция	Эластичная	Перекрученного мяса, рыхлая, мясно-сальная
Запах	Характерный для свежего мяса	
Состояние жира и сухожилий	Жир отсутствует	Жир равномерно распространен по всей массе, сухожилия отсутствуют
Физико-химические показатели		
рН	5,0	6,0
Проба на сероводород	свежее	Отсутствие изменения окраски – отрицательная
Проба Несслера	свежее	не свежий
Проба Андриевского	свежее	не свежий
Реакция на пероксидазу	Вытяжка сразу же окрашивается в синие – зеленый цвет, следовательно реакция положительная, животное было убито здоровым	
Реакция на редуктазу	свежее	Мясо не свежее, т.к. синяя окраска раствора исчезла в течение 30 минут

Таблица 2 – Результаты исследования варёных колбас

Показатель	«Свиная» первый сорт	«Докторская» высший сорт	«Для оливье» первый сорт	«Молочная Алми» высший сорт
Органолептические показатели				
Внешний вид	Сухая, чистая поверхность, оболочка плотно прилегает к фаршу. Оболочка целая, без дефектов; липкость отсутствует			
Цвет	Равномерный, розовый, сало отсутствует			
Консистенция	Плотная, сочная, одинаковая, как на периферии, так и на толще батона, фарш набит равномерно, пустот не наблюдается; срез влажный			
Запах	Присущий запаху вареной колбасы, не имеет прогорклого, рыбного запаха			
Вкус	Присущий вареной колбасе, не кислый			
Физико – химические показатели				
pH водной вытяжки	7,1	7,0	6,1	6,9
Массовая доля влаги	37,0%	27,6%	38,8%	30,0%
Крахмал	Отсутствует	Отсутствует	Отсутствует	Отсутствует
Проба на редуктазу	Свежая	Свежая	Свежая	Свежесть сомнительная
pH колбасы	5,0	6,0	5,0	6,0
Проба Андриевского	Свежая	Свежая	Свежая	Не свежая
Проба Нesslerа	Свежая	Свежесть сомнительная	Свежая	Свежесть сомнительная
Пероксидаза	Свежая	Свежесть сомнительная	Свежая	Свежесть сомнительная
Амино-аммиачный азот	Свежая	Свежесть сомнительная	Свежая	Свежесть сомнительная
Определение наполнителей	Нет	Присутствует каша	Присутствует хлеб	Присутствует каша

Таблица 3 – Результаты исследования варёно-копчёных колбас

Показатель	Салами «Баварская новая»	«Сервелат венгерский»	Салами «Ясельда Про»	Колбаса домашнего приготовления
Органолептические показатели				
Внешний вид	Сухая, чистая; с поверхности оболочка плотно прилегает к фаршу. Оболочка целая, без дефектов; липкость отсутствует.			
Цвет	Темно-розовый, с темными вкраплениями, небольшие кусочки сала	Темно-розовый, с кусочками сала	Темно розовый, с кусочками сала	На разрезе розово-коричневая; сало – белое, упругое
Консистенция	Срез влажный, фарш набит равномерно, пустот не наблюдается, вкрапления сала			Плотная, сухая, имеются цельные куски мяса
Запах	Мягкий, мясной, не имеет прогорклого, рыбного запаха			Мягкий, мясной, не имеет прогорклого, рыбного запаха, пахнет дымком
Вкус	Присущ варено-копченой колбасе, не кислый			Очень вкусная
Физико-химические показатели				
pH водной вытяжки	6,8	6,7	6,4	6,3
Массовая доля влаги	39,8%	36,8%	33,5%	34%
Крахмал	Присутствует	Отсутствует	Отсутствует	Отсутствует

Продолжение таблицы 3

Проба на редуктазу	Свежесть сомнительная	Свежая	Свежесть сомнительная	Свежая
pH колбасы	8	8	6	5
Проба Андриевского	Свежесть сомнительная	Свежая	Свежесть сомнительная	Свежая
Проба Несслера	Свежесть сомнительная	Свежая	Свежесть сомнительная	Свежая
Пероксидаза	Свежесть сомнительная	Свежая	Свежесть сомнительная	Свежая
Амино-аммиачный азот	Свежесть сомнительная	Свежая	Свежесть сомнительная	Свежая
Определение наполнителей	Присутствует хлеб	Примесей нет	Примесей нет	Примесей нет

В результате исследования по совокупности органолептических и физико-химических показателей было определено, что филе куриное охлаждённое является свежим, фарш мясной имеет сомнительную свежесть. Из восьми видов исследованных колбас не вызываю сомнений по качеству и свежести: вареная колбаса «Для оливье» первый сорт, колбаса варёная «Свиная» первый сорт, колбаса варено-копченая «Сервелат венгерский» высший сорт и колбаса варено-копченая, изготовленная Екатериной Кухарук в домашних условиях. Ряд колбас и мясной фарш имеют подозрительную свежесть, причём не по органолептическим, а по физико-химическим показателям.

Отмечено, в некоторых колбасных изделиях присутствуют посторонние примеси (хлеб или каша), которых быть не должно (не указаны в составе продукта на обложке или этикетке).

Таким образом, для поддержания здоровья, работоспособности и активного долголетия следует избирательно подходить к выбору продуктов питания, в особенности мяса и колбасных изделий, а также приобретать парное мясо и готовить из него фарш и колбасные изделия самостоятельно.

Список цитированных источников

1. Доброморова, В.Ф. Анализ качества пищевых продуктов. Лабораторный практикум. / В.Ф. Доброморова, Н.Г. Кульнева, Ю.И. Зелепукин. – Воронеж: Воронеж. гос. технол. акад., 2000. – 83 с.
2. Технология мяса и мясopодуlков / под ред. И.А. Рогова. – М.: Агрoпромиздат, 1988. – 576 с.
3. Виноградова, А.А. Лабораторный практикум по общей технологии пищевых производств / А.А. Виноградова, Г.М. Мелькина, Л.А. Фомичева и др.; под ред. Л.П. Ковальской. – М.: Агрoпромиздат, 1991. – 335 с.
4. Ковальская, Л.П. Технология пищевых производств / Л.П. Ковальская, И.С. Шуб, Г.М. Мелькина и др.; под ред. Л.П. Ковальской. – М.: Колос, 1999. – 752 с.
5. Потороко, И.Ю. Товароведение и экспертиза мяса и мясных продуктов. Учебное пособие / И.Ю. Потороко. – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2003, 232 с.
6. Ковальская, Л.П. Общая технология пищевых производств / Л.П. Ковальская, Г.М. Мелькина, Г.Г. Дубцов и др.: Под ред. Л.П. Ковальской. – М.: Колос, 1993. – 384 с.
7. Шепелев, А.Ф. Товароведение и экспертиза мяса и мясных товаров: учебное пособие / А.Ф. Шепелев, О.И. Кожухова, А.С. Туров. – Ростов-на-Дону: издат. центр «МарТ», 2001, 315 с.
8. Антипова, Л.В. Методы исследования мяса и мясных продуктов / Л.В. Антипова, И.А. Глотова, И.А. Рогов. – М.: Колос, 2001, 163 с.

УТЕЧКА МОЗГОВ. ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕДПОСЫЛОК НА ЭТАПЕ СТУДЕНЧЕСТВА

Международная миграция рабочей силы, как один из факторов развития мировой экономики существует на протяжении нескольких столетий, тем более постиндустриальная экономика не может существовать без обмена рабочей силой. Специфика современного развития мировой экономики состоит в том, что ни одна страна, даже самая развитая, не в состоянии обеспечить опережающее развитие науки и техники только национальными кадрами. Например, в США более 40% изобретений регистрируют эмигранты.

В условиях глобализации мирового хозяйства возрастает взаимодействие хозяйствующих субъектов разных стран в сфере воспроизводства и применения трудовых ресурсов и интеллектуального труда. Высококвалифицированных специалистов, обладающих эксклюзивными профессиональными навыками, значительно меньше относительно общей величины спроса на них, поэтому возрастает их мобильность, в том числе на международном уровне. Таким образом, «утечка умов» представляет собой одну из форм миграционного поведения, а именно выезд за границу на постоянную работу высококвалифицированных специалистов, не находящих применения своим способностям или не получающих ожидаемой отдачи в «родной» стране [1].

Миграция высококвалифицированных специалистов осуществляется в следующих формах:

- обмен мозгов (brain change) – подразумевает двусторонний обмен специалистами между странами. В случае, когда одно из направлений становится преобладающим, говорят либо об «утечке умов», либо об их притоке;

- утрата мозгов (brain waste) – подразумевает миграцию специалистов в новых формах занятости, которые не требуют применения способностей и опыта, используемого на предыдущем месте работы;

- циркуляция мозгов (brain circulation) – подразумевает циклические перемещения: за границу для обучения и работы, а затем с учетом полученных новых профессиональных знаний и опыта обратно на родину;

- утечка мозгов (brain drain). Считается, что отток высококвалифицированных кадров подрывает способность страны к социально-экономическому развитию, что ведет к снижению в ней уровня жизни населения;

- приток мозгов (brain gain);

- обратная утечка мозгов (reverse brain drain), т.е. отток специалистов, прибывших в страну.

«Утечка мозгов» – процесс, при котором из страны или региона эмигрируют ученые, специалисты и квалифицированные рабочие по экономическим, реже политическим, религиозным или иным причинам. Этот термин определяется энциклопедией Britannica как «миграция образованных или профессиональных кадров из одной страны, сектора экономики или области в другую, обычно для получения лучшей оплаты или условий жизни». Выражение «утечка мозгов»

(Brain Drain) появилось в начале 1950-х годов – подобным образом в Великобритании описали процесс массового переезда английских ученых в США [2].

Большинство квалифицированных мигрантов стремятся попасть в развитые страны. Так количество образованных агентов, мигрировавших в США за последние десять лет, увеличилось на 60%, в Европу – на 88%, в Азию – на 35%. Количество неквалифицированных мигрантов выросло за этот же промежуток времени в США лишь на 29%, в Европе – на 9%, в Азии – менее чем на 1%. В эпоху глобализации явление «утечки умов» превратилось в проблему для многих стран. В Западной Европе все больше молодых людей предпочитают получать образование в собственной стране, но работать уезжают, как правило, за рубеж.

