

г) поддержка имеющихся инициатив является очень важным аспектом, т.к. людям помимо денег необходима и мотивация. Денежная проблема была рассмотрена выше, а на мотивации нужно сделать отдельный акцент. Если человек будет понимать, что его деятельность никому, кроме него самого, не нужна, то он очень быстро перестанет прилагать усилия для ее продолжения;

д) игнорирование маркетинга на большинстве стратегически важных предприятий страны – отрицательная тенденция, которая привела к ряду негативных последствий сейчас и усугубит их в будущем. Инвестиции в маркетинг и маркетинговые стратегии являются главным фактором роста продаж. И положительным моментом стало то, что правительство Беларуси это осознало. 14 октября заместитель министра финансов Иван Шунько заявил об отмене нормированных расходов на рекламу и маркетинговые исследования. Многие белорусские специалисты считают это позитивным шагом. Однако некоторые опасаются, что вслед за этим законом может выйти ряд подзаконных актов, которые сделают его реализацию невозможной;

е) студентам необходимо давать возможность тесно сотрудничать с потенциальными работодателями. В первую очередь это организация практических мероприятий. Во-вторых, это должны быть круглые столы, встречи на лекционных или практических занятиях с известными маркетологами Беларуси, возможности личной беседы с представителями маркетинговой элиты страны. Причем в этом обязательно должны быть заинтересованы обе стороны – как студенты, так и работодатели;

ж) экспортировать просто тракторы или просто автобусы невозможно. Это всегда будут именно белорусские тракторы и именно белорусские автобусы, что подразумевает под собой, в первую очередь, не маркетинг продукции, а маркетинг Беларуси как таковой. Страновой маркетинг – это действия по продвижению экономического, инвестиционного, производственного, научного и человеческого потенциала и возможностей страны. Это представление для потенциальных инвесторов наших административно-правовых, инфраструктурных и природных преимуществ. Мероприятия по страновому маркетингу должны включать в себя выработку рекомендаций по созданию в Беларуси конкурентного инвестиционного климата, чтобы иностранный инвестор предпочел Беларусь в качестве места для размещения своего капитала. Данные мероприятия также направлены на то, чтобы зарубежный покупатель из всего многообразия продукции выбрал наш – белорусский товар.

Выполнение данных рекомендаций позволит значительно улучшить имеющуюся экономическую ситуацию в Республике Беларусь. Результаты такой деятельности быстро не проявляются, но они могут не появиться совсем, если проводить лишь разрозненные акции, действия и попытки по реформированию сложившейся системы. Только комплексное воздействие дает действительно ощутимый и долгосрочный результат.

Необходимо понимать, что стадия экономического подъема рано или поздно наступит, и интеграция Республики Беларусь в мировое сообщество произойдет. Однако базу для этого нужно создавать уже сейчас, несмотря на имеющуюся сложную экономическую ситуацию.

УДК 656.13:339.187.62

Рысевич Ю.В.

Научный руководитель: д.э.н., профессор Ивуть Р.Б.

УО «Белорусский национальный технический университет» г. Минск

КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ЛИЗИНГА ГРУЗОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ АВТОТРАНСПОРТНЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В настоящее время большинство автотранспортных предприятий не имеет достаточных финансовых средств на приобретение новых автомобилей. Поэтому в сложившейся ситуации только лизинг может помочь белорусским автоперевозчикам решить данную проблему, стимулируя тем самым привлечение новых финансовых вложений в национальную экономику Республики Беларусь.

Вторым важным аспектом эффективности лизинга необходимо считать его привлекательность для инвесторов (лизингодателей). Среди наиболее важных критериев привлекательности можно выделить время ($\Delta_{\text{лдр}}$) и доходность ($\Delta_{\text{лдр}}$) возврата вложений. Эти факторы можно считать равноценными и равнозначными, т.к. именно продолжительность вложений и норма возврата лежат в основе понятия эффективности инвестирования как такового.

Сущность эффективности лизинга по времени демонстрирует рисунок 1.

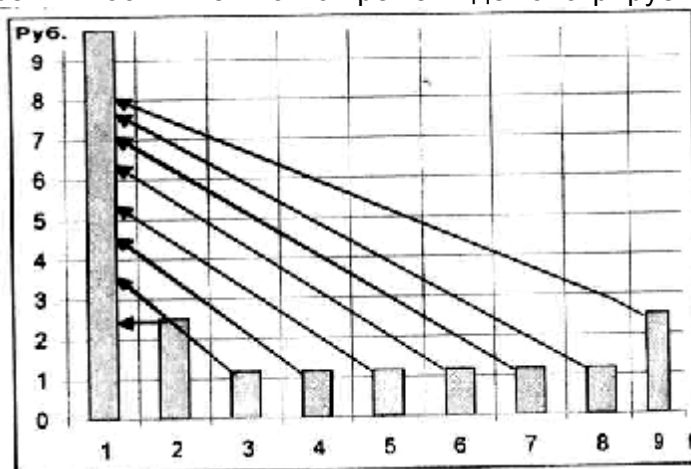


Рисунок 1 - Эффективность лизинга по признаку «время возврата»

