

работке концепции надо учитывать то, что стратегическое управление как отдельная сфера в деятельности предприятий еще не нашло свое применение во всех белорусских организациях, нет многих необходимых составляющих системы сбалансированных показателей, давно применяемых в практике западных компаний, таких как система качества ИСО 9000 бюджетирование, управленческий учет бизнес-планирование

Специфика белорусской бизнес-среды заставляет усложнять и видоизменять сбалансированную систему показателей. Этот факт требует серьезной научной основы в разработках этой тематики. Поэтому нельзя отрицать актуальность и важность отечественных научных исследований в сфере стратегического управления предприятием с помощью сбалансированной системы показателей

УДК 330.144

Кругленя А.В.

Научный руководитель проф. Павлючук Ю.Н.

РЕГУЛИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА ТАБАЧНОМ РЫНКЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Автор ранее рассматривал применение импортных квот и пошлин в целях привлечения прямых иностранных инвестиций. Теоретическое обоснование подкреплялось эмпирическими данными, взятыми из истории мировой экономики. В 2005 году правительство Беларуси политикой протекционизма создало свой пример, подтверждающий то, что гипотеза прямой зависимости потока прямых инвестиций от размера таможенной пошлины и квоты может иметь место.

Квоты были применены на рынке табачных изделий. Общее представление о динамике этого рынка можно получить из данных, приведенных в таблице

Таблица. Распределение импорта табачных изделий по странам

Наименование товара, страна происхождения <i>Commodity by country of origin</i>	2002		2003		2004	
	количество <i>quantity</i>	стоимость, тыс. долл. США <i>value, thsd. USD</i>	количество <i>quantity</i>	стоимость, тыс. долл. США <i>value, thsd. USD</i>	количество <i>quantity</i>	стоимость, тыс. долл. США <i>value, thsd. USD</i>
Табачные изделия, млн. шт. <i>Tobacco products millions</i>	6025,7	86024	6699,5	107967	5308,7	94259
Страны СНГ <i>CIS countries</i>	5189,1	71211	5722,7	90730	4401,1	76658
Россия <i>Russia</i>	4953,9	68971	5637,5	89781	4125,9	72765
Украина <i>Ukraine</i>	234,0	2187	74,1	636	275,2	3893
Страны вне СНГ <i>Other countries of the world</i>	836,6	14813	976,8	17237	907,6	17601
Германия <i>Germany</i>	239,9	3995	589,8	9700	672,4	11946
Корея, Республика <i>Republic of Korea</i>	97,3	1051	82,5	867	20,0	210
Нидерланды <i>Netherlands</i>	28,7	1071	29,6	1306	25,1	1207
Польша <i>Poland</i>	41,4	583	32,7	592	53,3	1388
Соединенное Коро-	48,9	1002	83,5	1751	19,4	495

известен Inlay Kingdon						
соединенные штаты United States	48,1	1071	57,8	1216	9,8	293
Чешская Республика Czech Republic	255,9	4414	31,3	572	43,4	777
Швейцария Switzerland	36,5	1001	16,2	420	13,6	411

Основные игроки до 2005 года – международные компании Philip Morris International (PMI, торговые марки Parliament, Marlboro, L&M), British American Tobacco (BAT, торговые марки Vogue, Kent, Pall Mall), Japan Tobacco International (JTI, торговые марки Camel, Winston, Monte Carlo), Gallaher Group, Imperial Tobacco

Цель политики квотирования импорта сигаретных изделий – оптимизация деятельности табачных компаний на внутреннем рынке, организация производства сигарет средней ценовой категории (Winston, Pall Mall, L&M и др.) на территории страны. Решением правительства квота на импорт сигарет, сигар и сигарилл на начало 2005 год была уменьшена более чем вдвое по сравнению с 2004 годом — с 3,6 миллиарда до 1,5 миллиарда штук. Изначально белорусский рынок табачных изделий на 2005 год был определен в объеме 18,5 млрд. штук сигарет, что на 500 тыс. меньше, чем в 2004г. Большая часть рынка отдана гродненской табачной фабрике "Неман" — 12 млрд. штук, доля СП "Табак-Инвест" — 5 млрд. штук.

Проводимая политика правительства Республики Беларусь частично помогла достичь намеченной цели. Производство сигарет Winston уже организовано по лицензионному договору на СП «Табак-Инвест» Беларусь становится четвертой страной в СНГ, которая производит данную марку сигарет, и первой страной, в которой организовано лицензионное производство. Что касается конкурентов, вполне вероятно, что компания PMI организует в будущем собственную фабрику на территории страны (временная ее пассивность в РБ объясняется тем, что основные потоки инвестиций направлены в более приоритетные страны Азии). BAT уже сотрудничает с гродненской табачной фабрикой в области производства сигарет нижней ценовой категории. В дальнейшем планируется расширение инвестиционного сотрудничества белорусских табачных фабрик и международных табачных компаний.