Республика Беларусь также подвержена воздействию мировых тенденций и особенно привлекательным направлением миграции белорусской рабочей силы на данный момент является ближнее зарубежье, а именно, Республика Польша. По данным польского Управления по делам иностранцев, в конце 2013 г. 11,159 белорусских граждан с различным миграционным статусом (временные или постоянные виды на жительство) проживали в Польше. Более того, к концу 2013 г. в Беларуси было выдано около 55 тыс. «карт поляка». Недавно Польша также значительно упростила для белорусских граждан доступ к своей системе высшего образования (в настоящий момент около 3 тыс. белорусов учатся в польских ВУЗах). Во-первых, обладатели «карты поляка» имеют одинаковые с польскими гражданами права при поступлении в вузы (включая право на стипендии) или при приеме на работу. Кроме того, Польша имеет ряд стипендиальных программ для студентов из стран Восточной Европы, включая Стипендиальную программу им. Кастюся Калиновского для белорусских студентов, которые были отчислены из белорусских ВУЗов по политическим мотивам или не смогли начать или продолжить учебу по тем же причинам.

Что же касается других стран ЕС, то они сообщают о 60 тыс. белорусов, имеющих вид на жительство. Из них, по данным Евростата, около 20 тыс. человек проживают в Германии. Численность белорусских граждан, живущих в Литве, Латвии и Эстонии, сравнительно невелика, не превышает 2 – 4 тыс. человек для каждой из этих стран. Вместе с тем десятки тысяч жителей балтийских стран родились в Беларуси и выехали из страны еще в советские времена. В настоящее время они либо имеют гражданство одной из стран Балтии, или (в случае Латвии и Эстонии), по крайней мере, паспорта так называемых «неграждан». Являясь не натурализованными лицами, они в целом имеют те же права, что и латвийские или эстонские граждане, кроме права участия в общенациональных выборах и возможности занимать государственные должности [3].

Согласно мнению экспертов, белорусских эмигрантов в принимающих странах привлекают, прежде всего, более высокие зарплаты и более высокий уровень жизни в целом, а также существование миграционных сетей, то есть наличие родственников или близких друзей, которые живут или работают в стране назначения, или хотя бы присутствие в ней значительной группы соотечественников. Ассоциации, созданные белорусской диаспорой за рубежом, в основном занимаются культурной и образовательной деятельностью и не концентрируются на предоставлении новым мигрантам необходимой информации или материальной помощи [4].

В качестве факторов, способствующих эмиграции, помимо более высоких зарплат в принимающих странах, также определены: географическая близость, низкие транспортные издержки и благоприятные условия для поиска работы в стране назначения [5].

Для выявления современных тенденций и факторов, способствующих отъезду молодых людей за рубеж с целью учёбы и дальнейшего трудоустройства, нами было проведено анкетирование среди студентов, которые на данный момент проходят обучение в белорусских и зарубежных ВУЗах. В данном исследовании принимали участие студенты различных направлений, таких как: здравоохранение (7,1%), техническая направленность (18,7%), студенты экономической специальности (43,9%), гуманитарных наук (20,9%) и другие (9,7%), такие как таможенное дело, естественные науки, художественная направленность.

На вопрос «Почему Вы выбрали эту специальность?» 67% респондентов ответили, что выбрали специальность, исходя из собственных интересов и предпочтений, около 20% опрошенных ответили, что выбрали эту специальность в виду высокого спроса на рынке труда или же поступали в ВУЗ согласно рекомендации родителей. Остальные участники анкетирования указали в качестве основополагающих факторов высокооплачиваемость выбранной профессии и получение широкой специализации.

На вопрос «Достаточно ли знаний, получаемых в ВУЗе для того, чтобы стать конкурентоспособным на рынке труда?» абсолютное большинство опрошенных ответило негативно, а участники анкетирования, которые считают обучение в ВУЗе достаточным основанием конкурентоспособности на рынке труда или же затрудняются ответить на данный вопрос, составили около 15% соответственно.

Если бы опрошенным студентам вновь была предоставлена возможность выбора ВУЗа, то большая часть из них выбрала бы тот же ВУЗ и тот же факультет. Чуть меньший процент респондентов выбрал бы тот же факультет, но в ВУЗе другой страны, либо же другую специальность в ВУЗе другой страны. Также, часть студентов, в данной ситуации, с радостью осталась бы в своём ВУЗе, но при условии прохождения обучения на другом факультете или же при частичной смене преподавательского состава.

К наиболее важным факторам в пользу выбора обучения за границей респонденты отнесли высокое качество образования и возможность прохождения обучения на иностранном языке. Меньший процент опрошенных выбрал основополагающими факторами возможность получения бесплатного или доступного по цене образования и возможность жить самостоятельно жизнью. Также, в качестве одного из положительных факторов в пользу иностранного ВУЗа, была названа возможность самостоятельного выбора дисциплин во время обучения.

На вопрос «Хотели бы Вы вернуться в РБ после прохождения обучения за рубежом?» 39,4% опрошенных ответили, что не видят в этом смысла, 30% готовы вернуться в родную страну сразу после прохождения обучения за границей, остальные же либо согласны вернуться на определённых условиях (достаточный уровень заработной платы, отсутствие проблем с трудоустройством, жильём), либо твёрдо намерены учиться и работать только в Беларуси.

Таким образом, можно с уверенностью сказать, что решать проблему «утечки мозгов» нужно, и начинать решение следует именно с ВУЗов. Во-первых, при-

ем специалистов на обучение должен соответствовать актуальным потребностям трудовой сферы, быть гибким и ориентированным на рынок труда. Вторых, учебная программа должна изменяться в зависимости от потребностей и современных тенденций рынка труда. В-третьих, подготовка специалистов должна проводиться под наблюдением заинтересованных сторон. Предприниматели и руководители предприятий могут помогать в подготовке необходимых кадров, заранее резервировать специалистов для себя, оплачивая их обучение (и повышение квалификации) на договорной основе или предоставляя пространство для практической деятельности.

Список цитированных источников

1. «Утечка мозгов» как глобальное явление. Причины и последствия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2008/1653>
2. Глобальные проблемы человечества как фактор трансформации образовательных систем / под ред. д-ра ист. наук, проф. В.И. Астаховой – Харьков: Издательство НУА – 2008 – 396 с.
3. Миграция между Беларусью и ЕС: текущая ситуация и ожидаемое будущее [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://belinstitute.eu/sites/biss.newmediahost.info/files/attached-files/BISS_Migration_IVF.pdf
4. Проблема "утечки мозгов" для Беларуси остается актуальной – НАН [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belta.by/ru/all_news/society/Problema-utechki-mozgov-dlja-Belarusi-ostaetsja-aktualnoj---NAN_i_596459.html
5. Студенты белорусских ВУЗов включаются в общий поток «утечки мозгов» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.envila.by/info/studenti-belorusskih-vuzov-vklyuchajutsya-v-obshchij-potok-u/>

УДК 796.332

Луцци В.Г.

Научные руководители: проф. Артемьев В.П., ст. препод. Арушанов В.С.

ФУТБОЛ КАК СПЕЦИФИЧЕСКОЕ СРЕДСТВО ФИЗИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ УЧАЩИХСЯ – ДЕВОЧЕК

Футбол – динамичная, увлекательная, массовая спортивная игра, игровая деятельность футболиста включает большое количество различных по структуре и характеру, цели и степени трудности движений. Футбол помогает воспитывать и такие ценные морально-волевые качества, как целеустремленность и коллективизм, дисциплинированность, выдержку и самообладание, а также совершенствовать быстроту и точность движений, ловкость, силу, выносливость [5].

Сама по себе, идея использования средств футбола на уроках физической культуры и здоровья в школе не нова, она частично, практически, решалась в течение всего периода существования школы в СССР и БССР как средство общей физической подготовки наряду с большим числом других разнообразных физических упражнений [1].

В Республике Беларусь это нашло отражение в последней школьной программе, где футбол был рекомендован как один из видов наиболее популярных спортивных игр (волейбола, баскетбола и футбола): базовый и вариативный компоненты.

Более подробно относительно содержания раздела «Футбол» для учащихся 5-7 классов базовой школы.

Базовый компонент. Обще образовательно-оздоровительные средства, используемые с учётом индивидуальных показаний, ограничений и противопоказаний, обусловленных состоянием здоровья.

Удар по катящемуся мячу внутренней частью подъёма стопы, по неподвижному мячу внутренней частью подъёма стопы; передача мяча в квадратах; вбрасывание мяча из-за боковой линии; остановка мяча грудью.

Вариативный компонент.

Передача мяча в парах с передвижением; остановка мяча грудью; обманные движения с торможением и сменой направления движения без мяча; учебная игра, применение разученных приёмов в условиях игры.

Конкретный объём часов и содержание учебного материала в базовом и вариативном компонентах устанавливает учитель физической культуры, исходя из 102 часов практических занятий в год.

Для того, чтобы составить более точное представление по проблемам использования средств футбола в физическом воспитании школьников, нами был проведён опрос девочек 7 классов общеобразовательных школ и учителей физической культуры г. Бреста.

Анализ бесконтактного компьютерного анкетного опроса учащихся. В исследовании приняли участие девочки: 12 лет (43,75%) и 13 лет (56,25%).

Согласно полученным данным, 31,25% респондентов посещают уроки физической культуры и здоровья в школе с интересом, считают, что они разнообразны по содержанию и организации, привлекательны.

К сожалению, 43,75% девочек к этим урокам относятся без интереса, а 25% – вообще не имеют точно обозначенной позиции по этим вопросам.

Формы проведения уроков физической культуры, а также используемые на них упражнения устраивают 31,25% учащихся; не устраивают 31,25%. Затрудняются ответить на этот вопрос 37,50% опрошенных.

На уроках физкультуры, считают школьницы, только у 12,50% в достаточной степени накапливаются знания о содержании здорового образа жизни; 62,25% – отрицательно ответили на этот вопрос; 25% не определились по нему.

56,25% на вопрос о формировании двигательных навыков, необходимых в повседневной жизни, ответили: «Да», а 18,75% – считают, что двигательные навыки у них не формируются. Не имеют определенного мнения по этому вопросу 25% респондентов.

68,75% опрошенных положительно относятся к утверждению о развитии на уроках в достаточной степени двигательных качеств, 18,75% ответили отрицательно, затруднились ответить 12,50%.

По вопросу о положительном вкладе уроков физкультуры в укрепление здоровья утвердительно ответили 31,25% респондентов; отрицательно – 43,75% девушек; не определились во мнениях – 25%.

Большинство респондентов (56,25%) ответили положительно на предложение о специализации уроков физкультуры. Отрицательно относятся к нему 12,50%, затрудняются ответить 31,25%.

На утверждение, что использование основ футбола на уроках физической культуры возможно и целесообразно, положительно ответили 50% опрошенных. Другая половина либо затрудняется ответить (31,25%), либо это отрицает – 18,75%. 75% положительно ответили на предложение о включении футбола в

школьный процесс. Отрицательное мнение на этот вопрос имеют 6.25% опрошенных. Затрудняются ответить – 18,75%.