На диаграмме видно, что срок возврата инвестиций в лизинговый контракт можно считать наступившим в том случае, если дисконтированная стоимость всех лизинговых платежей будет равна первоначальным инвестициям. Для абсолютного эталона сравнения можно принять государственные ценные бумаги с доходностью, начисляемой на сумму, порядок которой сопоставим с суммой первоначальных инвестиций. Вычисленное время осуществления лизингового контракта сопоставляется с периодом обращения эталонной ценной бумаги. В итоге может быть рассчитан относительный показатель эффективности по времени или соответствующий индекс.

Что касается второй составляющей эффективности, то в качестве базы можно принять рентабельность у компании-лизингодателя ($P_{лд}$) как показатель эффективности возврата инвестиций, определяемую через отношение прибыли лизингодателя ($\Pi_{лд}$) к его затратам ($З_{лд}$):

$$P_{лд} = \Pi_{лд} / З_{лд} \quad (1)$$

В свою очередь затраты лизингодателя будут складываться из суммы организационных затрат, связанных с оперативными расходами (ведение дела и обслуживание объекта лизинга — $З_o$) и инвестиционными банковскими затратами (цена кредитных ресурсов для лизинговой компании — $З_б$), т.е. $З_{лд} = З_o + З_б$.

Прибыль лизингодателя ($\Pi_{лд}$) будет формироваться непосредственно из лизинговых платежей (Π_n) за вычетом затрат лизингодателя ($З_{лд}$):

$$\Pi_{лд} = \Pi_n - З_{лд} \quad (2)$$

В свою очередь укрупненно лизинговые платежи состоят из суммы прямых инвестиционных затрат на приобретение автомобиля (или его остаточная стоимость) $З_{и}$ и дохода лизингодателя $D_{лд}$.

Рассчитанная рентабельность лизингового контракта для лизингодателя ($P_{лд}$) может также сравниваться с рентабельностью эталонных государственных бумаг ($P_э$) как с гарантированным, безрисковым вариантом.

Эффективность реализации лизинга транспорта в народнохозяйственном плане невозможно рассматривать без учета значимости денежных поступлений от реализации конкретного лизингового контракта в бюджет. С учетом этого модель расчета интегрального показателя ($I_{эл}$) предлагается определять по следующей формуле:

$$I_{эл} = \mathcal{E}_{лп} * K_{лп} + K_{лд} * (\mathcal{E}_{лдв} * K_{лдв} + \mathcal{E}_{лдр} * K_{лдр}), \quad (3)$$

где $\mathcal{E}_{лп}$ — эффективность различных вариантов обновления автомобилей для лизингополучателя;

$\mathcal{E}_{лдр}$, $\mathcal{E}_{лдв}$ - эффективность лизинга по доходности и времени возврата инвестиций для лизингодателя;

$K_{лп}$, $K_{лд}$ - коэффициенты удельного веса налоговых поступлений от лизингополучателя и лизингодателя;

$K_{лдв}$, $K_{лдр}$ - коэффициенты значимости параметра времени и доходности для лизингодателя.

Обоснование коэффициентов значимости при оценке эффективности лизинговой сделки базируется на установке, что в качестве ключевого критерия выступает вклад лизингодателя и лизингополучателя в итоговые платежи, поступающие в бюджет по ходу осуществления договора.

Тогда схема обоснования будет состоять из двух составляющих. С одной стороны, необходимо осуществить сводный расчет налоговых платежей, приходящихся на каждый год действия договора со стороны лизингодателя, а с другой стороны, необходимо рассмотреть платежи, которые поступят в бюджет за этот же год при эксплуатации лизингодателем единицы подвижного состава.

Анализ условий осуществления деятельности лизингодателя позволяет говорить об уникальности каждой сделки и высокой сложности унификации данных.

Среди основных показателей имеются следующие параметры:

- отпускная цена производителя;
- сумма лизингового контракта;
- фактическая сумма и срок реализации контракта;
- налоговые платежи, соответствующие вышеперечисленным показателям (НДС, налог на прибыль, транспортный сбор и др.).