Минусы введения квот на импорт табака

1. Контрабанда, от которой не поступают налоги и акцизы. По мнению белорусского парламентария Василия Хропа по этой причине бюджет ежегодно недополучает около \$30 млн. В 2005 году в республику нелегально ввезено более 3 млрд. штук сигарет, что больше официальной квоты.

2. По словам менеджера по корпоративным отношениям ВАТ Ольги Климанович существующая на 2005 структура импорта подтверждает, что импорт сигарет в 2-3 раза экономически более выгоден для государства

3. Организуется ВРЕДНОЕ производство

Плюсы введения квот на импорт табака:

1. Поток инвестиций.

2. Белорусские акцизы приносят больше дохода за счет невыгодности для субъектов хозяйствования работы с белорусскими сигаретами по «серым» схемам, плюс за счет увеличения объемов реализации. Доля совокупных акцизов (включая акцизы на табачную продукцию) в консолидированном бюджете Беларуси равнялась в 1998 году 11,1%, в 2000 – 8,0% в 2003 – 6,9%, в 2004 – 5,1%. Доля акцизов в республиканском бюджете составляла в 1998 году 14,6%, в 2000 – 11,1%, в 2003 – 11,0%, в 2004 – 6 5%.

3. Дополнительные рабочие места

Условия политики, необходимые для выполнения гипотетического воздействия таможенных пошлин и квот на поток прямых инвестиций:

1. Конкретность поставленной цели.

2. Направленность на конкретные товарные группы, согласно ТН ВЭД

3. Увеличение дифференциации ТН ВЭД. Таможенный тариф Беларуси на современном этапе насчитывает около 1,4 тыс. товарных позиций. При таком обстоятельстве нельзя говорить о точечном характере проводимой политики протекционизма.

В идеальном случае, организация табачного производства должно привести в будущем к ликвидации квот на табак, по крайней мере, в рамках СНГ, что позволяет табачным компаниям диверсифицировать риски. Например, на данный момент в России арестованы счета фабрики JTI в Петро. При отсутствии квот в отношениях между Россией и Беларусью компания могла бы завозить временно сигареты из Беларуси, что позволило бы не потерять в России долю рынка и своего покупателя.

Политика протекционизма белорусского правительства, если внимательно присмотреться, направлена на то, чтобы вернуть стране звание «сборочного» цеха, правда, уже не Советского Союза, а СНГ. В этом может помочь тонкая политика протекционизма, однако необходимо представлять, в каких рамках допустимо давить на инвестора, чтобы из Беларуси не переносили сборочное производство автомобилей. Политика введения квот на импорт возможна по отношению ко многим другим компаниям, работающим в стране, на пример, к «жвачникам» и «шоколадникам»

УДК 330.123.6

Круглень А.В.

Научный руководитель: проф. Павлючук Ю.Н.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ТРЕНИНГОВЫХ УСЛУГ В БЕЛАРУСИ

Рынок тренинговых услуг является одним из самых молодых в Беларуси. В настоящий момент происходит становление новой профессии – профессии бизнес-тренера. Осуществляется институционализация новых отделов и должностей, в компетенции которых входит оказание тренинговых услуг внутри организации.

Основная проблема при анализе рынка тренинговых услуг – малое количество статистики и недостаток цифр, характеризующих емкость рынка.

Цель статьи – показать основные тенденции и векторы развития рынка тренинговых услуг в Республике Беларусь, сценарии государственного регулирования данного рынка с учетом устоявшихся методов.

Метод исследования – интервьюирование: а) сотрудников международных компаний городов Брест и Минск, б) провайдеров и операторов, а также анализ деятельности участников рынка тренинговых услуг посредством сети Интернет.

Общая характеристика рынка тренинговых услуг. Согласно исследованиям Анны Ивановой, российского тренера и консультанта выделяют следующие ценовые сегменты, которые сложились на российском рынке корпоративного краткосрочного образования (за основу взята стоимость одного тренингового дня для компании) дешевой (от 700 до 1300 долларов на человека в год), средней (от 1300 до 2500) дорогой (от 2500 до 5000), люксовый (от 5000 до 10000) сегменты. Для долгосрочного образования предложена следующая сегментация: дешевой (от 500 до 5000 долларов на человека в год), средней (от 5000 до 14000), дорогой (от 14000 до 32000), люксовый (от 32000 до 68000). Различия между ценовыми сегментами приведены в таблице. Самое главное, что принципиально отличает люксовый сегмент от всех остальных, – на тренингах данного уровня не просто описываются факты и даются технологические наработки или формируются те или иные навыки у слушателей. Здесь, прежде всего, идет речь о тех решениях,