Следующий вопрос: использование основ футбола на уроках физкультуры положительно скажется на физическом развитии и физической подготовленности учащихся. Мнения на сей счёт разделились: да – ответили 50%; нет – 12,50%; затруднились ответить 37,50%. Ответы по вопросу использования футбола на уроках физической культуры в целях формирования красивой атлетически развитой фигуры и устранение недостатков у респондентов тоже разделились: 56,25% ответили да, нет – 43,75%. 12,55% респондентов считают, что занятия по футболу внесут позитивные перемены в морально-волевую и духовно-нравственную сферу личности; отрицают это 31,25% опрошенных; затрудняются ответить 56,25%.

По вопросу: с какого возраста следует начинать использовать футбол в качестве средства физической подготовленности на уроках физической культуры – мнения респондентов следующие: 43,75% считают, что следует их использовать с 1-4 класса; 18,75% – в 5-7 классах; 25% – в 10-11; не смогли определенно на это ответить 12,50%.

На взгляд 37,50% респондентов на уроках физической культуры футболу следует уделять 30% времени. 12,50% опрошенных считают, что нужно 50% времени; достаточно – 70% учащихся считают 6,25%; затрудняются ответить на этот вопрос 43,75% опрошенных.

Учащимся был предложен следующий вопрос: необходимо ли специально отводить время для развития физических качеств или они успешно развиваются в процессе занятий футболом. 18,75% девочек ответили, что такое время необходимо; столько же считают, что физические качества достаточно развиваются в процессе обучения; 62,50% опрошенных затрудняются ответить на поставленный вопрос; 12,50% девушек думают, что возможно сформировать базовую подготовку и решить задачи общей физической подготовленности, предусмотренной программой физического воспитания в 7 классах; 6,25% – считают, скорее всего – нет.

Анализ эксклюзивного интервью преподавателей.

В исследовании приняла участие преподаватели физической культуры, в том числе: мужчины – 40%; женщины – 60%. Средний возраст – 30 лет и 4 месяца, 10% имеют среднее специальное образование; 50% – незаконченное высшее и 40% -высшее.

Стаж педагогической работы: до 5 лет - 60%; от 5 до 10 лет – 10%; от 11 до 20 лет – 10%; свыше 20 лет – 20%.

Большинство (80%) учителей считает, что уроки физической культуры достаточно разнообразны и привлекательны.

Отвечая ли существующие средства и формы физического воспитания в школе запросам учащихся: 50% – ответили положительно, 50% – отрицательно.

70% опрошенных, считает, что на уроках физкультуры у учеников накапливаются знания об аспектах здорового образа жизни (гигиене труда, быта, физических упражнениях, режиме питания), формируются двигательные навыки, необходимые в повседневной жизни, развитие физических качеств у учащихся происходит. 30% учителей не согласны с таким утверждением.

На предложение: в седьмых классах содержание физической культуры больше специализировать, вплоть до включения определенного вида спорта (с учетом практических способностей учителя, возможностей спортивной базы, желаний учащихся) – 100% опрошенных его поддержали.

Футбол – это спорт, считают 50% преподавателей; 30% респондентов считают, что футбол – средство повышения уровня физического развития; 20% считают, что футбол – комплекс физических упражнений, средство коррекции телосложения, спорт, искусство строения тела, психофизический тренинг, здоровье, сила, красота и грация, средство повышения уровня физического развития.

Единое мнение у всех респондентов по поводу того, что футболом могут заниматься все (школьники, молодые люди, пожилые, люди старшего возраста, мужчины и женщины). 60% опрошенных преподавателей физической культуры сходятся во мнении, что занятия футболом развивают силу, гибкость, координацию; имеют большое оздоровительно-профилактическое значение; оказывают положительное психофизическое воздействие; формируют красивую гармонично развитую фигуру; воспитывают морально волевые качества; устраняют те или иные недостатки фигуры. 30% респондентов: занятия спортом развивают только силу, координацию движений и другие двигательные качества и лишь 10% опрошенных считают: занятия спортом имеют только большое оздоровительно-профилактическое значение.

90% из числа опрошенных считает возможным использовать основы футбола на уроках физической культуры для девочек, 10% преподавателей затрудняются ответить. Абсолютное большинство, т.е. 90% респондентов, считает, что включение средств футбола в школьный процесс физического воспитания повысит интерес у девочек к урокам

физкультуры; 10% опрошенных не поддерживают это мнение.

Возможность положительного воздействия на физическое развитие и физическую подготовленность основ футбола на организм девочек подтверждает 90% из общего числа опрошенных учителей физкультуры. 10% респондентов считает: основы футбола на уроках физической культуры положительно не скажутся на физическом развитии и физической подготовленности учениц.

80% опрошенных считает возможным использование элементов футбола на уроках физической культуры для формирования красивой атлетически развитой фигуры и лишь 20% респондентов не придерживаются этого мнения.

Преподавателям было предложено определить, с какого возраста, по их мнению, можно начинать использование футбола в качестве средства физической подготовки на уроках физической культуры. Почти единогласно (90%) утверждают: лучше всего начинать использование футбола уже в младших классах; только у 10% респондентов имеется другое мнение: лучше начинать с 5-7 классов.

На взгляд 50% учителей необходимо в рамках урока физкультуры выделять 30% времени на средства футбола. Другая группа (30%) отпустила бы для этого 50%. 70% времени в рамках урока на футбол отпустило бы 10% из числа опрошенных преподавателей. Остальные – затрудняется ответить.

Внимательно изучив результаты опроса учителей, принимая их мнение в качестве решающего, следует поддержать идею целесообразности более широкого включения средств футбола в школьную программу для девочек.

Конечно, делать это надо корректно, не забывая и других средств физической культуры. Однако то, что футбол в настоящее время интересует девочек – однозначно. Подведённые итоги интервью с педагогами школ показали, что они, в целом, весьма благосклонно относятся к футболу в школе, весьма настороженно относятся к реализации идеи этой игры именно для девочек [2].

По их мнению, только лишь с помощью перечисленных упражнений из раздела футбола существующей программы сформировать даже начальные навыки этой игры, скорее всего,

очень сложная.

Более того, включение в предложенном варианте упражнения программы по футболу не вносит заметных позитивных перемен в морально-волевую и духовно- нравственную структуру личности, хотя сам факт включения футбола в школьный процесс повышает интерес учащихся к урокам физкультуры [3].

Что же, в первую очередь, по мнению учащихся и специалистов-педагогов нужно для реализации проблемы футбола, вообще, и женского футбола, в частности [4].

Во-первых, содержание уроков физической культуры желательно больше специализировать, вплоть до включения определённого вида спорта, например, футбола.

Во-вторых, это должно быть специально отведённое время: не менее 50 процентов всего времени урока, начиная с начальных классов.

Список цитированных источников

1. Андреев, С.И. Футбол в школе / С.И. Андреев. – М: Просвещение, 1986. – С. 18-19.
2. Андружейчик, М.Я. Некоторые показатели быстроты и скоростно-силовых качеств у юных футболистов / М.Я. Андружейчик, А.А. Семкин, В.И. Шукан // Вопросы теории и практики физической культуры и спорта: Республиканский межведомственный сборник. – Вып. 9. – Минск: Вышэйшая школа, 1979. – С. 164.
3. Косенюк, В.А. Ударное движение в футболе и некоторые его характеристики / В.А. Косенюк // Вопросы теории и практики физической культуры и спорта: Республиканский межведомственный сборник. – Вып. 9. – Минск: Вышэйшая школа, 1979. – С.19 – 23.
4. Крефф, А.Ф. Женщина и спорт / А.Ф. Крефф, М.Ф. Каню. – М: Физкультура и спорт, 1986. – С.14 – 16.
5. Футбол: учеб. для ин-тов физич. культ. // Под общ. ред. П.Н. Казакова. – М: Физкультура и спорт, 1978. – С. 140 –141.

УДК 796.2

Луиц В.Г.

Научные руководители: проф. Артемьев В.П., ст. препод. Арушанов В.С.

РАЗВИТИЕ СКОРОСТНО-СИЛОВЫХ КАЧЕСТВ У ДЕВОЧЕК 12-13 ЛЕТ (РЕТРОСПЕКТИВНЫЙ АНАЛИЗ ЛИТЕРАТУРЫ)

Под термином «скоростно-силовые способности» понимается проявление человеком максимальной мощности в кратчайший промежуток времени, при сохранении оптимальной амплитуды движений [12, 6, 5].

По мнению Ю.В. Верхошанского [4], способность к скоростно-силовым проявлениям следует понимать не как производное от силы и быстроты, а как самостоятельное качество, которое должно быть поставлено в один ряд с быстро-

той, силой, выносливостью и развитие которого требует адекватных, присущих только ему средств и методов.

Состав скоростно-силовых упражнений широк и разнообразен.

В него входят различного рода прыжки (легкоатлетические, акробатические, опорные гимнастические и др.), метания, толкания, броски и быстрые поднимания спортивных снарядов или других предметов, скоростные перемещения циклического характера, ряд действий в играх и единоборствах, совершаемых в короткое время с высокой интенсивностью (в частности выпрыгивания и ускорения в играх, ударные действия в боксе, броски партнера в борьбе), снаряды различного веса в легкоатлетических метаниях и т.д. [1].

Другими, частными, упражнениями могут быть: эстафеты с преодолением различных препятствий (мячей, козла гимнастического...); бег в гору и с горы; многоскоки в виде эстафет и игр; упражнения, близкие по характеру выполнения к прыжкам в длину с разбега и др.

Обнаружены нами также исследования, связанные с рекомендациями определенных упражнений для футболистов с целью развития скоростно-силовых качеств [2].

Центральная методическая проблема воспитания скоростно-силовых способностей – это проблема оптимального сочетания в упражнениях скоростных и силовых характеристик движений. Трудности ее решения вытекают из того, что скорость движений и степень преодолеваемого отягощения связаны обратно пропорционально.

В процессе воспитания скоростно-силовых способностей отдают предпочтение упражнениям, выполняемым с той наибольшей скоростью, какая возможна в условиях заданного отягощения и при которой можно сохранять технику движений (так называемая «контролируемая скорость»); внешние же отягощения лимитируют в пределах, не превышающих в большинстве случаев 30-40% от индивидуально максимального [9]

Эмпирическое правило использования скоростно-силовых упражнений: «лучше заниматься чаще, но понемногу».

Регулирование интервалов отдыха: как только движения начинают замедляться, целесообразно увеличить интервал отдыха, если это поможет восстановить необходимую скорость, либо прекратить повторения.

Взрывную силу, являющуюся особой разновидностью скоростной силы, можно определить как способность очень быстро (в возможно более короткое время) проявлять максимально большую (предельную) силу [16, 9].

При оценке уровня развития взрывной силы пользуются скоростно-силовым индексом: $\dot{I} = F_{\max} / T_{\max}$, где \dot{I} – указанный скоростно-силовой индекс; F_{\max} – максимальное значение силы; T_{\max} – время достижения максимальной силы.