Отпускная цена производителя отражает общие условия по реализации техники, а сумма контракта отражает все затраты лизингодателя на приобретение данной техники (общее количество единиц транспорта, приобретаемого по данному контракту). Между тем, фактическая сумма контракта, заключенного между производителем и лизингодателем, может отличаться от первоначальной суммы контракта за счет возможных скидок (увеличивается партия приобретаемых автомобилей, имеются авансовые платежи и т.п.). При этом, если мы стремимся выявить налоговые отчисления, приходящиеся на каждую единицу техники, обоснование удельных весов вполне может быть осуществлено на основе соотношения отпускной цены производителя на единицу продукции к сумме контракта.

Используя данные более 10 лизингодателей, нами осуществлен расчет величины итоговых, суммарных выплат по каждому из контрактов, после чего с учетом срока договора осуществлен расчет налоговых отчислений, приходящихся на каждый год. После этого, используя коэффициенты значимости, определены отчисления, приходящиеся на каждую единицу техники. При этом аналогичные обоснования были сделаны и для лизингополучателя с учетом характера образования дохода от эксплуатации техники и сложившихся на момент проведения исследования условий налогообложения.

В основе расчета приведенных платежей лежат следующие статистические данные:

- средняя ставка фрахта в белорусских рублях;
- среднее количество кругорейсов в месяц;
- валовой доход от эксплуатации единицы техники за месяц;
- налог на добавленную стоимость;
- другие налоговые платежи.

На основе полученных данных нами рассчитаны средневзвешенные значения, учитывающие значимость налоговых поступлений по нескольким десяткам единиц подвижного состава. При этом значимость составляющей, формируемой деятельностью лизингодателя, составляет 27 % ($K_{\text{лд}} = 0,27$), а по лизингополучателю - 73 % ($K_{\text{лп}} = 0,73$).

Эффективность по времени (Э) определяется сравнением времени оборачиваемости средств, вложенных в лизинговый контракт (t''), и времени оборачиваемости средств, вложенных в альтернативные варианты инвестирования, например, государственные ценные бумаги. Причем при наличии такой возможности необходимо подбирать суммы со сроком обращения, сопоставимым со сроком действия лизингового контракта. В этом случае оценка эффективности для лизингодателя в большей степени появится во второй составляющей - «эффективности возврата», выражающейся в сравнении доходностей по лизинговому контракту и по выбранной в качестве эталона ценной бумаге.

С учетом данных коэффициентов значимости, а также полученных количественных величин критериев сравнения и рассчитывается интегральный показатель эффективности лизинга ($I_{\text{эл}}$), позволяющий осуществлять качественный анализ эффективности конкретной сделки на основе количественных оценок конкретных критериев, составляющих эффективность.

Суть разработанной методики демонстрирует принципиальная схема на рисунке 2.



Рисунок 2 – Комплексная оценка эффективности лизинга автомобиля

Так, критерием эффективности для лизингополучателя будет являться экономический эффект, выраженный в сравнении денежного оборота по лизингу и кредиту (альтернативный вариант). Представленная методика демонстрирует на реальном практическом примере преимущества лизинга автотранспортной техники. С другой стороны, эффективность для лизингополучателя будет определяться двумя составляющими: «эффективность по времени» и «эффективность возврата». Так как на практике во внимание принимается равноценность удельного веса для народного хозяйства интересов обеих сторон, им присваиваются равные значения коэффициентов. В итоге разработана методика, которая, в отличие от предыдущих аналогов, позволяет дать нам комплексную оценку по 3 составляющим эффективности.

УДК 338.26/28

Герасименюк А.А.

Научный руководитель: старший преподаватель Янович П. А.

УО «Белорусский национальный технический университет» г.Минск

АКТУАЛЬНОСТЬ ПЛАНИРОВАНИЯ НА МАКРОУРОВНЕ

Актуальность этой темы очевидна, так как в последние годы проблемой белорусской экономики является плановость во многих аспектах экономики. Обыкновенный человек ценит стабильность, чистоту и порядок. И не любит ответственность и неопределенность. Планирование ассоциируется с порядком, рациональным подходом к жизни и преодолением страха будущего. Каждый из нас планирует свое время, встречи, траты денег и т.д. Альтернативой планированию является хаос, состояние «пассивно плыть по течению». Поэтому человек склонен легко ставить знак равенства между личным планированием своих ресурсов и государственным планированием чужих. Интервенционисты (политики и чиновники) умело описывают страхи, риски и опасности, которые, по их мнению, только мы все вместе можем преодолеть, нейтрализовать или ликвидировать их. Для этого, как они уверяют, нужно отдать им наши деньги (налоги), имущество (землю, недвижимость), и тогда общество будет более безопасным, удобным и справедливым.

Централизованное планирование имеет противоположный характер, удовлетворяя потребность не индивида, но руководящего органа социалистической системы в организации средств принуждения максимально формальным и согласованным способом, для достижения заданных целей. Следовательно, вопрос стоит не в том, планировать или нет – а в том, кто должен планировать – индивид, владеющий необходимой практической информацией,