Понятие взрывная (скоростная) сила, по нашему убеждению, тождественно понятию прыгучесть, что находит подтверждение и в современной литературе [10, 11].

Скоростно-силовая подготовленность отражается в прыгучести, являющейся удобным объектом для изучения первой. Под прыгучестью в спортивной практике понимается способность человека выполнять мощное отталкивание, т.е.

проявлять значительную силу за короткое время [4]. Основными факторами, определяющими уровень развития взрывной силы, является пол, возраст и двигательная активность [12], максимальная сила мышц и др.

Кстати, зависимость скоростно-силовых способностей от уровня мышечной силы вообще до настоящего времени четко не определена.

Ряд исследователей отмечает, что эта зависимость отсутствует.

«Максимальная сила мышц, – пишет Ю.В. Верхошанский [4], – не имеет прямой существенной связи с показателями прыгучести. Из сказанного не следует, однако, что абсолютная сила мышц – бесполезное приобретение спортсмена. Дело в том, что мышцы спортсмена должны обладать определенным силовым потенциалом, быстрота проявления которого и обуславливает уровень прыгучести».

Для развития силы используют специальные упражнения с мгновенным преодолением ударно-воздействующего отягощения, которые направлены на увеличение мощности усилий, связанных с наиболее полной мобилизацией реактивных свойств мышц.

Если такого рода упражнения выполняются без задержки в амортизационной фазе и в соответствии с разработанными правилами нормирования нагрузки, они позволяют проявлять наибольшую «взрывную» силу. Для краткости их можно условно назвать «упражнениями ударно-реактивного воздействия» [4].

Их еще называют «ударными», «с ударным характером развития» и другими терминами, например, это прыжки в глубину (спрыгивание с тумбы высотой 75-100 см) с мгновенным последующим выпрыгиванием вверх и упражнения на блочном устройстве, включающие момент рывкового преодоления отягощения в виде стремительно перемещающегося груза [9].

Концентрированное применение упражнений такого рода с предельно выраженным моментом перехода от уступающих к максимально мощным преодолевающим усилиям оправдано после завершения, в основном, возрастного созревания опорно-двигательного аппарата и при условии систематической разносторонней физической подготовки [9].

Обращают на себя внимание различные мнения в трактовке вопроса развития скоростно-силовых качеств у девочек – в каком возрасте наблюдается более высокий ее прирост.

Наибольший прирост скоростно-силовых показателей мышечных групп, по мнению В.П. Филина [13], имеет место в период от 13 до 15 лет.

С какого возраста наиболее целесообразно развивать скоростно-силовые способности?

Рядом исследователей установлено, что это развитие целесообразно начинать в детском и подростковом возрастах.

Возрастная динамика этих способностей у школьников прослежена в ряде работ.

Еще Н.А. Лупандина (1969) показала, что результат в прыжках в высоту с разбега у детей школьного возраста непрерывно возрастает и своего максимума достигает в 16-17 лет. А.П. Филин отметил повышение уровня развития скоростно-силовых качеств в возрасте от 7 до 17 лет [13].

Уровень развития скоростно-силовых способностей у девочек 9-17 лет с возрастом повышается, достигая максимума к 17 годам. Рост показателей от возраста к возрасту происходит, при этом, не равномерно. 9-13 лет – период наи-

более интенсивного роста скоростно-силовых качеств (у занимающихся и не занимающихся спортом). Период от 13 до 17 лет характерен незначительным ростом и тенденцией к стабилизации. После 17 лет у девочек происходит смена скоростно-силовых показателей [15].

В темпах прироста скоростно-силовых способностей имеются существенные различия, связанные с возрастом и полом [13,14].

Наибольший годовой прирост результатов по данным З.И. Кузнецовой [8] у девочек наблюдается с 9 до 10 лет. С 10 до 11 этот прирост уменьшается, а с 11 до 15 существенного роста результатов не происходит.

Касаясь развития скоростно-силовых качеств у футболистов, следует сказать, что нам известны работы большого круга специалистов по этим вопросам [3].

Первые три из перечисленных авторов для нас интересны разработкой критериев оценкой физической подготовленности. Ими исследовались уровень и динамика скоростно-силовых качеств у юных футболистов 11-16 лет с помощью тестов: бег на 15 метров со старта и с хода, выпрыгивание вверх с места толчком двумя ногами со взмахом рук.

«Под воздействием регулярных занятий футболом, – пишут М.Я. Андружейчик и др., – повышается уровень развития быстроты и скоростно-силовых качеств у юных футболистов 11-16 лет, что является выражением возрастных закономерностей развития организма.

Наибольшее повышение быстроты бега на дистанции 15 м. отмечается в период с 11 до 13 лет, в дальнейшем до 16 лет темпы роста этих показателей несколько снижаются. Прирост показателей прыгучести отмечен между 14 и 15 годами, а от 15 до 16 лет происходит некоторое замедление темпов прироста» [3].

Заканчивая краткий анализ некоторых литературных источников, относящихся к проблемам развития скоростно-силовых качеств, следует констатировать:

1) довольно подробно и часто изучается и излагается пропедевтический раздел развития и воспитания скоростно-силовых качеств;

2) сложилось довольно подробная и аргументированная методика их воспитания, в т.ч. касающаяся отбора физических упражнений и условий их применения в учебно-тренировочном процессе;

3) имеются, правда, несколько отличающиеся данные о наиболее благоприятных периодах развития скоростно-силовых качеств: это возраст с 9 до 15-17 лет. Вместе с тем, поставив вопрос о воспитании скоростно-силовых качеств у девочек 12-13 лет, мы в некоторой степени выступаем оппонентами исследований З.И. Кузнецовой [8], которая весьма осторожно относится к этому периоду как не к лучшему возрасту для развития этой способности у девочек.

Список цитированных источников

1. Абдуллаев, Ж.А. Совершенствование методов развития скоростных способностей у школьников в процессе урока и внеурочной формы занятий / Ж.А. Абдуллаев, И.Ю. Юсупов // Теория и практика физической культуры. – 1994. – №3-4. – С. 32.

2. Андреев, СИ. Футбол в школе / СИ. Андреев. – М: Просвещение, 2006. – С. 18-19.

3. Андружейчик, М.Я. Некоторые показатели быстроты и скоростно-силовых качеств у юных футболистов / М.Я. Андружейчик, А.А. Семкин, В.И. Шукан // Вопросы теории и практики физической культуры и спорта: Республиканский межведомственный сборник. – Вып. 9. – Минск: Вышэйшая школа, 1999. – С. 164.

4. Верхошанский, Ю.В. Прыгучесть спортсменов, её скоростно-силовая структура и специфичность // Теория и практика физической культуры. – 1970. – № 10. – С.2 – 5.
5. Дьячков, В.М. Физическая подготовка спортсменов / В.М. Дьячков. – М: Физкультура и спорт, 1981. – С. 79.
6. Зимкин, Н.В. Физиологические характеристики силы, быстроты и выносливости. Очерки / Н.В. Зимкин. – М: Физкультура и спорт, 1976. – С. 135.
7. Казарян, Ф.Т. Исследование возрастных изменений силы разных групп мышц у мальчиков школьного возраста и её развитие у юных легкоатлетов / Ф.Т. Казарян: автореф. канд. дисс. – М., 1985. – С. 274.
8. Кузнецова, З.И. Развитие двигательных качеств у школьников / З.И. Кузнецова. – М: Просвещение, 1977. – С. 243.
9. Матвеев, Л.П. Теория и методика физической культуры / Л.П. Матвеев. – М: Физкультура и спорт, 1991. – С. 185, 207, 209.
10. Радзиньски, М. Сравнительный анализ результатов прыгучести, полученный различными способами измерения у спортсменов / М. Радзиньски // Избранные аспекты спортивной моторики: тез. междунар. конф. – Брест, 2002. – С. 18.
11. Староста, В. Поиск комплексного показателя двигательной координации и прыгучести / Потенциал двигательной координации и избранные аспекты спортивной моторики / В. Староста, А. Пионк. – Реферат международной конференции. – Брест, 2002. – С. 28.
12. Фарфель, В.С. Курс физиологии человека / В.С. Фарфель: издание 2-е, переработанное. Учеб. пособ. для техникумов физ. культ. – М: Физкультура и спорт, 1998. – С. 303.
13. Филин, В.П. Воспитание физических качеств у юных спортсменов / В.П. Филин. – М: Физкультура и спорт. – 1994. – С. 175.
14. Фомин, Н.А. Возрастные основы физического воспитания / Н.А. Фомин, В.П. Филин. – М: Физкультура и спорт. – 1992. – С. 11.
15. Черешнева, Л.Я. Особенности развития скоростно-силовых качеств у девушек под влиянием систематических занятий физическими упражнениями // Развитие двигательных качеств школьников / Под ред. З.И. Кузнецовой. – М: Просвещение, 1987. – С. 148.
16. Янанис, С.В. Воспитание физических (двигательных) качеств / Теория и методика физического воспитания / Под общ. ред. Г.Ф. Харабуги. – М: Физкульт. и спорт, 1989. – С. 118.

УДК 693.22.004.18

Маркина А.А., Сидорович Д.А.

Научный руководитель: ассистент Прилуцкая О.Е.

СОЦИАЛЬНЫЕ ВИДЕОРОЛИКИ В КАЧЕСТВЕ ПРОПАГАНДЫ КАК МОЩНЫЙ И ЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБ ПЕРЕДАЧИ ИНФОРМАЦИИ И ОДНА ИЗ ФОРМ ОБУЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Социальная реклама уже не первое десятилетие оформилась отдельным видом не только деятельности рекламистов и пиарщиков, но и творчества. Вместе с тем в качестве пропаганды – наглядная продукция, аудиоролики, видеофайлы – мощный и эффективный способ передачи информации и одна из форм обучения безопасности жизнедеятельности. В условиях современного мира, когда с раннего возраста человек приучается воспринимать информацию в виде клипов, своеобразной мозаики ярких визуальных образов, эта область является одной из действенных в работе с населением.

При создании любого вида такой продукции всегда хочется сделать качественную социальною рекламу. Будет ли прочитан слоган, размещенный на плакате, видеоролике и т.д.? Запомнится ли? Захочет человек остановить свой взгляд на данном продукте или посчитает его не интересным? Из этого следует,

что главная цель наглядной продукции – заинтересовать человека, зацепить его идеей, обратить на себя внимание, огласить имеющуюся проблему в доступной и понятной форме.

Для этого нами был проделан ряд шагов. Был проведен анализ состояния социальной рекламы, размещаемой на всех без исключения рекламных носителях, чтобы избежать «бесполезной рекламы ни о чем».

Вторым шагом в работе по созданию качественной социальной рекламы стало участие в тематических акциях, создание эскизов билбордов, календарей, листовок, магнитов и т.д.

Этот опыт взят из маркетинговой среды, когда для создания успешной коммерческой или социальной рекламы используется, как правило, комплексный подход. Запускается целый комплекс рекламных изделий, медиапосланий, сюжетов и пр., объединенных общим фирменным стилем и сюжетным содержанием, чем достигается равномерный и грамотный с психологической точки зрения охват аудитории. При этом массивного тиража не требуется, так как общность стиля разных медиасредств создает эффект массовости акции и не размывает идеи послания.

Третий. Один из самых сложных шагов – использование «креативных» решений при создании социальной рекламы.

С началом 2015 года на всех основных светодиодных экранах в учебных заведениях (в Брестском государственном техническом университете и школах города Бреста), а так же местах массового пребывания граждан мы разместили совместно с Брестским городским отделом по ЧС видеоролики социальной рекламы МЧС Беларуси, напоминающей гражданам и гостям города о мерах пожарной безопасности. Данные видеоролики (более 15 роликов) были созданы нами в течение двух лет (2013-2015 г.), и призывают граждан к соблюдению мер пожарной безопасности в быту, при пользовании бытовым газом и электроприборами, предостерегают об опасности курения в состоянии опьянения.

К приоритетным направлениям научно-технической деятельности в РБ на 2011-2015 годы утвержденных Указом Президента Республики Беларусь от 22 июля 2011 года № 378 и постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 19 апреля 2010 г. № 585 в отрасли «экология, природные ресурсы, ресурсосбережение, рациональное природопользование и защита от чрезвычайных ситуаций» к критическим технологиям отнесены инновационные средства и технологии предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций, методы и приборы для испытаний изделий и материалов на соответствие требованиям безопасности. Мы считаем, это направление одним из важнейших и считаем, что с помощью наглядной агитации (видеороликов), можно предупредить и значительно снизить вероятность возникновения чрезвычайных ситуаций, призывать граждан к соблюдению мер пожарной безопасности в быту, и в достаточно короткий срок воплотили идею создания видеороликов в жизнь.

Сейчас совместно с Республиканским центром пропаганды при МЧС РБ нами запланирована совместная работу по созданию серии видеороликов.

Специфика социальной рекламы в том, что она напрямую затрагивает жизненные интересы людей, и она может давать зримые и важные для общества практические результаты. Поэтому совместно с Брестским городским отделом

по ЧС и Республиканским центром пропаганды при МЧС РБ работа в данном направлении будет продолжена.

Список цитированных источников

1. Безопасность жизнедеятельности: государственные образовательные стандарты. Библиографические источники. Наглядные пособия / авт.-сост. С.В. Петров. – М.: изд-во НИЦ ЭНАС, 2005. – 128 с.
2. Латчук, В.Н. Основы безопасности жизнедеятельности. Планирование и организация занятий в школе 5–11 классы / В.Н. Латчук, С.К. Миронов, Б.И. Мишин. – М.: Дрофа, 2002.
3. Мардерфельд, В.Л. Рабочие материалы по учебному курсу «Основы безопасности жизнедеятельности». – СПб.: филиал изд-ва «Просвещение», 2002. – 232 с.
4. Методические материалы и документы по курсу «Основы безопасности жизнедеятельности»: кн. для учителя / Сост. А.Т. Смирнов, Б.И. Мишин; под общ. ред. А.Т. Смирнова. – М.: Просвещение, 2001. – 160 с.
5. Михайлов, Л.А. Теоретические и методические подходы к подготовке специалиста в области безопасности жизнедеятельности в педагогическом вузе: монография. – СПб.: Изд-во «СОЮЗ», 2003. – 270 с.

УДК 94(430)«1941/1945»

Тхужевский Д.В.

Научный руководитель: ст. преподаватель Грибова С.В.

ФОРМИРОВАНИЕ ВОСТОЧНОТЮРКСКОГО БОЕВОГО СОЕДИНЕНИЯ СС ВО ВРЕМЯ ВТОРОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ

Изначально политика руководства Германии не предусматривала использование в военных целях восточные народы, т.е. народы СССР (в том числе и тюркские), но под давлением обстоятельств в ходе войны она начала меняться. В статье речь пойдет о политике относительно данной проблемы в СС – организации, которая в национал-социалистическом государстве занимала особое место и имела порой свое представление о происходящих событиях, в том числе по указанному вопросу.

СС – почти государство в государстве, и его шеф рейхсфюрер Гиммлер очень ревниво и внимательно относился к деятельности всех властных структур Третьего рейха, находясь с большинством из них в откровенном соперничестве. После вступления в войну Германии против СССР и создания Восточного министерства и первых рейхскомиссариатов, СС в процессе разделения власти на Востоке остался в стороне. Самолюбие эссовского начальства было задето – началось серьезное противостояние.

Изменению политики СС на Востоке способствовали такие факторы как: соперничество между руководящими фигурами и учреждениями Германии (в данном случае – особенно Восточного министерства и СС); неудачный для Германии ход войны, в которой после Сталинградской битвы уже наметился коренной перелом; явная неудача вермахта с созданием и применением Восточных батальонов. В такой сложной ситуации Гиммлеру очень хотелось сыграть роль спасителя, который сможет изменить ход событий в благоприятную для Германии сторону. Положительные результаты создания в рядах СС соединений из восточных народов должны были укрепить нацию и фюрера именно в таком мнении.

Кроме того, существовала для СС и несколько иная, чем в случае с вермахтом, идеологическая предпосылка. Для Восточных легионов вермахта в качестве основного политического мотива предлагалась «борьба с большевизмом». Совершенно прав С. Цвиклински, который подчеркивал, что «тот факт, что теперь представители советских тюркских народов боролись на немецкой стороне, имел для вермахта меньше идеологическое, а гораздо больше конкретное военное значение» [1]. В политике же СС по отношению к тюркским и мусульманским народам на первый план выдвигалась идея их «революционизации», «фанатизации». Заключалась эта идея в том, что по представлениям эсэсовских теоретиков, создание тюркского военного соединения в рамках СС должно было привести «к постепенному притягиванию на сторону Германии всего мусульманского мира», с конечной целью «внешнего развала СССР». Такое соединение виделось к концу 1943 г. как «единственная платформа для фанатизирования восточных тюрков в борьбе против большевистской России». В основу этой идеи были положены еще предвоенные изыскания двух ученых: Георга Кляйнова и Райнера Ольши.

Р. Ольша родился в 1912 г., медик по образованию, в 1936 г. защитил диссертацию о системе советского здравоохранения в Средней Азии. Одновременно он учился в Берлинском университете на факультете изучения зарубежных стран и стал ассистентом у востоковеда Г. Кляйнова, который в том же 1936 г. скончался. Впоследствии Р. Ольша подготовил к печати монографию «Туркестан – политико-исторические и экономические проблемы Центральной Азии», которая была опубликована в 1942 г. В сентябре 1941 г. он был призван в СС и получил чин унтерштурмфюрера, занимаясь вначале исключительно санитарными и хозяйственными делами. Только в 1944 г. уже в чине гауптштурмфюрера СС (это звание он получил 1 сентября 1944 г.), он смог заняться осуществлением своих политических идей, возглавив в Главном управлении СС отдел «Туран-Кавказ». Несколько забегаая вперед, отметим, что он был арестован после окончания войны и в 1947 г. скончался в советском плену. Находясь в плену, Ольша составил объемное письменное изложение своей деятельности.

В понимании Р. Ольши «тюрко-татары или восточные тюрки являются сильнейшим неславянским и нехристианским меньшинством в СССР, которых следует воспринимать в единстве». Из «этнических, культурных, религиозных причин они издавна противостоят русским», поэтому считалось, что «их легче всего использовать в сепаратистском движении». Ольша признавал, что «чувство общности у восточных тюрков развито не очень сильно, и все же они чувствуют себя близкими по крови, языку и религии и осознают свою враждебность русским». Ольша считал, что поскольку линия фронта постепенно удаляется от основных территорий проживания тюркских народов, то необходимость в соблюдении политического принципа их разделения, группировки отпадает. Поэтому «настает момент использовать всех восточных тюрков как единый в расовом и языковом отношении блок против русских», причем «еще более усилить его возможно через исламский фактор». Единственной инстанцией, которая до того времени не участвовала в решении указанных вопросов и могла бы принять на себя руководство восточными тюрками и была наиболее приспособлена для этого, являлся, по мнению Ольши, СС [1].

Стоит обратить внимание, что СС в отличие от вермахта с самого начала активно взялся за разработку теоретической, политической базы «сотрудничества» с тюркскими народами.

По поручению Главного управления СС в конце 1943 – начале 1944 г. своими мыслями по поводу создания ВТБС поделились и другие специалисты, которые имели дело с тюркскими народами. Это майор А. Майер-Мадер и профессор Г. фон Менде. Майер-Мадер в специально написанной памятной записке от 15 декабря 1943 г. обобщал накопленный с Восточными легионами опыт. Он отмечал как одно из главных требований на будущее: «активизировать пропаганду, чтобы совсем не потерять наших союзников». Лучшим средством для привлечения мусульманских военнопленных и мусульманского мира в целом на сторону Германии он считал создание тюрко-мусульманской дивизии с собственными офицерами до командиров батальонов включительно. Эта дивизия, по Майер-Мадеру, должна была стать «для тюрко-мусульман родиной до тех пор, пока собственно родина для них закрыта. Каждый из них должен знать, что есть в Германии место, где он будет иметь все права, где в чужой стране он не будет чувствовать себя чужим. Он уже не будет рассматривать Германию как чужую страну, в которой он не имеет никаких прав, кроме одного – права пролить за нее кровь. Дивизия должна стать полем накопления сил, чтобы воздействовать на всех тюрко-мусульман, охватывая и мусульман России» [1]. В этом Майер-Мадер видел «глубокий смысл» создания тюрко-мусульманской дивизии СС.

В начале февраля 1944 г. свои взгляды о тюркских военных соединениях, в том числе и в рамках СС, выразил и Г. фон Менде, который в целом придерживался точки зрения Р. Ольши о единстве тюркских народов.

Кроме «теоретического» обоснования формирования Восточнотюркского боевого соединения (ВТБС) в СС была проведена и заметная организационная работа, созданы специальные структуры для осуществления идейного руководства и практического осуществления задуманного.

В январе 1944 г. в Дрездене было создано «Рабочее объединение Туркестан» во главе с Райнером Ольшей, подчиненное Главному управлению СС. Это было фактически научно-исследовательское учреждение с девятью отделами: страноведение, транспорт, геология и полезные ископаемые, сельское хозяйство, климатология, этнография и фольклористика, ислам, медицина, литература. Для работы в объединении привлекались научные силы из многих университетских центров Германии. Оно должно было разрабатывать в целом все проблемы, связанные с тюрко-мусульманским миром.

Организационные изменения были проведены и в самом Главном управлении СС. В конце – начале лета 1944 г. был создан специальный отдел «Руководящий отдел – восточные добровольцы». Отдел к концу 1944 г. получил следующее оформление: он делился на четыре подотдела – русский, украинский, казачий и «Туран-Кавказ» (последний, как упоминалось ранее, возглавил Р. Олша).

Основой для будущего Восточнотюркского соединения в составе СС стал сформированный 13 января 1942 г. майором Андреасом Майер-Мадером 450 батальон Туркестанского легиона.

Майер-Мадер в конце 1943 г. предложил свои услуги руководству СС, которое предоставило ему возможность сформировать в составе войск СС турке-

станский полк. Для его формирования из состава Восточных легионов вермахта было выделено несколько батальонов (782, 786, 790, 791-й туркестанские, 818-й азербайджанский и 831-й волжско-татарский) [2]. Полк получил название 1-го Восточно-мусульманского полка и формировался на территории Польши (в Травнике) из пленных красноармейцев среднеазиатских национальностей. Для дальнейшего обучения в марте 1944 г. возглавляемый Майер-Мадером полк был направлен в Западную Беларусь в район г.п. Юратишки. Здесь не совсем ясная участь постигла командира полка – он погиб весной – в начале лета 1944 г. Свидетельства документов о его гибели не однозначны: по одним данным, он пал от рук партизан во время одной из карательных акций, по другим – в результате заговора внутри самого СС [1]. Есть также сведения, что он пропал без вести (и возможно, перешел на нелегальную работу).

Новым командиром полка некоторое время был гауптштурмфюрер СС Биллинг. Но он, не сумев удержать подчиненных от самовольных действий, приказал расстрелять 78 солдат своего подразделения, и после этого, сурового командира устранили от руководства [3]. Новый командир – гауптштурмфюрер СС Херманн провел очистку полка от ненадежных элементов, советской агентуры, повысил уровень дисциплины. После его гибели в бою с партизанами под Гродно полк возглавил командир одной из рот – оберштурмфюрер СС Гулам Алимов, под руководством которого в августе 1944 г. полк участвовал в подавлении Варшавского восстания (для этого подразделение перебросили в июле 1944 года в Польшу). 1-й Восточно-мусульманский полк был включен в печально известный зондеротряд Оскара Дирлевангера (36-я дивизия СС). Дирлевангер отличался своим садизмом даже среди эсэсовцев, будучи осужденным за серию убийств и изнасилований несовершеннолетних. Надо отметить и ту жестокость, с которой действовала эта дивизия (а так же 29-я дивизия Бронислава Каминского) при подавлении Варшавского восстания. Мародерству, грабёжам, всевозможным бесчинствам, которые они проявили в Варшаве, не было предела. Достаточно сказать, что офицеры вермахта, стоявшие на этом участке фронта, направляли в Берлин возмущенные протесты с просьбой вывести эти дивизии из Варшавы [3].

В целом формирование Восточнотюркского боевого соединения СС проходило не достаточно интенсивно, в том числе и из-за недопониманий между СС и Восточным министерством.

Наконец после длительной и медленной подготовительной работы 20 октября 1944 г. рейхсфюрер Гиммлер отдал приказ о создании соединения, которое, согласно приказу, должно было «служить сбору всех годных восточных тюрков – туркестанцев, поволжских и приуральских татар, крымских тюрков, азербайджанцев и др., осуществлять их политическое и военное разделение в отдельные военные единицы, а также решать культурные и пропагандистские задачи». Официально, как сказано в документе, Восточнотюркское боевое соединение СС существовало с 1 октября 1944 г. [1]. Но на этом, конечно, формирование ВТБС не завершилось, работа по вербовке добровольцев в лагерях военнопленных продолжалась.

Командиром соединения был назначен бывший офицер австро-венгерской армии В. Хинтерзац, военный советник Энвера-Паши в годы Первой мировой

войны и офицер связи СС при Иерусалимском муфтии, принявший исламское имя Гарун-аль-Рашид-бек [4] (Фото 1).



*Фото 1 – Командир ВТБС
Гарун-аль-Рашид-бек*

В структуру соединения включались следующие подразделения (которые, надо отметить, несколько раз переименовывались и переформировывались): Туркестанский легион (1-й Восточно-мусульманский полк) – комплектовался из представителей народов Средней Азии; Волжско-татарский легион «Идель-Урал» – из народов Поволжья (татар и башкир); Азербайджанский легион – из азербайджанцев; и боевая группа «Крым», которая комплектовалась из крымских татар. Максимальная численность этого мусульманского соединения доходила до 8500 человек.

Солдаты каждой из групп имели свою нарукавную нашивку, а также общую эмблему – три мечети с золотыми куполами и полумесяцами, а так же надпись «Биз Алла Билен» (которую можно перевести и как «мы с Аллахом» и как «Аллах с нами»). В соединении имелась и особая повязка – на зеленой полосе белые буквы «Osttürkische Waffen-Verbände der SS» (Восточнотюркские вооруженные соединения СС).

В основу боевой группы «Крым» (1-й татарской горно-стрелковой бригады СС) (всего до 2500 бойцов) под командованием штандартенфюрера СС Фортенбаха, легли 8 крымско-татарских батальонов, сформированных еще в 1942 г. на базе татарских рот самообороны. Каждый из 8 батальонов должен был состоять по штату из штаба и четырех рот (по 124 человека в каждой). Каждая рота – из одного пулеметного и трех пехотных взводов. Как правило, батальоном командовал местный доброволец из числа бывших офицеров Красной Армии, однако в каждом из них было еще 9 человек немецкого кадрового персонала (1 офицер связи и 8 унтер-офицеров). На вооружении личный состав батальонов имел автоматы, легкие и тяжелые пулеметы и минометы. Боевая группа «Идель-Урал» создавалась на основе личного состава 831-й батальона легиона «Идель-Урал», переданного из состава вермахта в конце 1943 г. в состав войск СС [2].

В конце октября 1944 г. 1-й Восточно-мусульманский полк (вошедший к тому времени в состав Восточно-тюркского соединения СС) был переброшен в Словакию (для подавления словацкого восстания). 25 декабря 1944 г. в ВТБС случилось происшествие, которое повлияло на все дальнейшее его развитие, на общую атмосферу вокруг соединения, на настроения солдат, численности к нему. Командир 1-го Восточно-мусульманского полка оберштурмфюрер Гулам Алимов с 458 своими подчиненными у г. Миява перешел на сторону словацких партизан (часть из них, правда, в первых числах января вернулась обратно, после расстрела Алимова партизанами). Этот случай оказался очень болезненным

для всего проекта создания крупных тюркских формирований в рамках СС, он долго обсуждался всеми ответственными лицами и инстанциями и во многом способствовал падению активности в дальнейшем развитии ВТБС.

В марте 1945 в состав Восточно-тюркского соединения СС была включена Азербайджанская боевая группа. По другим сведениям, азербайджанская боевая группа еще в январе была выделена в состав особого Кавказского соединения СС, куда также вошли национальные подразделения грузин, армян и северокавказских горцев [5].

В конце войны соединение было переброшено на Балканы, а в апреле – дислоцировано в Ломбардии.

Таким образом, можно констатировать, что усилия СС по созданию формирования из тюркско-мусульманских народов СССР не привело к ожидаемому результату. Какие-то его составные части (командование, штаб, некоторые военные подразделения) действительно были сформированы и даже участвовали в военных операциях, но в целом ВТБС, так и не превратилось в организованную, боеспособную единицу.

Список цитированных источников

1. Гилязов И. А. Легион «Идель-Урал» / И. Гилязов. – М.: Вече, 2009. – 304 с.
2. Карашук, А. Восточные легионы и казачьи части в вермахте / А. Карашук, С. Дробязко. – М.: АСТ, 2000. – 48 с.
3. Бриман, Ш. Мусульмане в СС / Ш. Бриман – [Электронный ресурс] <http://gazeta.rjews.net/Lib/briman/5-briman.shtml>, 1 – Дата доступа: 8.05.2015.
4. Романько, О.В. Мусульманские легионы во Второй мировой войне / О.В. Романько. – М.: АСТ, 2004. – 314 с.
5. Окторино, Н. Гитлеровские легионы советских мусульман [Электронный ресурс] <http://www.liveinternet.ru/users/4198118/post185660829/> – Дата доступа: 7.05.2015.

УДК 692.12

Хічук Д.

*Навучны кіраўнік: загадчык кафедры беларускай мовы і літаратуры,
к.ф.н. Н.Н. Борсук*

ЛЕГЕНДАРНАЕ ЯНАВА: АДМЕТНЫ РЭГІЁН БЕРАСЦЕЙСКА-ПІНСКАГА ПАЛЕССЯ

Янава – адметны рэгіён Берасцейска-Пінскага Палесся. Асаблівасць сацыяльна-эканамічнага і культурнага жыцця мястэчка ў XVIII – пач. XX ст. была звязана з распаўсюджаннем сярод мясцовых жыхароў рэдкага занятку. Ён заключаўся ў збіранні ахвяраванняў на царкву. Янаўцы, якія гэтым займаліся, называліся лабарамі. Амаль усе мужчыны-хрысціяне мястэчка былі ўцягнуты ў гэты промысел. Невыпадкава ў свядомасці жыхароў акругі словы янавец і лабар сталі сінонімамі.

У XIX ст. збор ахвяраванняў на ремонт і будаўніцтва храмаў быў звычайнай з'явай. Яшчэ на пачатку XX ст. на сельскіх кірмашах, на пастаяльных дварах і ў іншых шматлюдных месцах можна было сустрэць сялян, мяшчан, манахаў,

адстаўных салдат, якія гэтым займаліся. У рознай мясцовасці іх называлі па-рознаму: прашакамі, лабарамі, кубракамі.

Адносна паходжання слова «лабар» існуюць розныя пункты погляду. Сярод жыхароў Іванава сёння найбольш распаўсюджана ўяўленне аб утварэнні яго ад імя памешчыцы Лабарыні. Існавала ці не легендарная Лабарыня – невядома. Аднак больш верагодным здаецца меркаванне, што назва «лабар» паходзіць ад лацінскага labor – праца. Зборшчыкаў ахвяра-ванняў на карысць царквы ксянзы маглі называць працаўнікамі, вымаўляючы гэта па-лацінску.

Па нашым перакананні, янаўскія лабары па этнічнай прыналежнасці, несумненна, былі палеска-беларускім насельніцтвам. Хаця ў самім горадзе захаваліся звесткі, што некалі даўно гаспадар Янава перасяліў сюды некалькі чалавек што з-пад Луцка, ці то з Малдавіі, якія, уласна кажучы, і былі першымі лабарамі. Нават калі гэта і мела месца, за сотні гадоў перасяленцы сталі сапраўднымі палешукамі, хаця і карысталіся яны штучнай тайнай мовай.

Прычына ўзнікнення гэтай мовы, як і іншых штучных моў, заключаецца ў жаданні некаторых груповак грамадства захоўваць свае прафесійныя сакрэты. На тэрыторыі Беларусі, напрыклад, існавалі штучныя мовы крычаўскіх рамеснікаў, дрыбінскіх шапавалаў, жабракоў Слуцкага і Гомельскага паветаў Магілёўскай губерні, кубракоў Мсціслава і інш. Вывучэннем гэтага пытання займаўся фалькларыст Е. Раманаў.

Мова янаўскіх лабараў блізкая да мовы жабракоў і кубракоў (нагадаем, што апошнія таксама займаліся зборам ахвяраванняў на царкву).

Пасля ўтварэння БССР і СССР лабары, якія апынуліся ў складзе Польшчы, страцілі магчымасць ездзіць на ўсход па ахвяраванні. Кола іх вандровак значна звужалася. А пасля 1939 г. лабарства як інстытут увогуле знікла. У Савецкай Беларусі адбывалася масавае закрыццё храмаў, і будаваць новыя ўмоў зусім не было. Прафесійныя зборшчыкі сродкаў на царкву засталіся без занятку.

Дваццатае стагоддзе прынесла ў жыццё Янава шмат новага. Асаблівасці культуры і быту, псіхалогіі лабараў паступова нівеляваліся на карысць поўнага збліжэння з рысамі новых перасяленцаў з навакольных вёсак. З канца XIX па канец XX ст. колькасць жыхароў горада павялічылася з 3 тыс. чалавек да 16 тыс. У наш час доля нашчадкаў лабараў сярод агульнага насельніцтва Іванава зусім невялікая. І даўно ўжо ніхто не займаецца зборам ахвяраванняў на будаўніцтва храмаў, а значыць, і не з'яўляецца лабарам у літаральным сэнсе слова.

Тым не менш, распаўсюджаныя назвы мястэчак, прозвішчы, мянушкі на тэрыторыі Берасцейска-Пінскага Палесся нагадваюць аб адметнай групе насельніцтва гэтага рэгіёну і іх занятку (сабраны матэрыял прыводзіцца ніжэй).

Мы вельмі ўдзячны тым людзям, якія нам дапамаглі ў зборы матэрыялу: Базюку Леаніду Сцяпанавічу, Мікітчук Таццяне Васільеўне, Куліч Таццяне Маркаўне, Беразоўскаму Рыгору Віктаравічу, Лагодзічу Федару Аляксандравічу, а таксама супрацоўнікам Іванаўскай раённай бібліятэкі імя Ф. Панфэрава.

Анонии
Бадзлы
Безносьи(Безноска)
Белки (Жучки)
Броньки
Булии
Бэзы
Бэнэдыси
Вайтэры (Таранды)
Вовки
Вырымий
Гайшыны
Гарагулцы
Гембары
Генюши
Гооломы
Голубы
Грицы
Грои
Грыщуки (Грышуки)
Гуюны
Гуки
Демиды
Демьянченки
Джаламы
Джираны
Дзюманы
Дятлы
Зайцы
Зозули
Евдокимы
Ёси
Кабули
Калабунский
Калэныки
Каплуны
Канистраты
Кебиси
Кити (Ките)
Кодыши
Козаризы
Кошки
Кошчыбы
Кудлики
Куртагыи
Лахмаи
Левки
Лепушки
Лэси
Люльки
Ляши
Макаровы
Маласаи
Малафин

Малявы
Маркешовы
Марчуки
Мартыны
Марэги
Махтодыи
Медки
Мельники
Мережи
Михалечки
Михали
Мырки
Мэйты
Мэтки
Ныхваси (Оныхваси)
Омеляны
Патэли
Пащоры
Пенточки
Полковники
Пшэки
Пырожки
Пэпки
Пэти
Пэгэты (Пытэты)
Пылыны
Пэши
Ромаси
Рушай (Рушаевы)
Саверайки
Санаторы
Сасайки
Сыры
Сныгиры
Спиридоны
Стрыхи
Ступы
Столяровы
Сулимы
Сымонки
Талимоны
Тараньки
Халюки
Хламыды
Цары (Царики)
Цюьшки (Кудловичи)
Цыганы
Чабаны
Чварщы
Чигры
Шалабаны
Шахмонки
Шкляныи
Шовковы

Шостаки
Шпаки
Шпыруки
Шудры
Шупаки
Хомки
Хуторы
Янки
Ярмоны

Распаўсюджаныя прозвішчы

Базюк
Бегоза
Березовские
Гордашук
Дорогокупец
Жур
Зыбенюк
Кудлович
Кулина
Кулич
Масальские
Микитчук
Сегень
Хала
Тупица
Тущки

Мянушкі на аснове прозвішчаў

Базюки
Бегозы
Бэнды
Березовские
Горупы
Журы
Масальский
Сегени
Хмелевский
Ячмени

Мянушкі на аснове імёнаў і імёнаў па бацьку

Барбары
Кузьмины
Левковы
Самсоны
Сьдоры

Мянушкі, якія з'явіліся адносна нядаўна

Горупешка
Джувльбик
Маюста

ОГЛАВЛЕНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

Бабаян Л.С., Бондарева Е.В.

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

ВЛИЯНИЕ ВНЕШНЕГО ДОЛГА НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ СТРАНЫ 4

Бартош Е.А.

Научный руководитель: доцент Зазерская В.В.

РАЗВИТИЕ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ВНЕШНЕГО ДОЛГА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ..... 8

Бердник К.О.

Научный руководитель: Омелянюк А.М.

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ МИКРОЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ
ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ЭЛЕМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ... 11

Бердник К.О.

Научный руководитель: Омелянюк А.М.

МЕХАНИЗМ ВНЕДРЕНИЯ МИКРОЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ НА ПРЕДПРИЯТИЕ..... 14

Бокша А.А., Кот Я.В.

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

ЕВРАЗИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ СОЮЗ И ЕС – ПЕРСПЕКТИВЫ ВЗАИМНОЙ
ИНТЕГРАЦИИ 18

Борисик Е.В.

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

ВНЕДРЕНИЕ КОНЦЕПЦИИ «ТОЧНО В СРОК» НА БЕЛОРУССКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ
ЧЕРЕЗ СЕТЕВЫЕ МЕХАНИЗМЫ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ..... 21

Бриль Н.С.

Научный руководитель: ст. преподаватель Дашкевич Т.В.

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОГО МАЛОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ 23

Брич О.Н.

Научный руководитель: старший преподаватель Осипчук Н.В.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ДИСТАНЦИОННОГО БАНКОВСКОГО
ОБСЛУЖИВАНИЯ 27

Брич О.Н., Комаровская С.А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Ковалевич О.А.

КРЕДИТОВАНИЕ АГРОЭКОТУРИЗМА 31

Гарах А.Г., Романюк К.И.

Научный руководитель: ст. преподаватель Мишкова М.П.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИХ РАЗВИТИЯ 35

Горбикова Д.И., Павлюк А.В.

Научный руководитель: ст. преподаватель Лазарчук И.М.

КАЧЕСТВО ЖИЗНИ, КАК ОСНОВА БЛАГОСОСТОЯНИЯ НАСЕЛЕНИЯ 38

Гузаревич Е.В., Грень А.В.

Научный руководитель: к.э.н., доцент кафедры БУАиА Юрчик В.И.

ХОЛДИНГ, КАК ИНСТРУМЕНТ НАЛОГОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ 42

<i>Грень А.В., Гузаревич Е.В.</i> <i>Научный руководитель: к.э.н., доцент кафедры БУАиА Юрчик В.И.</i> ФОРМИРОВАНИЕ ХОЛДИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ.....	48
<i>Дзик В.А.</i> <i>Научный руководитель: к.т.н., доцент Проровский А.Г.</i> ПЕРСПЕКТИВЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ИНФРАСТРУКТУРНЫХ ПРОЕКТОВ В СТРАНАХ ЕЭП.....	51
<i>Диковицкая Д. В., Купцова О.В.</i> <i>Научный руководитель: ст. преподаватель Сметюх А.В.</i> ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ КЛАСТЕРИЗАЦИИ РЕГИОНОВ РБ.....	54
<i>Дьякону А.Д</i> <i>Научный руководитель: доцент Куган С.Ф</i> МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОЕКТНО-ИЗЫСКАТЕЛЬСКИХ РАБОТ.....	59
<i>Дьякону А.Д</i> <i>Научный руководитель: доц. Куган С.Ф</i> РЕКЛАМНАЯ КОМПАНИЯ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЧПУП «АЛДПРОЕКТ».....	62
<i>Захарчук Т.Д.</i> <i>Научный руководитель: к.э.н., доцент Козинец М.Т.</i> МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА И ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА	65
<i>Захарчук Т.Д.</i> <i>Научный руководитель: к.э.н., доцент Козинец М.Т.</i> ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА И ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ.....	68
<i>Зуйкова А.И., Цыгир И.С.</i> <i>Научный руководитель: ст. преподаватель Ермакова Э.Э.</i> КОММЕРЧЕСКАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ ..	71
<i>Ильич А.В.</i> <i>Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г.</i> ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕНОВОЙ ЗНАЧИМОСТИ АКЦИЙ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ СТРАНЫ	76
<i>Ильич А.В.</i> <i>Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г.</i> ПРОБЛЕМА РАЗВИТИЯ РЫНКА АКЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ.....	80
<i>Кирилюк О.Ю.</i> <i>Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г.</i> ЛИЗИНГ КАК АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ ЖИЛЬЯ	84
<i>Кирилюк О.Ю.</i> <i>Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г.</i> АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ИСТОЧНИКИ ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА В РБ	87
<i>Конашенкова А.А., Крысько О.В.</i> <i>Научный руководитель: ст. преподаватель Кулакова Л.О.</i> ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ БЕЛАРУСИ	93

Королюк К.В., Корзан В.А. Научный руководитель: старший преподаватель Голец О.В. МЕТОДИКА ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ОТКРЫТИЯ СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ПРОГРАММИРУЕМЫЕ МОБИЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ»	97
Кулеша Д.Ю. Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г. ЗНАЧЕНИЕ РЕЙТИНГОВОЙ ОЦЕНКИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ	100
Кулеша Д.Ю. Научный руководитель: старший преподаватель Кот Н.Г. МЕТОДИКА ОПРЕДЕЛЕНИЯ РЕЙТИНГА, ОРИЕНТИРОВАННОГО НА КЛИЕНТА, ДЛЯ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ	103
Левчук Д.А. Научный руководитель: ст. преподаватель Небелюк В.В. ТЕНДЕНЦИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ЛИЗИНГА И ФРАНЧАЙЗИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	106
Махунова М.А. Научный руководитель: к.т.н., доцент Кофанов В.А., доцент Аверина И.Н. ОПТИМИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ НА ПЛАТФОРМЕ КЛИЕНТ-СЕРВЕРНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ ACCESS	111
Махунова М.А. Научный руководитель: к.т.н., доцент Кофанов В.А., доцент Аверина И.Н. ИНТЕРФЕЙС СЕТЕВОГО ПРИЛОЖЕНИЯ ACCESS.....	115
Махунова М.А. Научный руководитель к.э.н., доцент Потапова Н.В. СТОИМОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННАЯ КОНЦЕПЦИЯ РЕСТРУКТУРИЗАЦИОННОГО КОНТРОЛЛИНГА	120
Махунова М.А. Научный руководитель: к.э.н., доцент Потапова Н.В. ОРГАНИЗАЦИЯ КОНТРОЛЛИНГА ЗАТРАТ НА МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ.....	123
Мельниченко Е.В. Научный руководитель: ст. преподаватель Борищук Е.С. МАРКЕТИНГ И СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ.....	128
Мельничук О.А. Научный руководитель: доцент Аверина И.Н. ОПИСАНИЕ ПОСТАНОВКИ ЗАДАЧИ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦИИ ЛИЧНОЙ КАРТочки УЧЕТА СПЕЦОДЕЖДЫ	131
Мельничук О.А. Научный руководитель: доцент Аверина И.Н. АНАЛИЗ ПРОГРАММНЫХ СРЕДСТВ АВТОМАТИЗАЦИИ УЧЕТА СПЕЦОДЕЖДЫ.....	136
Мельничук О.А. Научный руководитель: к.э.н., доцент Зазерская В.В. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ СЛУЖБЫ КОНТРОЛЛИНГА	140

Мельничук О.А. <i>Научный руководитель: к.э.н., доцент Зазерская В.В.</i> КОНТРОЛЛИНГ КАК СРЕДСТВО УСПЕШНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	142
Минчук Е.А. <i>Научный руководитель: старший преподаватель Осипчук Н.В.</i> РЕЙТИНГ СТРАХОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ РБ	146
Негрова А.А. <i>Научный руководитель: к.э.н. Козинец М.Т.</i> СБАЛАНСИРОВАННАЯ СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ.....	151
Негрова А.А. <i>Научный руководитель: к.э.н., доцент Козинец М.Т.</i> ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ СБАЛАНСИРОВАННЫХ СИСТЕМ ПОКАЗАТЕЛЕЙ В УСЛОВИЯХ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ.....	156
Николайчук Д.В. <i>Научный руководитель: доцент Аверина И.Н.</i> МОДЕЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ АНАЛИТИЧЕСКОГО УЧЕТА В ПК «ГАЛАКТИКА».....	161
Николайчук Д.В. <i>Научный руководитель: доцент Аверина И.Н.</i> СРАВНЕНИЕ АНАЛИТИЧЕСКИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ТИПОВЫХ КОНФИГУРАЦИЙ «1С: БУХГАЛТЕРИЯ 7.7 И 8.X»	165
Обниская Б.И. <i>Научный руководитель: старший преподаватель Дружинина Е.О.</i> СБАЛАНСИРОВАННАЯ СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАК ИНСТРУМЕНТ САНАЦИОННОГО КОНТРОЛЛИНГА	170
Обниская Б.И. <i>Научный руководитель: старший преподаватель Дружинина Е.О.</i> ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПОТОКИ КОНТРОЛЛИНГА ПРИ САНАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ....	173
Пилипюк И.М. <i>Научный руководитель: доцент Носко Н.В.</i> ОПТИМИЗАЦИЯ СКЛАДСКИХ ЗАПАСОВ	176
Пилипюк И.М. <i>Научный руководитель: доцент Носко Н.В.</i> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ	179
Селюжицкая В.А., Жибурт К.И. <i>Научный руководитель: старший преподаватель Ипатова О.В.</i> ФРАНЧАЙЗИНГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПРАВЕРЕГУЛИРОВАНИЕ И ПРАКТИКА..	183
Трофимов А.О., Литвинчук Д.В. <i>Научный руководитель: Концевич П.С.</i> УЧЕТ ИЗМЕНЕНИЯ ТРУДОЕМКОСТИ СОВРЕМЕННЫХ АВТОБУСОВ ПРИ ОПРЕДЕЛЕНИИ ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРИ ПРОЕКТИРОВАНИИ АВТОТРАНСПОРТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	187

<i>Ханмамедова А.К.</i> <i>Научный руководитель: к.э.н., доцент Козинец М.Т.</i> ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ.....	191
<i>Ханмамедова А.К.</i> <i>Научный руководитель: к.э.н., доцент Козинец М.Т.</i> ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ В ТУРКМЕНИСТАНЕ.....	195
<i>Хватик М.В.</i> <i>Научный руководитель: доцент, к.э.н. Власюк Ю.А.</i> ФОРМЫ СОВМЕСТНОГО МАРКЕТИНГА.....	199
<i>Хомичук В.Ю.</i> <i>Научный руководитель: к.э.н., профессор Обухова И.И.</i> МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ КРЕДИТНЫМ РИСКОМ.....	203
<i>Черник К.С.</i> <i>Научный руководитель: к.э.н., доцент Зарерская В.В.</i> МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УСЛОВИЙ КРЕДИТОВАНИЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ.....	207
<i>Черняк М.С.</i> <i>Научный руководитель: к.э.н., доцент Козинец М.Т.</i> ИССЛЕДОВАНИЕ И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ОСНОВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОТКРЫТЫХ АКЦИОНЕРНЫХ ОБЩЕСТВ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ.....	211
<i>Ярмошик К.Ю., Котковец Я.П.</i> <i>Научный руководитель: ст. преподаватель Ермакова Э.Э.</i> ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ.....	215
СОЦИАЛЬНО-ИСТОРИЧЕСКИЕ И ГУМАНИТАРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ	
<i>Андреюк Н.А., Кирилук А.Н.</i> <i>Научный руководитель: доцент, к.э.н. Четырбок Н.П.</i> СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ БРЕСТСКОГО ОБЪЕДИНЕНИЯ БЕЛОРУССКИЙ СОЮЗ ХУДОЖНИКОВ.....	221
<i>Божко А.А.</i> <i>Научный руководитель: Игнатюк В.И.</i> РАЗВИТИЕ МЕТОДОВ РАСЧЕТА СООРУЖЕНИЙ И ЗАКОНЫ ДИАЛЕКТИКИ.....	223
<i>Дмитрук М.М.</i> <i>Научный руководитель: доцент Бурко О.П.</i> ПОЧЕРК – ОТРАЖЕНИЕ ХАРАКТЕРА ЧЕЛОВЕКА.....	226
<i>Комаровская С.А.</i> <i>Научный руководитель: доцент Михальчук Н.А.</i> ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ И ПОДДЕРЖКИ МОЛОДЁЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.....	230
<i>Комаровская С.А.</i> <i>Научный руководитель: доцент Михальчук Н.А.</i> НЕОБХОДИМОСТЬ РАЗВИТИЯ МОЛОДЁЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ.....	234

Корзан В.А., Королюк К.В. <i>Научный руководитель: старший преподаватель Голец О.В.</i> ОБОСНОВАННОСТЬ ОТКРЫТИЯ НОВЫХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ	238
Кухарук Е.С., Бобич А.В. <i>Научный руководитель: к.т.н., доцент Тур Э.А.</i> ИССЛЕДОВАНИЕ КАЧЕСТВА МЯСНЫХ ПРОДУКТОВ, РЕАЛИЗУЕМЫХ В ТОРГОВОЙ СЕТИ Г. БРЕСТА	240
Ленартович И.В., Савельев Е.О. <i>Научный руководитель: ст. преподаватель Бережная Г.Г.</i> УТЕЧКА МОЗГОВ. ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕДПОСЫЛОК НА ЭТАПЕ СТУДЕНЧЕСТВА.....	245
Луциц В.Г. <i>Научные руководители: проф. Артемьев В.П., ст. препод. Арушанов В.С.</i> ФУТБОЛ КАК СПЕЦИФИЧЕСКОЕ СРЕДСТВО ФИЗИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ УЧАЩИХСЯ – ДЕВОЧЕК.....	248
Луциц В.Г. <i>Научные руководители: проф. Артемьев В.П., ст. препод. Арушанов В.С.</i> РАЗВИТИЕ СКОРОСТНО-СИЛОВЫХ КАЧЕСТВ У ДЕВОЧЕК 12-13 ЛЕТ (РЕТРОСПЕКТИВНЫЙ АНАЛИЗ ЛИТЕРАТУРЫ).....	252
Маркина А.А., Сидорович Д.А. <i>Научный руководитель: ассистент Прилуцкая О.Е.</i> СОЦИАЛЬНЫЕ ВИДЕОРОЛИКИ В КАЧЕСТВЕ ПРОПАГАНДЫ КАК МОЩНЫЙ И ЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБ ПЕРЕДАЧИ ИНФОРМАЦИИ И ОДНА ИЗ ФОРМ ОБУЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	256
Тхужевский Д.В. <i>Научный руководитель: ст. преподаватель Грибова С.В.</i> ФОРМИРОВАНИЕ ВОСТОЧНОТЮРКСКОГО БОЕВОГО СОЕДИНЕНИЯ СС ВО ВРЕМЯ ВТОРОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ.....	258
Хівак Д. <i>Навучны кіраўнік: загадчык кафедры беларускай мовы і літаратуры, к.ф.н. Н.Н. Борсук</i> ЛЕГЕНДАРНАЕ ЯНАВА: АДМЕТНЫ РЭГІЁН БЕРАСЦЕЙСКА-ПІНСКАГА ПАЛЕССЯ.....	263

Научное издание

СБОРНИК КОНКУРСНЫХ НАУЧНЫХ РАБОТ СТУДЕНТОВ И МАГИСТРАНТОВ

Часть II

Печатается в авторской редакции

Ответственный за выпуск *Рубанов В.С.*

Редактор *Боровикова Е.А.*

Компьютерная вёрстка *Кармаш Е.Л.*

ISBN 978-985-493-334-4



9 789854 933344

Издательство БрГТУ.

Свидетельство о государственной регистрации
издателя, изготовителя, распространителя печатных
изданий № 1/235 от 24.03.2014 г.

Подписано к печати 23.07.2015 г. Формат 60×84 ¹/₁₆.

Бумага «Performer». Гарнитура «Times New Roman».

Усл. п. л. 15,8. Уч.-изд. л. 17,0.

Тираж 40 экз. Заказ № 845.

Отпечатано на ризографе Учреждения образования
«Брестский государственный технический университет»
224017, Брест, ул. Московская, 267.